



Guía docente

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

Competencias del título

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

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias del título
---------------------------	-------------------------



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

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

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Análisis de fuentes documentales	A5 A11 B1 C4 C6 C8	10	0	10
Discusión dirigida	B5 B6 C1	5	0	5



Lecturas	A5 A11 B1 C6 C8	0	32	32
Prácticas a través de TIC	A9 A13 A15 B4 C3 C6	0	20	20
Trabajos tutelados	A9 A11 A15 B1 B5 B6 C3 C4	10	20	30
Presentación oral	A15 B1 B5 B6 C1 C3	5	10	15
Estudio de casos	A5 A11 A13 B1 B6 C1 C3 C4 C6	10	20	30
Actividades iniciales	A5	2	0	2
Atención personalizada		6	0	6
(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

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

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

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



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

Observaciones evaluación

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

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

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

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

Fuentes de información



Básica	Ambrós, Alba y Breu, Ramón (2011) 10 ideas clave para educar en medios de comunicación: la educación mediática. Barcelona. GraóAparici, 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. PaidósCubells, Mariola (2013) ¿Y tu que miras? La televisión que no ves. Barcelona.Roca.Digón Regueiro, Patricia (2005) Las otras noticias y los telediarios españoles: una propuesta de análisis. Comunicar nº 25, cdDigón Regueiro, Patricia (2006) El caduco mundo de Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela. Comunicar 26, pp-163-169Digón Regueiro, Patricia (2008) Programación infantil y televisión sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar. Comunicar 31, pp 65-76.Digón Regueiro, Patricia (2014) Los informativos televisivos en el aula: un modelo para analizarlos y una propuesta para crearlos. Comunicación y Pedagogía 271-272.Digón Regueiro, Patricia (2017) ¿Qué ha cambiado? La programación infantil en la Televisión de Galicia una década después. Actas de III Congreso Internacional de Educación Mediática y Competencia Digital. Segovia Mayo-Junio pp 425-447.Ferrés, Joan y Piscitelli, Alejandro (2012): La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar 38, pp.75-82García Matilla, Agustín, Buitrago, Alejandro y Navarro, Eva (2015) La Educación mediática y los profesionales de la comunicación. Madrid.GedisaMasterman, Len (1993) La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid. Ediciones de la Torre.Maestre Delgado, Manuel (2005) Reality shows: el verdadero cerdo mediático. Comunicar 25.Pariser, Eli (2017): El filtro burbuja. Madrid. TaurusRamonet, 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 25Película: Un juego de inteligenciaDocumentales: Los nuevos amos del mundo; Estás nominado: cuando la realidad supera a la ficciónLibros 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 aprendizajeIII Congreso Internacional de Educación Mediática y Competencia Digital
--------	--



Complementaria

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. 3º 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 Digón Regueiro, Patricia (2017) ¿Qué ha cambiado? La programación infantil en la Televisión de Galicia una década después. Actas de III Congreso Internacional de Educación Mediática y Competencia Digital. Segovia Mayo-Junio pp 425-447. 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. 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 cd 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): TecnoPolis. 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): Socionomia: ¿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. FocSinger, 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, Llorenç (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. 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 social/652G03009

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

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

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