



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2018/19
Subject (*)	Education and the Media		Code	652G03037
Study programme	Grao en Educación Social			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	2nd four-month period	Fourth	Optional	6
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Pedagogía e Didáctica			
Coordinador	Digon Regueiro, Alba Patricia	E-mail	patricia.digon@udc.es	
Lecturers	Digon Regueiro, Alba Patricia Estévez Blanco, Iris	E-mail	patricia.digon@udc.es iris.estevezb@udc.es	
Web				
General description	Na chamada sociedade da información, sociedade do coñecemento, sociedade da aprendizaxe, sociedade multipantalla, sociedade do espectáculo, sociedade do entretenemento, sociedade global, sociedade en rede, sociedade dixital, sociedade multicultural, sociedade de mercado, sociedade desigual, sociedade en crise? os educadores debemos preparar aos cidadáns para este novo e cambiante contexto. A omnipresencia dos medios de comunicación e o seu poder nas sociedades occidentais obriga a que estes medios, e os seus predominantes discursos audiovisuais, estén presentes tanto no ámbito da educación formal como no ámbito da educación non formal. O fin buscado nesta materia de educación mediática é favorecer a alfabetización nos medios de todos os cidadáns ofrecendo a posibilidade de poder actuar como receptores críticos e participantes activos, creativos e comprometidos coa defensa dos valores democráticos.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
A5	Identificar e analizar os factores contextuais que afectan os procesos de intervención socioeducativa.
A9	Deseñar e desenvolver proxectos, programas e servizos nos diferentes campos de intervención profesional promovendo a participación e o desenvolvemento comunitario.
A11	Observar, analizar, interpretar procesos de mediación social, cultural e educativa.
A13	Deseñar e levar a cabo proxectos de investigación elementais aplicables aos diferentes campos de intervención.
A15	Elaborar e xestionar medios e recursos para a intervención socioeducativa.
B1	Elaborar, analizar, sintetizar, valorar e transmitir criticamente a información.
B4	Deseñar e impulsar espazos socioeducativos en contextos de diversidade atendendo á igualdade de xénero, á equidade e respecto aos dereitos humanos, favorecendo o empoderamento das persoas e colectivos ubicados en situacións de desvantaxe social.
B5	Capacidade de mostrar actitudes coherentes coas concepcións éticas e deontolóxicas propias da profesión.
B6	Adquirir e dominar habilidades comunicativas que permitan transmitir información, ideas e propostas a diversas audiencias.
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.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
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
-------------------	-----------------------------



Cofecer e comprender o papel e as características dos medios de comunicación na actual sociedade da información e sociedade multipantalla así como a importancia da educación mediática no campo da educación social.	A5 A11	B1 B5 B6	C1 C3 C4 C6 C8
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 cos mesmos.	A11 A13 A15	B1 B4 B5 B6	C1 C3 C4 C6 C8
Ser capaz de levar a cabo propostas innovadoras e de calidade no campo da educación mediática para o traballo de recepción crítica e creacion comprometida de medios de comunicación, introducindo a súa vez a perspectiva de educación para o desenvolvemento e a cidadanía global.	A9 A13 A15	B1 B4 B5 B6	C1 C3 C4 C6 C8

Contents	
Topic	Sub-topic
1. A educación mediática como campo de estudio.	1.1 Historia e enfoques. 1.2 Lexislación e situación actual. 1.3 Dimensións e indicadores.
2. Os medios de comunicación na sociedade multipantalla.	2.1 Multinacionais, converxencia e pensamento único. 2.2 Características dos medios. 2.3 Internet e as ferramentas 2.0, 3.0,...
3. Os factores determinantes dos medios de comunicación.	3.1 Os propietarios. 3.2 A regulación dos medios. 3.3 Os aspectos económicos. 3.4 As audiencias. 3.5 O persoal. 3.6 As fontes. 3.7 As tecnoloxías.
4. Linguaxe da imaxe e análise de produtos mediáticos.	4.1 A lectura de imaxes. 4.2 Os estereotipos. 4.3 A publicidade. 4.4 A programación infantil. 4.5 Os informativos televisivos. 4.6 A telerrealidade. 4.7 Redes sociais e influencers.
5. Audiencias e as súas interaccións cos medios de comunicación.	5.1 Investigación sobre audiencias. 5.2 Recepción activa, participación e creación de medios. 5.3 Ferramentas para a creación dixital. 5.4 Redes sociais, usos e creación. 5.5 Adición dixital.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Document analysis	A5 A11 B1 C4 C6 C8	10	0	10
Directed discussion	B5 B6 C1	5	0	5
Workbook	A5 A11 B1 C6 C8	0	32	32



ICT practicals	A9 A13 A15 B4 C3 C6	0	20	20
Supervised projects	A9 A11 A15 B1 B5 B6 C3 C4	10	20	30
Oral presentation	A15 B1 B5 B6 C1 C3	5	10	15
Case study	A5 A11 A13 B1 B6 C1 C3 C4 C6	10	20	30
Introductory activities	A5	2	0	2
Personalized attention		6	0	6
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Document analysis	Lectura, visualización e análise de presentacións, películas, documentais, vídeos, fotos, documentos hipermedia, documentos escritos, etc
Directed discussion	Debate sobre os documentais, películas, programas de radio e outros documentos traballados nas clases.
Workbook	Análise de fontes escritas.
ICT practicals	Uso de programa de creacion multimedia para a elaboración do produto mediático. Búsquedas na rede.
Supervised projects	Elaboración individual dunha breve proposta educativa de traballo para os medios de comunicación.
Oral presentation	Exposición e explicación ante o grupo clase do produto mediático creado.
Case study	Elección dun produto mediático consumido por un grupo ou colectivo determinado e análise de distintos aspectos que teñen que ver coas dimensións da educación mediática.
Introductory activities	Presentación da materia e os procesos de avaliación.

Personalized attention	
Methodologies	Description
ICT practicals Supervised projects Case study	Seguimento do traballo individual e en grupo nas clases expositivas e interactivas e nas tutorías.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Supervised projects	A9 A11 A15 B1 B5 B6 C3 C4	Avaliación da breve proposta educativa de traballo para os medios de comunicación na que se conecte o produto audiovisual creado. Entre os criterios de avaliación está que na proposta os medios de comunicación sexan obxecto de estudo e non só recurso educativo; que na proposta se traballen algún dos aspectos da Educación para o desenvolvemento e a dimensión global; que na proposta se traballen as dimensións da educación mediática, tendo en conta a vertente da análise e da creación; que se describan actividades concretas; conexión dos contidos traballados nas clases e o aprendido co estudo de caso.	30
Case study	A5 A11 A13 B1 B6 C1 C3 C4 C6	Avaliación da investigación dun produto mediático. A investigación terá como guía a resposta a catro preguntas claves da educación mediática sobre o caso elixido libremente e centrado nalgún produto mediático de interese para os estudantes. Entre os criterios de avaliación está a resposta ao maior número posible de aspectos que se recollen para cada unha das catro preguntas e a conexión cos contidos traballados nas clases.	35



Oral presentation	A15 B1 B5 B6 C1 C3	Avaliación da presentación do produto mediático creado. O produto mediático consistirá nun produto audiovisual dun xénero elixido libremente no que se lle dará voz a colectivos silenciados nos medios de comunicación de masas conectando a educación mediática coa educación para o desenvolvemento e a cidadanía global. Entre os criterios de avaliación están que o guión acade claramente o obxectivo de dar voz a colectivos silenciados e que sexa apropiado ao formato elixido; a calidade técnica e estética; que a presentación sexa atractiva onde se conte o proceso de creación e as aprendizaxes acadadas; e a intervención de todos os membros do grupo.	35
-------------------	--------------------	---	----

Assessment comments

Os estudantes que asistan ao 80% das clases poden acollerse ao modelo de avaliación por traballos tendo que ter ao menos 5 puntos en cada un deles (proposta individual, estudo de caso en grupo e produto mediático en grupo) para aprobar.

Os estudantes que non asistan de maneira xustificada ou non xustificada ao 80% das clases terán que realizar os tres traballos de forma individual e un examen escrito. As porcentaxes serán as seguintes: Tres traballos individuais (proposta, estudo de caso e produto mediático) cada un 10% da nota tendo que obter un mínimo de 5 puntos en cada un deles para aprobar; examen escrito 70% tendo que obter un mínimo de 5 puntos no mesmo para aprobar. Este modelo de avaliación aplicárase tamén ao alumnado asistente que suspendera e aplicárase tamén na 2ª oportunidade de xullo.

Os estudantes que teñan recoñecida tanto a condición de estudante a tempo parcial como a dispensa académica especial terán que asistir ao 100% das clases expositivas sendo avaliados da seguinte maneira: Tres traballos individuais (proposta, estudo de caso e produto mediático) cada un 30% da nota tendo que obter un mínimo de 5 puntos en cada un deles para aprobar.

Sources of information

Basic	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
-------	---



Complementary

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): 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. 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

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/>



Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Social Information and Communication Technologies/652G03009

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

Assistencia a clase e seguimento da materia 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.