



Guía docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Infancia, TV y otras pantallas		Código	652G01037
Titulación	Grao en Educación Infantil			
Descriptoros				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	4.5
Idioma	CastellanoGallegoInglés			
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	Correo electrónico	patricia.digon@udc.es	
Web				
Descripción general	En la llamada sociedad de la información, sociedad del conocimiento, sociedad del aprendizaje, sociedad multipantalla, sociedad del espectáculo, sociedad del entretenimiento, sociedad global, sociedad en red, sociedad digital, sociedad multicultural, sociedade de mercado, sociedade desigual, sociedad en crisis? la escuela debe preparar 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, estén presentes en las aulas y en las escuelas desde los niveles de la Educación Infantil. Como sabemos las niñas y niños ya son consumidores de medios desde edades tempranas y por esto los futuros docentes de estos niveles educativos deben desarrollar una serie de capacidades relacionadas con la educación mediática tanto en su formacion inicial como en su formación permanente. El fin buscado en esta materia de educación mediática es favorecer la alfabetización en los medios actuando como receptores críticos y participantes activos, creativos y comprometidos con la defensa de los valores democráticos.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A5	Saber promover la adquisición de hábitos en torno a la autonomía, la libertad, la curiosidad, la observación, la experimentación, la imitación la aceptación de normas y de límites, el juego simbólico y heurístico.
A12	Promover y colaborar en acciones dentro y fuera de la escuela, organizadas por familias, ayuntamientos y otras instituciones con incidencia en la formación ciudadana.
A13	Analizar e incorporar de forma crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan a la educación familiar y escolar: impacto social y educativo de los lenguajes audiovisuales y de las pantallas; cambios en las relaciones de género e intergeneracionales; multiculturalidad e interculturalista; discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.
A21	Saber trabajar en equipo con otros profesionales de dentro y fuera del centro en la atención a cada estudiante, así como en la planificación de las secuencias de aprendizaje y en la organización de las situaciones de trabajo en el aula y en el espacio de juego, identificando las peculiaridades del periodo 0-3 y del periodo 3-6.
A41	Fomentar experiencias de iniciación a las tecnologías de la información y la comunicación.
A57	Analizar los lenguajes audiovisuales y sus implicaciones educativas.
A62	Relacionar teoría y práctica con la realidad del aula y del centro.
A63	Participar en la actividad docente y aprender a saber hacer, actuando y reflexionando desde la práctica.
A64	Participar en las propuestas de mejora en los distintos ámbitos de actuación que se puedan establecer en un centro.
B1	Aprender a aprender.
B2	Resolver problemas y tomar decisiones de forma efectiva.
B3	Aplicar un pensamiento crítico, autocrítico, lógico y creativo.
B4	Trabajar de forma autónoma con iniciativa y espíritu emprendedor.
B5	Trabajar de forma colaborativa.
B6	Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano y como profesional.
B7	Comunicarse de manera efectiva en un contorno de trabajo.
B8	Capacidad de adaptación a situaciones novedosas.



B10	Capacidad de análisis y síntesis.
B11	Capacidad de búsqueda y manejo de información.
B12	Capacidad de organización y planificación.
B15	Capacidad para asumir la necesidad de un desarrollo profesional continuo, a través de la reflexión sobre la propia práctica.
B16	Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos en otras áreas y en contextos diferentes.
B17	Capacidad para presentar, defender y debatir ideas utilizando argumentos sólidos.
B19	Comunicación oral y escrita en la lengua materna.
B22	Creatividad o capacidad para pensar las cosas desde diferentes perspectivas, ofreciendo nuevas soluciones a los problemas.
B24	Reconocimiento y respeto a la diversidad y a la multiculturalidad.
B25	Utilización de las TIC en el ámbito de estudio y del contexto profesional.
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.
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	
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 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 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.	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 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.	A5	B3	C1
	A13	B4	C4
	A41	B10	C6
	A57	B11	
	A62	B12	
	A64	B19	
		B22	

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. 1.4 El método de proyectos y la educación mediática.
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. El lenguaje de la imagen y el análisis de productos mediáticos dirigidos a la infancia.	4.1 La lectura de imágenes. 4.2 Los estereotipos. 4.3 La publicidad dirigida a la infancia. 4.4 La programación infantil. 4.5 Los dibujos animados. 4.6 Los videojuegos. 4.7 Telerrealidad con menores y para las familias. 4.8 Redes sociales y menores influencers.



5. La infancia y sus interacciones con los medios de comunicación.	5.1 Investigación sobre medios e infancia. 5.2 Recepción activa, participación y creación de medios. 5.3 Herramientas para la creación digital. 5.4 Redes sociales, usos y creación.
--	---

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Análisis de fuentes documentales	A13 A57 A62 B1 B3 B4 B5 B10 B11 B12 C4 C6 C8	6	6	12
Discusión dirigida	A13 B3 B7 B8 B16 B17 B19 B22 C1 C4 C6 C8	4.5	0	4.5
Lecturas	A13 A57 A62 B1 B3 B4 B11 B12 B15 C6 C7 C8	0	24	24
Prácticas a través de TIC	A41 A57 B2 B4 B5 B11 B12 B25 C3	0	10	10
Trabajos tutelados	A5 A12 A13 A21 A41 A57 A62 A63 A64 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B10 B11 B12 B15 B19 B22 B24 B25 C3 C4	10	20	30
Presentación oral	B5 B7 B12 B16 B17 B22 B25 C1 C3 C4	5	5	10
Estudio de casos	A13 A41 A57 A62 B2 B3 B10 B11 B12 B19 B22 C1 C4 C6 C8	5	10	15
Actividades iniciales	A13	1	0	1
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 presentaciones, 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	Descrición
Prácticas a través de TIC Trabajaos tutelados Estudio de casos	Seguimiento do traballo individual e en grupo enlas clases expositivas e interactivas e en las tutorías.

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descrición	Calificación
Trabajaos tutelados	A5 A12 A13 A21 A41 A57 A62 A63 A64 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B10 B11 B12 B15 B19 B22 B24 B25 C3 C4	Evaluación de la breve proposta educativa de traballo para los medios de comunicación en el campo da educación infantil e teniendo en cuenta las dimensiones de la educación mediática.	30
Estudio de casos	A13 A41 A57 A62 B2 B3 B10 B11 B12 B19 B22 C1 C4 C6 C8	Evaluación de la investigación de un produto mediático. La investigación tendrá como guía la resposta a cuatro preguntas claves de la educación mediática sobre el caso elegido libremente e centrado en algún produto mediático de interés para los estudiantes.	35
Presentación oral	B5 B7 B12 B16 B17 B22 B25 C1 C3 C4	Evaluación de la presentación del produto mediático creado. El produto mediático consistirá en un produto audiovisual de un género elegido libremente e dirigido a niños e niñas de la etapa de la educación infantil en el que se trabajaará algún aspecto relacionado con la educación para el desarrollo e la ciudadanía global.	35

Observaciones evaluación
Los estudiantes que asistan al 80 % de las clases pueden acogerse al modelo de evaluación por traballos teniendo que tener al menos 5 puntos en cada uno de ellos (propuesta individual, estudio de caso en grupo e produto 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 traballos de forma individual e un examen escrito. Las porcentajes serán las siguientes: Tres traballos individuales (propuesta, estudio de caso e produto mediático) cada uno 10% de la nota teniendo que obtener un mínimo de 5 puntos en cada un de ellos para aprobar; examen escrito 70% teniendo que obtener un mínimo de 5 puntos en el mismo para aprobar. Este modelo de avaluación se aplicará también al alumnado asistente que haya suspendido e se aplicará también en la 2ª oportunidade 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 traballos individuales (propuesta, estudio de caso e produto mediático) cada un 30% de la nota teniendo que obtener un mínimo de 5 puntos en cada uno de ellos para aprobar.

Fuentes de información



Básica	· Ambrós, Alba y Breu, Ramón (2011) 10 ideas clave para educar en medios de comunicación: la educación mediática. Barcelona. Graó. · Aparici, Roberto, Díez Ángeles y Tucho, Fernando (coords.) (2007) Manipulación y medios en la sociedad de la información. 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. · Cubells, Mariola (2013) ¿Y tu que miras? La televisión que no ves. Barcelona. Roca · 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. · Ferrés, Joan y Piscitelli, Alejandro (2012): La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar 38, pp.75-82. · Masterman, Len (1993) La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid. Ediciones de la Torre. · Pariser, Eli (2017): El filtro burbuja. Madrid. Taurus. · Ramonet, Ignacio (1998) La tiranía de la comunicación. Madrid. Debate. Tur, Victoria (2005): Aproximación a la medida empírica de la calidad del audiovisual dirigido a niños. Comunicar 25 Película: Un juego de inteligencia Documentales: Los nuevos amos del mundo; Estás nominado: cuando la realidad supera a la ficción Libros de actas: I Congreso Internacional de Educación Mediática y Competencia Digital: La cultura de la participación; II Congreso Internacional de Educación Mediática y Competencia Digital: Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizaje
--------	--



Complementaría

Abreu De, Belinha, et. al (2017) International Handbook of Media Literacy. London, New York: Routledge.

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. 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, Díez Ángeles y Tucho, Fernando (coords.) (2007): 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. Manantial.

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.

Cubells, Mariola (2013) ¿Y tu que miras? La televisión que no ves. Barcelona. Roca.

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.

Digón Regueiro, Patricia (2014) Los informativos televisivos en el aula: un modelo para analizarlos y una propuesta para crearlos. Comunicación y Pedagogía 271-272.

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.

Ferrés, Joan y Piscitelli, Alejandro (2012): La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar 38, pp.75-82.

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 Aranz, Carlos M. (2001): La nueva era de la televisión. Madrid, Corporación Multimedia. García Matilla, Agustín, Buitrago, Alejandro y Navarro, Eva (2015): La Educación mediática y los profesionales de la comunicación. Madrid. Gedisa. 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 (2013): Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. New York. New York University Press. Jenkins, Henry (2010): Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión. Barcelona. Paidós Ibérica. 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. 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. 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. Osuna, Sara y Busón, Carlos (2006): Convergencia de medios. La integración tecnológica en la era digital. Barcelona. Icaria. Pariser, Eli (2017): El filtro burbuja. Madrid. Taurus. 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): Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología. Barcelona. Galaxia Gutenberg. 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): 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. 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. Foc 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 Singer, Dorothy and Singe, Jerome (2017) Handbook of children and the media. London. Sage. 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. 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. Tur, Victoria (2005): Aproximación a la medida empírica de la calidad del audiovisual dirigido a niños. Comunicar 25. 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 to http://www.ite.educacion.es/images/stories/congreso/descripcion_antonio_campuzano.pdf http://tv_mav.cnice.mec.es/mirar%20y%20ver.html <http://www.revistacomunicar.com/> <http://www.repositorioedmediatica.net/> <http://www.educacionmediatica.es> <http://www.newmedialiteracies.org/blog/>



Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Tecnologías de la información y la comunicación en educación/652G01005

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