



Guía docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	La educación de los medios de comunicación en la sociedad multipantalla	Código	652439008	
Titulación	Mestrado Universitario en Innovación, Orientación e Avaliación Educativa			
Descritores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	3
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Pedagogía e Didáctica			
Coordinador/a		Correo electrónico		
Profesorado		Correo electrónico		
Web				
Descripción general	<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 estudio 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>			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A2	Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios críticos a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A7	Ser capaz de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A8	Ser capaz de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento, la innovación en los procesos educativos, la evaluación y el cambio.
A12	Diseñar y realizar investigaciones educativas tanto con metodologías cuantitativas como cualitativas para identificar problemas y necesidades.
A14	Utilizar de manera creativa las nuevas tecnologías para optimizar los procesos de enseñanza-aprendizaje y orientación profesional, y diseñar sistemas para educación con base en Internet.
A17	Generar conocimientos y capacidades científicas para elaborar proyectos de innovación educativa que incrementen la justicia social en los ámbitos del género, la multiculturalidad, la discapacidad, la clase social y la identidad asociada a cualquier característica humana.
A18	Desarrollar temáticas propias de la Sociedad de la Información aplicadas a la educación para promover la igualdad social y regional, y la mejora del bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos y ciudadanas.



A19	Preparar a los futuros investigadores para la transformación e innovación del sistema educativo formal y de la educación no formal y responder a los retos que la Sociedad de la Información genera, aprovechándose de las posibilidades que ofrecen las telecomunicaciones para el aprendizaje.
B1	Capacidad de análisis y síntesis.
B2	Capacidad de adaptación a situaciones nuevas.
B3	Trabajar de forma autónoma y con iniciativa.
B4	Trabajar de forma colaborativa.
B5	Capacidad de organización y planificación.
B6	Capacidad de innovar (creatividad) dentro de contextos educativos formales y no formales.
B7	Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano y como investigador.
B8	Ser capaz de comunicarse con sus compañeros, con la comunidad educativa y con la sociedad en general en el ámbito de sus áreas de conocimiento.
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.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
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 del título		
Coñecer e comprender o papel e as características dos medios de comunicación na actual sociedade da información e sociedade multipantalla	AI6 AI7 AI17	BI1 BI7	CM4 CM8
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	AI2 AI6 AI11 AI17	BI1 BI4	CM1 CM3
Ser capaz de levar a cabo procesos de investigación para a produción, participación crítica e creación de produtos mediáticos propios.	AI2 AI7 AI11 AI13 AI17 AI18	BI2 BI4 BI6	CM1 CM3 CM4
Ser capaz de elaborar propostas innovadoras e de calidade no campo da educación mediática e para o traballo educativo cos medios de comunicación.	AI7 AI16 AI17 AI18	BI2 BI3 BI4 BI5 BI6 BI7 BI8	CM5 CM7

Contenidos	
Tema	Subtema



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.

Planificación

Metodoloxías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / traballo autónomo	Horas totales
Lecturas		0	6	6
Trabajos tutelados		15	15	30
Prácticas a través de TIC		9	9	18
Análisis de fontes documentales		9	0	9
Discusión dirixida		9	0	9
Atención personalizada		3	0	3

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

Metodoloxías

Metodoloxías	Descrición
Lecturas	O estudante terá a que levar a cabo unha serie de lecturas de documentos escritos, audiovisuais e na rede sobre os contidos da materia.
Trabajos tutelados	O estudante levará a cabo unha serie de traballos que exemplifican os distintos conceptos clave da educación mediática explicados nas clases.
Prácticas a través de TIC	Se realizarán actividades de produción e creación utilizando diversos recursos tecnolóxicos.
Análisis de fontes documentales	Se realizarán actividades de análise de documentos escritos, audiovisuais e na rede.
Discusión dirixida	Se realizarán actividades de debate sobre as presentación e explicacións realizadas pola docente e sobre ás análise de fontes documentais levadas a cabo.



Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Prácticas a través de TIC	Nas horas dedicadas a tutorización do estudante se atenderá a todas as dúbidas que podan xurdir na realización das tarefas requiridas nos traballos tutelados, na investigación do estudo 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.

Evaluación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Calificación
Traballos tutelados		Actividades realizadas nas clases	40
Prácticas a través de TIC		Produción e creación de produtos mediáticos.	40
Discusión dirixida		Participación nas clases.	20

Observacións avaliación

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.

Fuentes de información

--



<p>Básica</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.



Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Política, cultura, educación y justicia curricular en sociedades democráticas/652439013
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios
Asistencia ás clases, adecuado traballo colaborativo e individual dende o principio das clases, asistencia a titorías.

(*) 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