



**Universidad
de Huelva**

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

Programa de la asignatura:

Medios de Comunicación Social en Educación

Centro: Facultad de Ciencias de la Educación
Departamento de Educación
Titulación: Educación Social
Año: 2005/2006
Curso: Tercero
Profesorado: Ramón Ignacio Correa García
correa@uhu.es / Tfno: 959 01 92 37

1. OBJETIVOS

- a. Promover una postura personal y grupal de autonomía crítica y emancipadora ante la recepción de mensajes de los medios de información y comunicación social y en particular ante los lenguajes persuasivos de los mismos.
- b. Adquirir la competencia necesaria que permita la selección y evaluación, diseño y producción de un medio audiovisual o telemático, aplicado a cualquier aspecto relevante de la educación social.
- c. Comprender y valorar la importancia de la Educación en Medios y la alfabetización tecnológica para el desarrollo y formación de una ciudadanía librepensadora, solidaria y tolerante.
- d. Fomentar estrategias de enseñanza y aprendizaje basadas en una actitud crítica e investigadora que facilite la colaboración, la participación activa, el trabajo en grupo y procesos de reflexión y acción en la definición de grupos humanos capaces de transformar su propia realidad.
- e. Desarrollar estrategias y destrezas para el conocimiento y uso de los lenguajes mediáticos como códigos de expresión y comprensión de una realidad construida por intereses ideológicos, económicos, políticos o religiosos que ostentan el control simbólico de los significados.



Universidad
de Huelva

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

2. CONTENIDOS DEL PROGRAMA

Red asociativa de contenidos: **Análisis de la sociedad neoliberal**

La globalización económica y social: los amos del mundo – Los grandes dilemas del progreso neoliberal: la escisión Norte-Sur – Ética para ciberdesherdados o los mensajes invisibles del poder – Medios y control social - Las claves de la persuasión en los lenguajes mediáticos – Persuasión y manipulación – Técnicas de manipulación – La desinformación – Alternativas liberadoras al modelo dominante de los grandes medios: mecanismos de autodefensa ciudadana.

Red asociativa de contenidos: **La educación en la Sociedad del Conocimiento**

La cultura de las pantallas: las claves de la Sociedad del Espectáculo – Emoción y significado – Los fenómenos entre dos luces – La condición de espectador – La transmisión de valores y contravalores en la cultura de las pantallas – La realidad de los medios – La verdad mediática – Alteridad y medios: El estereotipo como fórmula comunicativa en los lenguajes icónicos – Análisis de casos: la retransmisión de La Guerra de los Mundos por Orson Welles – La Guerra del Golfo – El atentado a las Torres Gemelas de Nueva York – Otros casos: la muerte de Lady Di y el affaire Clinton-Lewinsky – Las *snuff-movies* – La «cultura» de la violencia en el cine y su interpretación en la realidad: el ejemplo de *Bowling for Columbine* – Violencia simbólica en la Red.

Red asociativa: **Medios y nuevas tecnologías en contextos educativos**

Estatuto de la imagen en la sociedad digital – La alfabetización audiovisual o Educación en Medios – Claves didácticas para enseñar y aprender con los medios – El comunicador popular: a las ideas por las emociones – La sintaxis audiovisual – El *software* libre.

Red asociativa: **Diseño y producción de medios liberadores**

La ruptura de códigos dominantes – La imagen analógica y digital – La palabra impresa – La imagen sonora – La producción multimedia – El vídeo didáctico – El cine para pensar y actuar – La página *web* – Técnicas de realización: del guión a la producción.

3. METODOLOGÍA

Si partimos de la premisa -incuestionable a la luz de las investigaciones sobre medios- que las audiencias en relación con los medios son entes activos y esta asignatura se centra en el análisis de los medios de información de masas como recursos didácticos, es lógico pensar que se descarta la opción metodológica única basada en la clase magistral donde las audiencias reciben la información de forma jerarquizada y vertical.



**Universidad
de Huelva**

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

En consecuencia se opta por una metodología flexible y adaptada a cada módulo del programa que combine la búsqueda de recursos audiovisuales, fuentes de información bibliográfica o digitales, lecturas, clases magistrales, debates grupales, trabajo autónomo... La conjunción y articulación de esos escenarios de comunicación didáctica, así como la propia estrategia evaluadora formarán parte de la transición metodológica al crédito europeo (ECTS) que nos reclama el Espacio Europeo de Educación Superior. *Medios de Comunicación Social en Educación* intentará fomentar competencias genéricas y transversales descritas en las Guías ECTS pero, sobre todo, la comprensión y destreza en los usos liberadores y emancipadores de los lenguajes mediáticos tal y como se describen en los objetivos de este programa.

Se contará, por la especial logística de la asignatura, con el equipamiento y las instalaciones audiovisuales de nuestra Facultad en el Centro de Recursos: Emisora de Radio, Laboratorio de Audiovisuales, Aulas de Informática, Aula de Audiovisuales y equipos diversos...

Igualmente, a través de la tutoría virtual se podrá acceder a toda la propuesta didáctica de esta materia, además de ser el centro de debate en los foros telemáticos que se planifiquen.



DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

4. EVALUACIÓN

Una metodología activa y participativa requiere un sistema de evaluación igualmente no basado de forma exclusiva en la heteroevaluación del docente. Por consiguiente, el sistema de evaluación que se propone pretende conseguir que los alumnos y alumnas se sientan, ante todo, protagonistas de su propio aprendizaje.

La autoevaluación como autocrítica del aprendizaje conseguido será esencial en nuestro sistema de evaluación y contará con un peso específico relevante dentro de la valoración final.

También se considera la necesidad de integrar en el proceso evaluador otros aspectos didácticos no circunscritos a los productos finales y ciertamente importantes dentro de un contexto didáctico. La formación inicial que estamos ofreciendo es para futuros educadores y educadoras sociales y la práctica de un proceso evaluador holista e integrador nos parece fundamental en ese sentido. Así, no pueden quedar fuera de la panorámica evaluadora aspectos tales como la metodología de clase, los recursos empleados, la temporalización de las actividades de aprendizaje, la figura docente o el mismo sistema de evaluación.

La propuesta didáctica que se plantea se basa en un enfoque plurimetodológico donde se articula una serie de estrategias y técnicas individuales, de pequeño y gran grupo y que dan cabida a un amplio abanico de escenarios y modalidades de la comunicación didáctica (desde el trabajo autónomo personal a la clase magistral):

- Lecturas.
- Prácticas de laboratorio.
- Intervención en foros.
- Trabajo de investigación.
- Trabajos libres.
- Diario de aprendizaje...

En el Cuestionario de Evaluación General de la asignatura se incluirá un apartado específico de Autoevaluación. Ésta tendrá un peso específico considerable en la valoración global y será consensuada en clase (al igual que los fundamentos y propuestas de este programa).

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS DE LA ASIGNATURA

- ACEVEDO, J. (1984): *Para hacer historietas*. Madrid, Popular.
- ADORNO, T. (1998): *Educación para la emancipación*. Madrid, Morata.
- AGUADED, J.I. (1998): *Descubriendo la caja mágica*. Huelva, Grupo Comunicar (2 tomos: Cuaderno de Clase y Guía Didáctica).
- AGUADED, J.I. (1999): *Convivir con la televisión*. Barcelona, Paidós.
- ALONSO, M; MATILLA, L y VÁZQUEZ, M.(1993): *Teleniños públicos, teleniños privados*. Madrid, De la Torre.
- ALONSO, M. y MATILLA, L. (1990): *Imágenes en acción*. Madrid, Akal.



Universidad
de Huelva

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

- APARICI, VALDIVIA y GARCÍA MATILLA (1988): *La imagen*. Madrid. UNED.
- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1987): *Imagen, vídeo y educación*. Madrid, FCE.
- APARICI, R. (Coord.) (1993): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, De la Torre.
- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1987): *Lectura de imágenes*. Madrid, De la Torre.
- APARICI, R. y MARÍ SÁEZ, V.M. (2003): *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*. Madrid, UNED.
- ARNHEIM, R. (1992): *Arte y percepción visual*. Madrid, Alianza.
- AUMONT, J. (2002): *La imagen*. Barcelona, Paidós.
- BARTHES, R. (1990): *La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós.
- BENESCH, H. y SCHMANDT, W. (1982): *Manual de autodefensa comunicativa*. Barcelona, Gustavo Gili.
- BERGER, J. (1985): *Ways of seeing*. London, Penguin Books.
- BORDIEU, P. (1983): *Campo de poder y campo intelectual*. Buenos Aires, Folios.
- BORDIEU, P. (1993): *La miseria del mundo*. México, FCE.
- BORDIEU, P. (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.
- BORDIEU, P. (1999): *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona, Anagrama.
- BORDIEU, P. (2002): *Lección sobre la lección*. Barcelona, Anagrama.
- BORDIEU, P. (2003): *El oficio de científico*. Barcelona, Anagrama.
- BRYAN KEY, W. (1981): *Subliminal Seduction*. New York, Penguin Group.
- CALLEJO J. (1995): *La audiencia activa*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CASTELLS, M. (2000): *La era de la información (Volumen I)*. Madrid, Alianza.
- CAZENEUVE, J. (1978): *La sociedad de la ubicuidad*. Barcelona, Gustavo Gili.
- CEBRIÁN, J.L. (1998): *La Red*. Madrid, Taurus.
- CHOMSKY, N. y HERMANN, E. (1990): *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, Crítica.
- CHOMSKY, N. (1995): *Mantener la chusma a raya*. Tafalla, Ed. Txalaparta.
- CHOMSKY, N. (1999): *Crónicas de la discrepancia*. Madrid, Visor.
- CHOMSKY, N. y RAMONET, I. (1996): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Icaria.
- CORREA, RI (2001): *La sociedad mesmerizada*. Huelva, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.
- COLLON. M. (1995): *Ojo con los media*. Hondarribia, Argitaletxe Hiru.
- CORREA, RI; GUZMÁN, M.D. y AGUADED, J.I. (2001): *La mujer invisible*. Huelva, Grupo Comunicar.
- CORREA, RI (Ed.) (2002): *El Hilo de Ariadna*. Huelva, Grupo Comunicar.
- DOELKER, C. (1982): *La realidad manipulada*. Barcelona, Gustavo Gili.
- DONDIS, D. (1995): *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, Gustavo Gili.
- ECO, U. (1988): *Tratado de Semiótica General*. Barcelona, Lumen.
- ECO, U. (1989): *La estructura ausente*. Barcelona, Lumen.
- ECO, U. (1990): *Apocalípticos e integrados*. Barcelona.
- ECO, U. (1999): *Estrategias de la ilusión*. Barcelona, Lumen.
- ECHEVARRÍA, J. (1999): *Los señores del aire. Telépolis y el Tercer Entorno*. Madrid, Destino.
- EISENSTEIN, S. (1989): *Teoría y técnica cinematográfica*. Madrid, Rialp.
- ENZENSBERGER, HM (1974): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Anagrama.
- ESTEFANÍA, J. (1997): *Contra el Pensamiento Único*. Madrid, Taurus.
- EWEN, S. (1991): *Todas las imágenes del consumismo*. México. Grijalbo.
- FERRÉS, J. (1992): *Vídeo y educación*. Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal*. Barcelona. Paidós.
- FONTCUBERTA, M y /GÓMEZ, JL (1983): *Alternativas en comunicación*. Barcelona, Mitre.



DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

- FOUCAULT, M. (1980): *Microfísica del poder*. Madrid, Ediciones de la Piqueta.
- FOUCAULT, M. (1990): *La vida de los hombres infames*. Madrid, Ediciones de la Piqueta.
- FUENZALIDA, V. y HERMOSILLA, ME (1989): *El televidente creativo*. Santiago de Chile, CENECA.
- GARCÍA MATILLA, E. (1990): *Subliminal: Escrito en nuestro cerebro*. Madrid, Bitácora.
- GIROUX, H.(1996): *Placeres inquietantes*. Barcelona, Paidós.
- GÓMEZ DE LIAÑO, I. (1989): *La mentira social*. Madrid, Tecnos.
- GONZÁLEZ REQUENA, J.(1988): *El discurso televisivo como espectáculo de la postmodernidad*. Madrid, Cátedra.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. y ORTIZ DE ZÁRATE, A. (1995): *El spot publicitario: Las metamorfosis del deseo*. Madrid, Cátedra.
- GUBERN, R. (1995): *Historia del cine*. Barcelona, Lumen.
- GUBERN, R. (1988): *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona, Lumen.
- GUBERN, R. (1999): *El Eros electrónico*. Madrid, Taurus.
- GUBERN, R. (2003): *Patologías de la imagen*. Barcelona, Anagrama.
- GUBERN, R. (2004): *Máscaras de la ficción*. Barcelona, Anagrama.
- GUILLÉN, A. (1991): *Técnicas de desinformación*. Madrid, Fundación Anselmo Lorenzo.
- IGLESIAS, F. (1990): *La televisión dominada*. Madrid, Rialp.
- KAPLÚN, M. (1998a): *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, De la Torre.
- KAPLÚN, M. (1998b): *El comunicador popular*. Madrid, De la Torre.
- KLEIN, N. (2001): *No-Logo. El poder de las marcas*. Barcelona, Piados.
- LORENZO GONZÁLEZ, José (1988): *Percepción subliminal y sus técnicas*. Madrid, Biblioteca Nueva.
- MANDER, J. (1984): *Cuatro buenas razones para eliminar la televisión*. Barcelona, Gedisa.
- MARCUSE, H. (1999): *El hombre unidimensional*. Barcelona, Ariel.
- MASTERMAN, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, De la Torre.
- MATTELART, A.(1979): *La cultura como empresa multinacional*. México, Era.
- MATTELART, A. (1989): *La internacional publicitaria*. Madrid, Fundesco.
- MATTELART, A. (1993): *La comunicación-mundo*. Madrid, Fundesco.
- MEYERS, W. (1988): *Los creadores de imágenes*. Barcelona, Planeta.
- MORAGÁS, M. 1976): *Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona, Península.
- MORAGÁS, M. (1986): *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili (4 volúmenes).
- MORIN, E. (1998): *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona, Gedisa.
- MORIN, E. (2000): *La mente bien ordenada*. Barcelona, Seix Barral.
- MORIN, E. (2001): *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona, Paidós.
- PASCUALI, A. (1980): *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Monte Ávila.
- PÉREZ TORNERO, J. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.
- POSTMAN, N. (1994): *Tecnópolis*. Madrid, Círculo de Lectores.
- PRATKANIS, A. y ARONSON, E. (1992): *La era de la propaganda*. Barcelona, Paidós.
- PRIETO CASTILLO, D. (1984): *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México, Premia Editora.
- RAMONET, I. (1983): *La golosina visual*. Barcelona, Gustavo Gili.
- RAMONET, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate.
- REARDON, K. (1983): *La persuasión en la comunicación*. Barcelona, Paidós.
- REBOUL, O. (1986): *Lenguaje e ideología*. México, FCE.
- REIG, R. (1992): *Sobre la comunicación como dominio*. Madrid, Fundamentos.
- REISZ, K. (1986): *Técnicas del montaje cinematográfico*. Madrid, Taurus.
- RICO, L. (1994): *Televisión: fábrica de mentiras*. Madrid, Espasa-Calpe.
- ROMANO, V. (2002): *La formación de la mentalidad sumisa*. Madrid, Endymión.



Universidad
de Huelva

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

ROSSELLINI, R. (1979): *Un espíritu libre no debe aprender como esclavo*. Barcelona, Gustavo Gili.

SABORIT, J. (1988): *La imagen publicitaria en televisión*. Madrid, Cátedra.

SARTORI, G. (1998): *Homo videns*. Madrid, Taurus.

SCHILLER, H. (1976): *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona, Gustavo Gili.

SCHILLER, H. (1987): *Los manipuladores de cerebros*. Barcelona, Gedisa.

STEINBERG, Sh. y KINCHELOE, J.L. (Comps.) (2000): *Cultura infantil y multinacionales*. Madrid, Morata.

VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1985): *Historia de la comunicación social*. Madrid, Alianza.

VERDÚ, V. (2003): *El estilo del mundo*. Barcelona, Anagrama.

VILLAFAÑE, J. (1992): *Introducción a la Teoría de la Imagen*. Madrid, Pirámide.

VÍLCHEZ, L. (1993): *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós.

ZUNZUNEGUI, S. (1992): *Pensar la imagen*. Madrid, Cátedra.