



Teaching Guide

Identifying Data					2016/17
Subject (*)	Infancia, TV e outras pantallas		Code	652G01037	
Study programme	Grao en Educación Infantil				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Graduate	2nd four-month period	Fourth	Optativa	4.5	
Language	SpanishGalician				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Pedagogía e Didáctica				
Coordinador	Digon Regueiro, Alba Patricia	E-mail	patricia.digon@udc.es		
Lecturers	Digon Regueiro, Alba Patricia	E-mail	patricia.digon@udc.es		
Web					
General description	<p>Na chamada sociedade da información, sociedade do coñecemento, sociedade do aprendizaxe, sociedade multipantalla, sociedade do espectáculo, sociedade do entretemento, sociedade global, sociedade en rede, sociedade dixital, sociedade multicultural, sociedade de mercado, sociedade desigual, sociedade en crise? a escola debe preparar para este novo e cambiante contexto. A omnipresencia dos medios de comunicación e o seu poder nas sociedades occidentais obriga a que estes medios, e os seus predominantes discursos audiovisuais, estean presentes nas aulas e nas escolas dende os niveis da Educación Infantil. Como sabemos as nenas e nenos xa son consumidores dos medios dende idades tempranas e por isto os futuros docentes destes niveis educativos deben desenvolver unha serie de capacidades relacionadas coa educación mediática tanto na súa formación inicial como na súa formación permanente. O fin buscado nesta materia de educación mediática é favorecer a alfabetización nos medios actuando como receptores críticos e participantes activos, creativos e comprometidos coa defensa dos valores democráticos.</p>				

Study programme competences

Code	Study programme competences
A5	Saber promover a adquisición de hábitos en torno á autonomía, a liberdade, a curiosidade, a observación, a experimentación, a imitación, a aceptación de normas e de límites, o xogo simbólico e heurístico.
A12	Promover e colaborar en accións dentro e fóra da escola, organizadas por familias, concellos e outras institucións con incidencia na formación cidadá.
A13	Analizar e incorporar de forma crítica as cuestións máis relevantes da sociedade actual que afectan á educación familiar e escolar: impacto social e educativo das linguaxes audiovisuais e das pantallas; cambios nas relacións de xénero e interxeracionais; multiculturalidade e interculturalista; discriminación e inclusión social e desenvolvemento sustentable.
A21	Saber traballar en equipo con outros profesionais de dentro e fóra do centro na atención a cada estudante, así como na planificación das secuencias de aprendizaxe e na organización das situacións de traballo na aula e no espazo de xogo, identificando as peculiaridades do período 0-3 e do período 3-6.
A41	Fomentar experiencias de iniciación ás tecnoloxías da información e a comunicación.
A57	Analizar as linguaxes audiovisuais e as súas implicacións educativas.
A62	Relacionar teoría e práctica coa realidade da aula e do centro.
A63	Participar na actividade docente e aprender a saber facer, actuando e reflexionando desde a práctica.
A64	Participar nas propostas de mellora nos distintos ámbitos de actuación que se podan establecer nun centro.
B1	Aprender a aprender.
B2	Resolver problemas e tomar decisións de forma efectiva.
B3	Aplicar un pensamento crítico, autocrítico, lóxico e creativo.
B4	Traballar de forma autónoma con iniciativa e espírito emprendedor.
B5	Traballar de forma colaborativa.
B6	Comportarse con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional.
B7	Comunicarse de maneira efectiva nun contorno de traballo.
B8	Capacidade de adaptación a situacións novidasas.



B10	Capacidade de análise e síntese.
B11	Capacidade de busca e manexo de información.
B12	Capacidade de organización e planificación.
B15	Capacidade para asumir a necesidade dun desenvolvemento profesional continuo, a través da reflexión sobre a propia práctica.
B16	Capacidade para integrarse e comunicarse con expertos noutras áreas e en contextos diferentes.
B17	Capacidade para presentar, defender e debater ideas utilizando argumentos sólidos.
B19	Comunicación oral e escrita na lingua materna.
B22	Creatividade ou capacidade para pensar as cousas desde diferentes perspectivas, ofrecendo novas solucións aos problemas.
B24	Recoñecemento e respecto á diversidade e á multiculturalidade.
B25	Utilización das TIC no ámbito de estudo e do contexto profesional.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben afrontarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Coñecer e comprender o papel e as características dos medios de comunicación na actual sociedade da información e sociedade multipantalla así como a importancia da educación mediática no campo da educación formal.	A13	B1	C1
	A41	B2	C3
	A57	B3	C4
	A62	B4	C6
	A63	B5	C7
	A64	B6	C8
		B7	
		B8	
		B11	
		B12	
		B15	
		B16	
		B17	
		B22	
		B24	
	B25		



Ser capaz de levar a cabo procesos de investigación e análise crítico de distintos tipos de produtos mediáticos tendo en conta todos os aspectos que inflúen na súa produción, distribución e interacción cos medios así como elaborar propostas innovadoras e de calidade no campo da educación mediática e para o traballo de recepción dos medios de comunicación.	A12	B1	C1
	A13	B2	C3
	A21	B3	C4
	A41	B4	C7
	A57	B5	C8
	A62	B6	
	A63	B7	
	A64	B8	
		B10	
		B11	
		B12	
		B15	
		B16	
		B17	
	B19		
	B22		
	B24		
	B25		
Ser capaz de levar a cabo procesos de investigación para a produción, participación crítica e creación de produtos mediáticos propios así como elaborar propostas innovadoras e de calidade no campo da educación mediática e para o traballo de creación cos medios de comunicación.	A5	B1	C1
	A13	B2	C3
	A41	B3	C4
	A57	B4	C7
	A62	B5	C8
	A63	B6	
	A64	B7	
		B8	
		B11	
		B12	
		B15	
		B16	
		B17	
		B22	
	B24		
	B25		

Contents	
Topic	Sub-topic
1. A educación mediática como campo de estudio.	1.1 Historia e enfoques. 1.2 Lexislación e situación actual. 1.3 Dimensións e indicadores. 1.4 O método de proxectos e a ensinanza dos medios na escola.
2. Os medios de comunicación na sociedade multipantalla.	2.1 Multinacionais, converxencia e pensamento único. 2.2 Características dos medios. 2.3 Internet e as ferramentas 2.0



3. Os factores determinantes dos medios de comunicación.	3.1 Os propietarios. 3.2 A regulación dos medios. 3.3 Os aspectos económicos. 3.4 As audiencias. 3.5 O persoal. 3.6 As fontes. 3.7 As tecnoloxías.
4. Linguaxe da imaxe e análise de produtos mediáticos dirixidos a infancia.	4.1 A lectura de imaxes. 4.2 Os estereotipos. 4.3 A publicidade dirixida á infancia. 4.4 A programación infantil. 4.5 Os debuxos animados. 4.6 Os videoxogos.
5. A infancia e as súas interaccións cos medios de comunicación.	5.1 Investigación sobre medios e infancia. 5.2 Recepción activa, participación e creación de medios. 5.3 Ferramentas para a creación dixital. 5.4 Creación de redes sociais.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Document analysis	A13 A57 A62 B1 B3 B4 B5 B10 B11 B12 C4 C6 C8	6	6	12
Directed discussion	A13 B3 B7 B8 B16 B17 B19 B22 C1 C4 C6 C8	4.5	0	4.5
Workbook	A13 A57 A62 B1 B3 B4 B11 B12 B15 C6 C7 C8	0	24	24
ICT practicals	A57 A41 B2 B4 B5 B11 B12 B25 C3	0	10	10
Supervised projects	A5 A12 A13 A21 A41 A57 A62 A63 A64 B25 B24 B22 B19 B15 B12 B11 B10 B8 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1 C3 C4	10	20	30
Oral presentation	B5 B7 B12 B16 B17 B22 B25 C1 C3 C4	5	5	10
Practical test:	A13 A41 A57 A62 B2 B3 B10 B11 B12 B19 B22 C1 C4 C6 C8	5	10	15
Introductory activities	A13	1	0	1
Personalized attention		6	0	6

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Document analysis	Visualización e análise de presentacións, vídeos, fotos, documentos hipermedia, documentos escritos, etc.



Directed discussion	Debate sobre as fontes documentais analizadas.
Workbook	Análise de fontes escritas.
ICT practicals	Realización dun produto audiovisual.
Supervised projects	Creación do produto mediático, un sobre algunha das dimensións da educación mediática.
Oral presentation	Exposición do traballo tutelado.
Practical test:	Resposta a preguntas relacionadas cos fontes documentais traballadas nas clases.
Introductory activities	Presentación da materia e os procesos de avaliación.

Personalized attention

Methodologies	Description
ICT practicals Supervised projects	Seguimento do traballo en clases e tutorías.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Practical test:	A13 A41 A57 A62 B2 B3 B10 B11 B12 B19 B22 C1 C4 C6 C8	Resposta a preguntas relacionadas cos fontes documentais traballadas nas clases.	45
Directed discussion	A13 B3 B7 B8 B16 B17 B19 B22 C1 C4 C6 C8	Terase en conta a asistencia e participación nas clases.	10
Oral presentation	B5 B7 B12 B16 B17 B22 B25 C1 C3 C4	Presentación e explicación ante o grupo clase do produto mediático creado.	45

Assessment comments

<p>Esta materia é presencial. A non asistencia, xustificada ou non xustificada, ao menos o 80% das clases conlevarán o ter que realizar de forma individual o produto mediático e un exame final escrito. O alumnado asistente que quera subir nota poderá realizar tamén o exame.</p> <p>Por tanto, na 1ª oportunidade os estudantes que asistiron ás clases serán avaliados polos traballos individuais realizados ao longo do cuatrimestre, a presentación oral do produto mediático creado en grupo e a participación nas clases. Para superar a materia tanto os traballos individuais como a presentación oral do produto mediático deberán ter cada un unha puntuación mínima de 5 puntos. De non alcanzar esta puntuación deberán ir á 2ª oportunidade, facer o exame escrito e repetir o produto mediático de forma individual se este está suspenso. De non ser así podera conservarse a nota deste produto mediático realizado en grupo e facer só o exame.</p> <p>Os estudantes que non asistiron ás clases serán avaliados tanto na 1ª como na 2ª oportunidade mediante un exame escrito e produto mediático creado de forma individual.</p>

Sources of information



<p>Basic</p>	<p>Ambrós, Alba y Breu, Ramón (2011): 10 ideas clave para educar en medios de comunicación: la educación mediática. Barcelona. GraóAparici, Roberto, García Matilla, Agustín, Fernández Baena, Jenaro y Osuna Acedo, Sara (2009): La imagen: Análisis y representación de la realidad. Madrid. Gedisa. Aparici, Roberto et al (2010): Educomunicación: más allá del 2.0. Madrid. Gedisa. Buckingham, David (2004): Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea. Barcelona. Paidós. Buckingham, David (2008): Más allá de la tecnología: Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital. Buenos Aires. Manatíal. Digón Regueiro, Patricia (2006):El caduco mundo de Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela. Comunicar 26, pp-163-169 Digón Regueiro, Patricia (2008):Programación infantil y televisión sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar. Comunicar 31, pp 65-76. Digón Regueiro, Patricia y Tojeiro Ríos, Alicia (2010): La Educación mediática y el método de proyectos en los niveles de la Educación Infantil: una experiencia de investigación-acción para la enseñanza de los medios de comunicación. Segovia. Actas de I Congreso Internacional Educación Mediática y Competencia Digital.Digón Regueiro, Patricia y Iglesias Amorín, Fernando (2013): Videojuegos y educación infantil: análisis y propuestas de uso. Digón Regueiro, Patricia, Iglesias Amorín, Fernando y Tojeiro Ríos, Alicia (2013): La creación de un videojuego para trabajar la inteligencia emocional desde enfoques críticos. Barcelona. Actas de II Congreso Internacional Educación Mediática y Competencia Digital. Drotner, Kirsten and Livingston, Sonia eds. (2008): The international handbook of children, media and culture. London Sage. Ferrés Prat (2009): La educación como industria del deseo. Madrid. Gedisa. García Matilla, Agustín et al (2004): Los niños y los jóvenes frente a las pantallas. Madrid. Ministerio de Asuntos Sociales.García Matilla, Agustín, Buitrago, Alejandro y Navarro, Eva (2015): La Educación mediática y los profesionales de la comunicación. Madrid.Gedisa Giroux, Henry (2001): El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia. Madrid. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Masterman, Len (1993): La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid. Ediciones de la Torre. Jenkins, Henry (2009): Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la participación. Barcelona. Paidós Ibérica. Jenkins, Henry (2013): Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. New York. New York Univeristy Press.Marta Lazo, Carmen (2005): La televisión en la mirada de los niños. Madrid. Fragua. Osuna, Sara y Busón, Carlos (2006): Convergencia de medios. La integración tecnológica en la era digital. Barcelona. Icaria. Quin, Robyn (1996): Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: La enseñanza de los temas de representación de estereotipos. En Aparici, Roberto, coord.: La Revolución de medios audiovisuais. Educación y Nuevas tecnologías. Madrid. Ed. de la Torre. Ramonet, Ignacio (1998): La tiranía de la comunicación. Madrid. Debate. Reig, Dolors (2012): Socionomia: ¿Vas a perderte la revolución social?. Barcelona. Deusto S.AReig, Dolors (2013): Jóvenes en la era de la hiperconectividad, tendencias, claves, miradas. Madrid. Fundación TelefónicaSerrano, Pascual (2009): Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo. Barcelona. PenínsulaSerrano, Pascual (2010): Traficantes de información: la historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Madrid. Foca Shepherd, Rick (1996): Nosotros y los otros: Representación e ideología en el aula. En Aparici, Roberto, coord.: La Revolución de medios audiovisuais. Educación y Nuevas tecnologías. Madrid. Ed.de la Torre. Strasburger, Victor C. et al (2009): Children, adolescents and the media. London. Sage.</p> <p>http://www.ite.educacion.es/images/stories/congreso/descripcion_antonio_campuzano.pdf</p> <p>http://www.revistacomunicar.com/ http://gabinetecomunicacionyeducacion.com/</p> <p>http://www.educacionmediatica.eshttp://www.repositorioedmediatica.net/ http://www.airecomun.com/enlaces.html</p> <p>http://www.newmedialiteracies.org/blog/</p>
--------------	---



Complementary

Aguaded, José Ignacio (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona, Paidós.

Alonso Erasquin, Manuel y Matilla, Luis (1990): *Imágenes en acción. Análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*. Madrid. Akal.

Alonso Erasquin, Manuel; Matilla, Luis y Vázquez Freire, Miguel (1995): *Teleniños públicos, Teleniños privados*. Madrid. Ediciones de la Torre.

Ambrós, Alba y Breu, Ramón (2011): *10 ideas clave para educar en medios de comunicación: la educación mediática*. Barcelona. Graó

Aparici, Roberto (coord.) (1996): *La revolución de los medios audiovisuales. Educación y Nuevas Tecnologías*. Madrid. Ediciones de la Torre.

Aparici, Roberto y García Matilla, Agustín (1998): *Lectura de imágenes*. Madrid. Ediciones de la Torre. 3^o edición.

Aparici, Roberto; García Matilla, Agustín y Valdivia, Manuel (1992): *La imagen*. UNED.

Aparici, Roberto (2008): *Lectura de imágenes en la era digital*. Madrid. Ed. La Torre.

Aparici, Roberto (2008): *Manipulación y medios en la sociedad de la información*. Madrid. Ed. La Torre.

Aparici, Roberto et al (2010): *Educomunicación: más allá del 2.0*. Madrid. Gedisa.

Aznar, Hugo y Catalán, Miguel (2000): *Códigos éticos de publicidad y marketing*. Barcelona Paidós.

Ballesta, Javier (coord.) (1995): *Enseñar con los medios de comunicación*. Lérida. DMPPU.

Ballesta, Javier; Sancho, Juana y Area, Manuel (1998): *Los medios de comunicación en el currículum*. Murcia. KR.

Barker, Chris (2003): *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona, Paidós.

Bazalgette, Cary (1991): *Los medios audiovisuales en el escuela primaria*. Madrid. Morata-MEC.

Bonete Perales, Enrique (1999): *Ética de la comunicación audiovisual*. Madrid. Tecnos.

Bourdieu, Pierre (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona. Anagrama

Buckingham, David (2004): *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona. Paidós.

Buckingham, David (2008): *Más allá de la tecnología: Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires. Manatíal.

Burton, Graeme (2002): *More than meets the eye. A introduction to Media Studies. Third Edition*. London. Arnold.

Castells, Manuel (1998): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Fin de Milenio*. Madrid Alianza.

Castells, Manuel (2000): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad Red*. Madrid Alianza.

Cebrián, Juan Luis (1998): *La Red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*. Madrid. Taurus.

Clemente Díaz, Miguel e Vidal Vázquez, Miguel Ángel (1996): *Violencia y televisión*. Madrid, Editorial Noesis.

Corominas, Agustín (1995): *La comunicación audiovisual y su integración en en el currículum*. Barcelona. Graó.

Chomsky, Noam y Ramonet, Ignacio (1995): *Como nos venden la moto*. Barcelona. Icaria.

Chomsky, Noam (2001): *Dos horas de lucidez. Ideario del último pensador rebelde del milenio*. Barcelona. Ediciones Península.

Chomsky, Noam (2003): *Piratas y Emperadores. Terrorismo internacional en el mundo de hoy*. Barcelona. Ediciones B.

Grupo Zeta.

Digón Regueiro, Patricia (2005): *Las otras noticias y los telediarios españoles: una propuesta de análisis. Comunicar nº 25*, cd Digón Regueiro, Patricia (2006): *El caduco mundo de Disney: Una propuesta de análisis crítico de una película Disney de dibujos animados para trabajar en la escuela. Comunicar nº 26*. Digón Regueiro, Patricia (2008): *Programación infantil y televisión sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar. Comunicar 31*, pp 65-76. Digón Regueiro, Patricia y Tojeiro Ríos, Alicia (2010): *La Educación mediática y el método de proyectos en los niveles de la Educación Infantil: una experiencia de investigación-acción para la enseñanza de los medios de comunicación*. Segovia. UVA

Downing, John. ed. (2004): *The Sage Handbook of Media Studies*. London. Sage.

Drotner, Kirsten and Livingston, Sonia eds. (2008): *The international handbook of children, media and culture*. London Sage.

Estefanía, Joaquín (1998): *Contra el pensamiento único*. Madrid. Taurus.

Estefanía, Joaquín (2002): *Hij@, ¿qué es la globalización? La primera revolución del siglo XXI*. Madrid. Aguilar.

Feldman, Simon (1995): *La composición de la imagen en movimiento*. Barcelona. Gedisa.

Fergusson, Robert (2007): *Los medios de comunicación bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación*. Madrid. Gedisa.

Ferrés, Joan (1992): *Vídeo y educación*. Barcelona. Paidós.

Ferrés, Joan (1996a): *TV y educación*. Barcelona. Paidós.

Ferrés, Joan (1996b): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona. Paidós.

Ferrés, Joan (2000): *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona. Paidós.

Ferrés Prat (2009): *La educación como industria del deseo*. Madrid. Gedisa

Freire, Paulo (2003): *Pedagogía de la indignación*. Madrid. Morata.

Galeano, Eduardo (1998): *Patatas arriba. La escuela del mundo al revés*. Madrid. Siglo XXI.

García Matilla, Agustín (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa.

García Matilla, Agustín; Callejo Gallego, Javier; e Walzer, Alejandra (2004): *Los niños y los jóvenes frente a las pantallas*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

García Matilla, Agustín, Buitrago, Alejandro y Navarro, Eva (2015): *La Educación mediática y los profesionales de la comunicación*. Madrid. Gedisa

García Matilla, Eduardo e Aranz, Carlos M. (2001): *La nueva era de la televisión*. Madrid, Corporación Multimedia.

Gil Calvo, Enrique (2000): *Medias miradas. Un análisis cultural de la imagen femenina*. Madrid. Anagrama.

Giordano, Eduardo y Zeller, Carlos (1999): *Políticas de televisión. La configuración del*



mercado audiovisual. Barcelona. Icaria. Giordano, Eduardo (2000): ¿Medios de comunicación, ideología y poder?. Cuadernos de Pedagogía, nº297, pp.28-31. Giroux, Henry (1996): Placeres inquietantes. Aprendiendo la cultura popular. Barcelona. Paidós Educador. Giroux, Henry (2002): El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia. Madrid. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Giroux, Henry (2003): La inocencia robada. Juventud, multinacionales y política cultural. Madrid. Morata. Graviz, Ana y Pozo, Jorge (1994): Niños, medios de comunicación y su conocimiento. Barcelona. Herder. Greenfield, Patricia (1996): El niño y los medios de comunicación. Madrid. Morata. Gutiérrez Martín, Alfonso (2003): Alfabetización digital: más allá de ratones y teclas. Madrid. Gedisa. Hartley, John (2000): Los usos de la televisión. Barcelona Paidós. Held, David (ed.) (2000): A globalizing world? Cultura, economics, politics. London Routledge. Open University. Hobbs, R. & Jensen, A. (2009). The past, present and future of media literacy education. Journal of Media Literacy Education, (1) 1 - 11. Jenkins, Henry (2008): Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona. Paidós Ibérica. Jenkins, Henry (2009): Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la participación. Barcelona. Paidós Ibérica Jenkins, Henry (2010): Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión. Barcelona. Paidós Ibérica Jenkins, Henry (2013): Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. New York. New York University Press. Juset, Jordi (2000): La investigación de las audiencias en televisión. Fundamentos estadísticos. Barcelona Paidós. Kaplún, Mario (1998): Una pedagogía de la comunicación. Madrid Ed. de la Torre. Klein, Naomi (2001): No logo. El poder de las marcas. Barcelona. Paidós. Langer, John (2000): La televisión sensacionalista. Barcelona. Paidós. Lull, J. (1997): Medios, comunicación y cultura. Aproximación global. Buenos Aires. Amorrortu. Maestre Delgado, Manuel (2005): ¿Reality shows: el verdadero cerdo mediático? Comunicar nº25 cd Margalef, J.M. (1994): Guía para el uso de los medios de comunicación. Madrid. MEC. Marí Sáez, Víctor Manuel (1999): Globalización, nuevas tecnologías y comunicación. Madrid. Ediciones de la Torre. Marta Lazo, Carmen (2005): La televisión en la mirada de los niños. Madrid. Fragua Massey, Kimberly (2007): Media Literacy Workbook. San Jose State University Masterman, Len (1993): La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid. Ediciones de la Torre. Mattelart, Armand (1998): La mundialización de la comunicación. Barcelona. Paidós. Mattelart, Armand (1996): Publicidad. Barcelona. Paidós. Moliné, Marçal (1999): La fuerza de la publicidad. Saber hacer buena publicidad. Saber administrar su fuerza. Madrid. Cinco días. Morley, David (1996): Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires. Amorrortu. Negroponete, Nicholas (1995): El mundo digital. Madrid. Debate. Nightingale, Virginia (1999): El estudio de las audiencias. El impacto de lo real. Barcelona Paidós. Orozco, Guillermo (1996): Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Madrid. Ediciones de la Torre. Osuna, Sara y Busón, Carlos (2006): Convergencia de medios. La integración tecnológica en la era digital. Barcelona. Icaria. Paxson, Peyton ed. (2004): Media Literacy: Thinking Critically About Visual Culture. Walch Publishing Pérez Tornero, José Manuel (2002): Comunicación y educación en la sociedad de la información. Madrid. De la Torre. Pérez Tornero, José Manuel (1994): El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio. Barcelona, Paidós. Postman, Neil (1994): Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología. Barcelona. Galaxia Gutemberg. Potter, James (2005): Media Literacy. London Sage Qualter, Terence (1999): Publicidad y democracia en la sociedad de masas. Barcelona Paidós. Quin, Robyn Y McMahon, Barrie (1997): Historias y estereotipos. Madrid. Ediciones de la Torre. Ramonet, Ignacio (1998a): La tiranía de la comunicación. Madrid. Debate. Ramonet, Ignacio (1998b): Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación. Madrid. Alianza. Ramonet, Ignacio (2000): La golosina visual. Madrid. Debate. Reig, Dolors (2012): Socionomía: ¿Vas a perderte la revolución social?. Barcelona. Deusto S.A. Reig, Dolors (2013): Jóvenes en la era de la hiperconectividad, tendencias, claves, miradas. Madrid. Fundación Telefónica Rico, Lolo (1998): TV fábrica de mentiras. Madrid. Espasa. Río Pereda, Pablo del. et al (2004): Pígalión informe sobre el impacto de la televisión en la infancia. Madrid. Fundación Infancia y Aprendizaje. Roma, Pepa (2001): Jaque a la globalización. Cómo crean su red los movimientos sociales alternativos. Barcelona. Grijalbo Mondadori. San Martín Alonso, Ángel (2009): La escuela enredada: formas de participación escolar en la sociedad de la información. Madrid. Gedisa. San Martín Alonso, Ángel coord. (2012): Cuadernos de Pedagogía. Monográfico. nº 424. Cuando los jóvenes toman las cámaras. Sartori, G. (1998): Homo videns. La sociedad teledirigida. Madrid Taurus. Serrano, Pascual (2009): Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo. Barcelona. Península Serrano, Pascual (2010): Traficantes de información: la historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Madrid. Foca Singer, Dorothy and Signer Jerome eds. (2001): Handbook of children and the media. London Sage. Silverblatt, Art, Ferry, Jane and Finan Barbara (1999): Approaches to Media Literacy: A Handbook. New York. Sharpe. Silverblatt, Art (2001): Media

Literacy: Keys to Interpreting Media Messages. New York Praeger Pub Text Soler, Llorenç (1991): La televisión, una metodología para su aprendizaje. Barcelona. Gustavo Gili. Steinberg, Shirley R. y Kincheloe, Joe. (comps.) (2000): Cultura infantil y multinacionales. Madrid. Morata. Strasbuger, Victor C. et al (2009): Children, adolescents and the media. London. Sage. Tiffin, John y Rajasingham, L. (1997): En busca de la clase virtual. La educación en la sociedad de la información. Barcelona. Paidós. Torres Santomé, Jurjo (2001): Educación en tiempos de neoliberalismo. Madrid. Morata. Tyner, Kathleen Y Lloyd, Donna (1995): Aprender con los medios de comunicación. Madrid. Ediciones de la Torre. Van Dijk, Teun (1997): Racismo y análisis crítico de los medios. Barcelona. Paidós. VVAA (1999): Sur y comunicación. Una nueva cultura de la información. Barcelona. Icaria. Antrazyt/ Medicos Mundi. VVAA (2000): ATTAC. Contra la dictadura de los mercados. Barcelona Icaria.VVAA (2001): Porto Alegre. Otro mundo es posible. Madrid. El viejo topo.



Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Tecnoloxías da información e a comunicación en educación/652G01005
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Other comments
Seguimento continuo do traballo na materia dende o principio de curso. Adecuado traballo cooperativo no grupo. Asistencia a titorías.

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.