



Teaching Guide

| Identifying Data | | | | | 2023/24 |
|--------------------------|---|--------|-----------|---------|---------|
| Subject (*) | Media Education in a Multi-Screen Society | Code | 652439008 | | |
| Study programme | Mestrado Universitario en Innovación, Orientación e Avaliación Educativa | | | | |
| Descriptors | | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits | |
| Official Master's Degree | 2nd four-month period | First | Optional | 3 | |
| Language | SpanishGalician | | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | | |
| Prerequisites | | | | | |
| Department | Pedagogía e Didáctica | | | | |
| Coordinador | | E-mail | | | |
| Lecturers | | E-mail | | | |
| Web | | | | | |
| General description | <p>A finalidade do título Master Universitario en ?Innovación, Orientación e Avaliación Educativa? é a adquisición por parte do estudante dunha formación avanzada de carácter especializado e multidisciplinar no campo da Innovación, Orientación e Avaliación educativa, encamiñada a súa especialización académica e científica e a promover a iniciación en tarefas investigadoras. Preténdese formar profesionais e investigadores cunha visión crítica e proactiva, que contén cos elementos teóricos, metodolóxicos e tecnolóxicos necesarios para deseñar, avaliar e liderar alternativas educativas innovadoras. A asignatura A educación dos medios de comunicación na sociedade multipantalla aporta aos estudos deste máster a necesaria formación académico/investigadora no campo da educación mediática para aqueles estudantes que queiran seguir a súa carreira académica e profesional neste ámbito. A educación mediática non só é un área de estudo de especial relevancia na sociedade actual, a cal é definida como sociedade da información e sociedade multipantalla, senon que é un área fundamental na formación de toda aquela persoa interesada na investigación e a innovación educativa. Todo profesional e investigador no ámbito educativo debe coñecer o papel dos medios de comunicación na sociedade actual e na educación; debe ademais ser capaz de analizar de forma crítica os produtos mediáticos tendo en conta todos os aspectos relacionados coa súa produción, distribución e recepción; debe tamén ser capaz de levar a cabo procesos de produccion, participación crítica e creación propia de produtos mediáticos; e debe finalmente ser capaz de contribuir ao avance da investigación e aplicación nos campos de acción educativa dunha adecuada educación en medios de comunicación.</p> | | | | |

Study programme competences

| Code | Study programme competences |
|------|---|
| A2 | Ser capaz de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos críticos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos. |
| A7 | Ser capaz de realizar unha análise crítica, avaliación e síntese de ideas novas e complexas. |
| A8 | Ser capaz de fomentar, en contextos académicos e profesionais, o avance tecnolóxico, social ou cultural dentro dunha sociedade baseada no coñecemento, a innovación nos procesos educativos, a avaliación e o cambio. |
| A12 | Deseñar e realizar investigacións educativas tanto con metodoloxías cuantitativas como cualitativas para identificar problemas e necesidades. |
| A14 | Utilizar de maneira creativa as novas tecnoloxías para optimizar os procesos de ensino-aprendizaxe e orientación profesional, e deseñar sistemas para educación con base en Internet. |
| A17 | Xerar coñecementos e capacidades científicas para elaborar proxectos de innovación educativa que incrementen a xustiza social nos ámbitos do xénero, a multiculturalidade, a discapacidade, a clase social e a identidade asociada a calquera característica humana. |
| A18 | Desenvolver temáticas propias da Sociedade da Información aplicadas á educación para promover a igualdade social e rexional, e a mellora do benestar e a calidade de vida dos cidadáns e das cidadás. |



| | |
|-----|---|
| A19 | Preparar ós futuros investigadores para a transformación e innovación do sistema educativo formal e da educación non formal e responder ós retos que a Sociedade da Información xera, aproveitándose das posibilidades que ofrecen as telecomunicacións para a aprendizaxe. |
| B1 | Capacidade de análise e síntese. |
| B2 | Capacidade de adaptación a situacións novas. |
| B3 | Traballar de forma autónoma e con iniciativa. |
| B4 | Traballar de forma colaborativa. |
| B5 | Capacidade de organización e planificación. |
| B6 | Capacidade de innovar (creatividade) dentro de contextos educativos formais e non formais. |
| B7 | Comportarse con ética e responsabilidade social como cidadán e como investigador. |
| B8 | Ser capaz de comunicarse cos seus compañeiros, coa comunidade educativa e coa sociedade en xeral no ámbito das súas áreas de coñecemento. |
| 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. |
| C5 | Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras. |
| 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 | AR6 AR7 AR17 | BR1 BR7 | CC4 CC8 |
| 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 | AR2 AR6 AR11 AR17 | BR1 BR4 | CC1 CC3 |
| Ser capaz de levar a cabo procesos de investigación para a produción, participación crítica e creación de produtos mediáticos propios. | AR2 AR7 AR11 AR13 AR17 AR18 | BR2 BR4 BR6 | CC1 CC3 CC4 |
| Ser capaz de elaborar propostas innovadoras e de calidade no campo da educación mediática e para o traballo educativo cos medios de comunicación. | AR7 AR16 AR17 AR18 | BR2 BR3 BR4 BR5 BR6 BR7 BR8 | CC5 CC7 |

| Contents | |
|----------|-----------|
| Topic | Sub-topic |



| | |
|---|---|
| Os medios de comunicación na sociedade multipantalla. | Características da sociedade da información e a sociedade multipantalla. Papel e características dos medios de comunicación na sociedade actual. |
| A educación en medios de comunicación. | Historia e perspectivas de traballo e investigación no campo da educación mediática. Educación mediática e política educativa. |
| Os factores determinantes dos medios de comunicación. | As institucións dos medios e as súas formas de funcionamento. A investigación sobre os procesos de produción mediática. |
| A análise de produtos mediáticos. | Lectura de imaxes e outras técnicas para á análise de produtos mediáticos. Propostas de investigación e análise de distintos produtos mediáticos. |
| As audiencias e os procesos de interacción. | Os estudos sobre audiencias. Propostas de investigación das interaccións audiencias-medios. |
| A produción e creación de produtos mediáticos. | Recursos tecnolóxicos de software comercial, gratuito e/ou libre e recursos da web 2.0 para a participación crítica e a creación mediática. Elaboración de propostas de investigación e produción mediática. |
| O traballo educativo cos medios de comunicación. | Estratexias de aula na educación mediática. Elaboración de propostas innovadoras de traballo educativo con medios de comunicación. |

Planning

| Methodologies / tests | Competencies | Ordinary class hours | Student?s personal work hours | Total hours |
|------------------------|--------------|----------------------|-------------------------------|-------------|
| Workbook | | 0 | 6 | 6 |
| Supervised projects | | 15 | 15 | 30 |
| ICT practicals | | 9 | 9 | 18 |
| Document analysis | | 9 | 0 | 9 |
| Directed discussion | | 9 | 0 | 9 |
| Personalized attention | | 3 | 0 | 3 |

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

Methodologies

| Methodologies | Description |
|---------------------|---|
| Workbook | O estudante terá a que levar a cabo unha serie de lecturas de documentos escritos, audiovisuais e na rede sobre os contidos da materia. |
| Supervised projects | O estudante levará a cabo unha serie de traballos que exemplifican os distintos conceptos clave da educación mediática explicados nas clases. |
| ICT practicals | Se realizarán actividades de produción e creación utilizando diversos recursos tecnolóxicos. |
| Document analysis | Se realizarán actividades de análise de documentos escritos, audiovisuais e na rede. |
| Directed discussion | Se realizarán actividades de debate sobre as presentación e explicacións realizadas pola docente e sobre ás análise de fontes documentais levadas a cabo. |

Personalized attention

| Methodologies | Description |
|---------------|-------------|
|---------------|-------------|



| | |
|---------------------------------------|---|
| Supervised projects ICT practicals | Nas horas dedicadas a tutorización do estudante se atenderá a todas as dúbidas que podan xurdir na realización das tarefas requeridas nos traballos tutelados, na investigación do estudio de caso, no proceso de produción e creación dun produto mediático e na realización dunha proposta innovadora de traballo educativo cos medios de comunicación. Haberá unha titoría obrigatoria. |
|---------------------------------------|---|

Assessment

| Methodologies | Competencies | Description | Qualification |
|---------------------|--------------|--|---------------|
| Supervised projects | | Actividades realizadas nas clases | 40 |
| ICT practicals | | Produción e creación de produtos mediáticos. | 40 |
| Directed discussion | | Participación nas clases. | 20 |

Assessment comments

Debido a natureza da materia e as poucas sesións que temos é fundamental a asistencia ás clases, a non asistencia será penalizada á hora da avaliación.

Sources of information



| | |
|--------------|---|
| <p>Basic</p> | <p>Aparici, Roberto (1995): ?La enseñanza de los medios?, Cuadernos de Pedagogía, nº241, pp.10-12. Aparici, Roberto (2008): Lectura de imágenes en la era digital. Madrid. Ed. La Torre. Aparici, 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. Manatial Digón Regueiro, Patricia (2005): ?Las otras noticias y los telediarios españoles: una propuesta de análisis?. Comunicar, nº25, cd. 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. UVA Downing, John. ed. (2004): The Sage Handbook of Media Studies. London. Sage. Fergusson, Robert (2007): Los medios de comunicación bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación. Madrid. Gedisa 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. Giordano, Eduardo (2000): Medios de comunicación, ideología y poder. Cuadernos de Pedagogía, 297. pp.28-31. Giroux, Henry (2001): El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia. Madrid. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Hobbs, R. & Jensen, A. (2009). The past, present and future of media literacy education. Journal of Media Literacy Education, (1) 1 - 11. Jenkins, Henry (2006): Convergence Culture:la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona. Paidó. Ibérica. Jenkins, Henry (2009): Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la participación. Barcelona. Paidós Ibérica Maestre Delgado, Manuel (2005): ?Reality shows: el verdadero cerdo mediático? Comunicar nº25 cd Marta Lazo, Carmen (2005): La televisión en la mirada de los niños. Madrid. Fragua. Massey, Kimberly (2007): Media Literacy Workbook. San Jose State Unievrsty. Masterman, Len (1993): La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid. Ediciones de la Torre. 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. Orozco, Guillermo (1996): Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Madrid. Ediciones de la Torre. Paxson, Peyton ed. (2004): Media Literacy: Thinking Critically About Visual Culture. Walch Publishing Potter, James (2005): Media Literacy. Londn Sage. Ramonet, Ignacio (1998): La tiranía de la comunicación. Madrid. Debate. 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. 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 Documentos audiovisuales e na rede: Aparici, Roberto; García Sipido, Ana; Matilla, Agustín; Valdivia, Manuel (1998): Lectura de la imagen y medios audiovisuales. La imagen. Dvd. La imagen en movimiento Dvd. Madrid. UNED. Mark Achbar y Peter Wintonick (1992): Noam Chomsky y los medios de comunicación. Canada. National Film Board. http://www.ite.educacion.es/images/stories/congreso/descripcion_antonio_campuzano.pdf http://www.youtube.com/watch?v=CzYzVXxbAoA http://www.youtube.com/watch?v=OwWbvdIHVE http://www.medialiteracy.com/ http://www.revistacomunicar.com/ http://gabinetecomunicacionyeducacion.com/ http://www.robertoaparici.net/ http://www.ntedu-uned.es/ntedu/ http://www.educacionmediatica.es http://www.airecomun.com/enlaces.html http://www.newmedialiteracies.org/blog/</p> |
|--------------|---|



(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 Juaset, 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 cdMargalef, 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 Unievrsity 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, Marcal (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. Negroponte, 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. 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 educativa de la televisión. Para comprender y usar el medio. Barcelona, Paidós. Postman, Neil (1994): TecnoPolis. La rendición de la cultura a la tecnología. Barcelona. Galaxia Gutemberg. Potter, James (2005): Media Literacy. Londn 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. Rico, Lolo (1998): TV fábrica de mentiras. Madrid. Espasa. Río Pereda, Pablo del. et al (2004): Pigmalión 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. 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, Llorenc (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. Strasburger, 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 |
| Subjects that are recommended to be taken simultaneously |
| Politics, Culture, Education and Justice in Democratic Societies/652439013 |
| Subjects that continue the syllabus |
| Other comments |
| Asistencia ás clases, adecuado traballo colaborativo e individual dende o principio das clases, 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.