



Guía docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Educación y medios de comunicación social	Código	652G03037	
Titulación	Grao en Educación Social			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Pedagogía e Didáctica			
Coordinador/a	Digon Regueiro, Alba Patricia	Correo electrónico	patricia.digon@udc.es	
Profesorado	Digon Regueiro, Alba Patricia Estévez Blanco, Iris	Correo electrónico	patricia.digon@udc.es iris.estevezb@udc.es	
Web				
Descripción general	<p>En la llamada sociedad de la información, sociedad del conocimiento, sociedad del aprendizaje, sociedad multipantalla, sociedade del espectáculo, sociedad del entretenimiento, sociedad global, sociedad en red, sociedad digital, sociedad multicultural, sociedad de mercado, sociedad desigual, sociedade en crise? los educadores debemos preparar a los ciudadanos para este nuevo y cambiante contexto. La omnipresencia de los medios de comunicación y su poder en las sociedades occidentales obliga a que estos medios, y sus predominantes discursos audiovisuales, esten presentes tanto en el ámbito de la educación formal como en el ámbito de la educación no formal. El fin buscado en esta materia de educación mediática es favorecer la alfabetización en los medios de todos los ciudadanos ofreciendo la posibilidad de poder actuar como receptores críticos y participantes activos, creativos y comprometidos con la defensa de los valores democráticos.</p>			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A5	Identificar y analizar los factores contextuales que afectan a los procesos de intervención socioeducativa.
A9	Diseñar y desarrollar proyectos, programas y servicios en los diferentes campos de intervención profesional promoviendo la participación y el desarrollo comunitario.
A11	Observar, analizar, interpretar procesos de mediación social, cultural y educativa.
A13	Diseñar y llevar a cabo proyectos de investigación elementales aplicables a los diferentes campos de intervención.
A15	Elaborar y gestionar medios y recursos para la intervención socioeducativa.
B1	Elaborar, analizar, sintetizar, valorar y transmitir críticamente la información.
B4	Diseñar e impulsar espacios socioeducativos en contextos de diversidad atendiendo a la igualdad de género, a la equidad y respeto a los derechos humanos, favoreciendo el empoderamiento de las personas y colectivos ubicados en situaciones de desventaja social.
B5	Capacidad de mostrar actitudes coherentes con las concepciones éticas y deontológicas propias de la profesión.
B6	Adquirir y dominar habilidades comunicativas que permitan transmitir información, ideas y propuestas a diversas audiencias.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje	
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título



Conocer y comprender el papel y las características de los medios de comunicación en la actual sociedad de la información y sociedad multipantalla así como la importancia de la educación mediática en el campo de la educación social.	A5 A11	B1 B5 B6	C1 C3 C4 C6 C8
Ser capaz de llevar a cabo procesos de investigación y análisis crítico de distintos tipos de productos mediáticos teniendo en cuenta todos los aspectos que influyen en su producción, distribución e interacción con los mismos.	A11 A13 A15	B1 B4 B5 B6	C1 C3 C4 C6 C8
Ser capaz de llevar a cabo propuestas innovadoras y de calidad en el campo da educación mediática para el trabajo de recepción crítica y creación comprometida de medios de comunicación, introduciendo a su vez la perspectiva de la educación para el desarrollo y la ciudadanía global.	A9 A13 A15	B1 B4 B5 B6	C1 C3 C4 C6 C8

Contenidos	
Tema	Subtema
1. La educación mediática como campo de estudio.	1.1 Historia y enfoques. 1.2 Legislación y situación actual. 1.3 Dimensiones e indicadores.
2. Los medios de comunicación en la sociedad multipantalla.	2.1 Multinacionales, convergencia y pensamiento único. 2.2 Características de los medios. 2.3 Internet y las herramientas 2.0, 3.0,...
3. Los factores determinantes de los medios de comunicación.	3.1 Los propietarios. 3.2 La regulación de los medios. 3.3 Los aspectos económicos. 3.4 Las audiencias. 3.5 El personal. 3.6 Las fuentes. 3.7 Las tecnologías.
4. Lenguaje de la imagen y análisis de productos mediáticos	4.1 La lectura de imágenes. 4.2 Los estereotipos. 4.3 La publicidad. 4.4 La programación infantil. 4.5 Los informativos televisivos. 4.6 La telerrealidad. 4.6 Redes sociales e influencers.
5. Audiencias y sus interacciones con los medios de comunicación.	5.1 Investigación sobre audiencias. 5.2 Recepción activa, participación y creación de medios. 5.3 Herramientas para la creación digital. 5.4 Redes sociales, usos y creación. 5.5 Adicción digital.

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Análisis de fuentes documentales	A5 A11 B1 C4 C6 C8	10	0	10
Discusión dirigida	B5 B6 C1	5	0	5



Lecturas	A5 A11 B1 C6 C8	0	32	32
Prácticas a través de TIC	A9 A13 A15 B4 C3 C6	0	20	20
Trabajos tutelados	A9 A11 A15 B1 B5 B6 C3 C4	10	20	30
Presentación oral	A15 B1 B5 B6 C1 C3	5	10	15
Estudio de casos	A5 A11 A13 B1 B6 C1 C3 C4 C6	10	20	30
Actividades iniciales	A5	2	0	2
Atención personalizada		6	0	6

(\*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Análisis de fuentes documentales	Lectura, visualización e análise de presentacióne, películas, documentales, vídeos, fotos, documentos hipermedia, documentos escritos, etc
Discusión dirigida	Debate sobre los documentales, películas, programas de radio y otros documentos trabajados en las clases.
Lecturas	Análisis de fuentes escritas.
Prácticas a través de TIC	Uso de programa de creación multimedia para la elaboración del producto mediático. Búsquedas en la red.
Trabajos tutelados	Elaboración individual de una breve propuesta educativa de trabajo para los medios de comunicación.
Presentación oral	Exposición y explicación ante el grupo clase del producto mediático creado.
Estudio de casos	Elección de un producto mediático consumido por un grupo o colectivo determinado y análisis de distintos aspectos que tienen que ver con las dimensiones de la educación mediática.
Actividades iniciales	Presentación da materia e os procesos de evaluación.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas a través de TIC Trabajos tutelados Estudio de casos	Seguimiento del trabajo individual y en grupo en las clases expositivas e interactivas y en las tutorías.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	A9 A11 A15 B1 B5 B6 C3 C4	Evaluación de la breve propuesta educativa de trabajo para los medios de comunicación en el campo de la educación social en la que se conecte el producto audiovisual creado. Entre los criterios de evaluación está que en la propuesta los medios de comunicación sean objeto de estudio y no solo recurso educativo; que en la propuesta se trabajen alguno de los aspectos de la Educación para el desarrollo y la dimensión global; que en la propuesta se trabajen las dimensiones de la educación mediática, teniendo en cuenta la vertiente del análisis y de la creación; que se describan actividades concretas; conexión con los contenidos trabajados en las clases y lo aprendido con el estudio de caso.	30



Estudio de casos	A5 A11 A13 B1 B6 C1 C3 C4 C6	Evaluación de la investigación de un producto mediático. La investigación tendrá como guía la respuesta a cuatro preguntas claves de la educación mediática sobre el caso elegido libremente y centrado en algún producto mediático de interés para los estudiantes. Entre los criterios de evaluación está la respuesta al mayor número posible de aspectos que se recogen para cada una de las cuatro preguntas y la conexión con los contenidos trabajados en las clases.	35
Presentación oral	A15 B1 B5 B6 C1 C3	Evaluación de la presentación del producto mediático creado. El producto mediático consistirá en un producto audiovisual de un género elegido libremente en el que se le dará voz a colectivos silenciados en los medios de comunicación de masas conectando la educación mediática con la educación para el desarrollo y la ciudadanía global. Entre los criterios de evaluación están que el guión responda claramente al objetivo de dar voz a colectivos silenciados y que sea apropiado al formato elegido; la calidad técnica y estética; que la presentación sea atractiva donde se cuente el proceso de creación y los aprendizajes conseguidos; y la intervención de todos los miembros del grupo.	35

### Observaciones evaluación

Los estudiantes que asistan al 80 % de las clases pueden acogerse al modelo de evaluación por trabajos teniendo que tener al menos 5 puntos en cada uno de ello (propuesta individual, estudio de caso en grupo y producto mediático en grupo) para aprobar.

Los estudiantes que no asistan de manera justificada o no justificada al 80% de las clases tendrán que realizar los tres trabajos de forma individual y un examen escrito. Las porcentajes serán las siguientes: Tres trabajos individuales (propuesta, estudio de caso y producto mediático) cada uno 10% de la nota teniendo que obtener un mínimo de 5 puntos en cada uno de ellos para aprobar; examen escrito 70% teniendo que obtener un mínimo de 5 puntos en el mismo para aprobar. Este modelo

de evaluación se aplicará también al alumnado asistente que haya suspendido y se aplicará también en la 2ª oportunidad de julio.

Los estudiantes que tengan reconocida tanto la condición de estudiante a tiempo parcial como la dispensa académica especial tendrán que asistir al 100% de las clases expositivas siendo evaluados de la siguiente manera: Tres trabajos individuales (propuesta, estudio de caso y producto mediático) cada uno 30% de la nota teniendo que obtener un mínimo de 5 puntos en cada uno de ellos para aprobar.

### Fuentes de información

Básica	
Complementaria	

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Tecnologías de la información y la comunicación social/652G03009

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

#### Asignaturas que continúan el temario

### Otros comentarios

Seguimiento continuo del trabajo en la materia desde el principio de curso. Adecuado trabajo cooperativo en el grupo. Asistencia a tutorías.

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías