



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data			2019/20	
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	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 mediatica 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 productos 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.			

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 requiridas 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 tutoría 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



Basic	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. Manatíal 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. Paidós 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 Univerrsity. 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=OwWbvdllHVE 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/
-------	--



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.

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. 3ª 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 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): Educar 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): Patas 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, Eduardo e Arnanz, 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 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 Univervsity 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



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

(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.