



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA	Código: 16506
Tipología: BÁSICA	Créditos ECTS: 6
Grado: 401 - GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	Curso académico: 2020-21
Centro: 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN	Grupo(s): 30 31
Curso: 1	Duración: C2
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua: Inglés
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: S
Página web:	Bilingüe: N

Profesor: LIDIA PERALTA GARCÍA - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
2.11		4786	lidia.peralta@uclm.es	

2. REQUISITOS PREVIOS

No hay requisitos previos para la asignatura.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

Alfabetización mediática es parte de la formación básica así como del módulo Teoría de la comunicación y de la información periodística. La relación crítica con el mundo de los mass media es fundamental para todo ciudadano y más, si cabe, para el futuro graduado en periodismo. Dotar al alumno de hábitos de lectura reflexivos respecto a los medios representa un objetivo transversal a cualquier asignatura del Grado en Periodismo. La alfabetización mediática se presenta así como un denominador común tanto para el ejercicio teórico del periodismo como para su aplicación profesional. La asignatura se relaciona directamente con Teoría del periodismo, Teoría de la comunicación, Análisis de la actualidad, Construcción periodística de la realidad, Técnicas del mensaje en prensa e internet y Sociedad de la Información.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CB01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB03	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB04	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CE07	Conocer las interrelaciones entre los agentes que influyen en la comunicación audiovisual.
CE10	Analizar los formatos audiovisuales en el contexto de la estructura y mercados de la comunicación audiovisual.
CG01	Conocer las características esenciales de la comunicación, sus elementos y sus resultados, con la finalidad de que el estudiante pueda entender los fenómenos comunicativos que se producen en la sociedad actual.
CG02	Desarrollar la creatividad para asumir riesgos en la definición de temas de investigación o de creación desde una perspectiva innovadora que puedan contribuir al conocimiento, interpretación o desarrollo de los lenguajes y/o formatos audiovisuales.
CG04	Tener habilidad para exponer los resultados de los trabajos académicos de manera escrita, oral o por otros medios de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
CG05	Tener conocimiento de los valores constitucionales, principios éticos y normas deontológicas aplicables a la comunicación audiovisual.
CG06	Conocer del estado del mundo, su evolución histórica reciente, adquirir conceptos necesarios para la comprensión de sus dimensiones políticas, económicas, tecnológicas y socioculturales y utilizar este conocimiento como instrumento en la resolución de problemas y retos profesionales.
CG07	Adquirir la capacidad de trabajar en equipo, afrontar retos colectivos y resolver cooperativamente los problemas, respetando la diversidad de los y las participantes y de sus aportaciones.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Comprender la retórica de los distintos lenguajes de los medios de comunicación.

Conocer los patrones de consumo en los medios masivos y en los medios digitales a través de la investigación social y los estudios de audiencia.

Conocer y manejar los procesos de documentación y búsqueda de información precisos para la producción de contenidos audiovisuales en el contexto contemporáneo.

Diseñar y gestionar el impacto comunicativo de los discursos políticos e institucionales, a través del desarrollo de campañas.

Analizar los procesos de formación de opinión pública.

Analizar y valorar de modo crítico textos audiovisuales, gráficos y escritos y reconocer los criterios estéticos y políticos en los que están inscritos.

Apreciar la relevancia de la alfabetización mediática y la educación en medios en los procesos de conformación de una ciudadanía política y activa.

Resultados adicionales

Leer textos mediáticos de manera que puedan ser transmitidos de acuerdo con una interpretación propia y crítica. Comprender textos mediáticos en un inglés estándar. Construir discursos sobre los medios de modo autónomo. Conocer los patrones de consumo en los medios masivos y en los nuevos medios digitales. Apreciar la relevancia de la alfabetización mediática y la educación en medios en los procesos de conformación de una ciudadanía política y activa. Cuestionar los mensajes periodísticos en su contexto socio-económico. Comprender la retórica de los distintos lenguajes de los medios de comunicación, desde el cine, radio, prensa y televisión hasta los nuevos medios de comunicación. Describir de modo general el funcionamiento de los medios de comunicación, en especial en los aspectos políticos, económicos y culturales que influyen en las intenciones comunicativas o en las implicaciones persuasivas. Analizar y valorar de modo crítico textos audiovisuales, gráficos y escritos y saber distinguir los modelos de realidad que presentan. Conocer y aplicar la dimensión educativa de los medios de comunicación.

6. TEMARIO

Tema 1: Educación y Alfabetización mediática: conceptos fundamentales

Tema 2: Educar en medios: retóricas de los medios de comunicación (la palabra, la escritura, la imagen).

Tema 3: Estereotipos en cine y publicidad: transmisión de valores y puntos de vista

Tema 4: Análisis crítico del espectáculo televisivo y radiofónico

Tema 5: Modelos interpretativos de la noticia y la información en prensa: los marcos de referencia

Tema 6: Educar con medios

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral		1.04	26	S	N	Exposición de los contenidos de la asignatura.
Foros y debates en clase [PRESENCIAL]	Aprendizaje cooperativo/colaborativo		0.52	13	S	N	Se articularán temas de discusión en torno a artículos y noticias de actualidad relacionadas con el temario de la asignatura. Asimismo, se utilizará la plataforma virtual para plasmar las intervenciones en red y suscitar intervenciones posteriores en el aula.
Tutorías de grupo [PRESENCIAL]	Aprendizaje cooperativo/colaborativo		0.39	9.75	S	N	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo		1.8	45	S	N	Participación en grupos de trabajo en el aula.
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación		0.12	3	S	N	
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Trabajo autónomo		0.33	8.25	S	N	En este apartado se evaluarán las prácticas propuestas durante el curso, que habrán de presentarse y/o defenderse en el aula.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo		1.8	45	S	N	
Total:			6	150			
			Créditos totales de trabajo presencial: 2.4		Horas totales de trabajo presencial: 60		
			Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6		Horas totales de trabajo autónomo: 90		

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Prueba final	40.00%	70.00%	Combinación de metodologías
Realización de trabajos de campo	45.00%	30.00%	Trabajo de campo práctico aplicado
Resolución de problemas o casos	15.00%	0.00%	Actividades prácticas/seguimiento
Total:	100.00%	100.00%	

* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento de Evaluación de la UCLM, así como las normas específicas de evaluación aprobadas por la Junta de Facultad del centro.

Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.

Evaluación no continua:

Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento de Evaluación de la UCLM, así como las normas específicas de evaluación aprobadas por la Junta de Facultad del centro.

Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia

sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento de Evaluación de la UCLM, así como las normas específicas de evaluación aprobadas por la Junta de Facultad del centro.

Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento de Evaluación de la UCLM, así como las normas específicas de evaluación aprobadas por la Junta de Facultad del centro.

Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	50
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	3
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo autónomo]	7
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	50
Tema 1 (de 6): Educación y Alfabetización mediática: conceptos fundamentales	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	2
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	3
Periodo temporal: 2 semanas	
Tema 2 (de 6): Educar en medios: retóricas de los medios de comunicación (la palabra, la escritura, la imagen).	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	2
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	3
Periodo temporal: 2 semanas	
Tema 3 (de 6): Estereotipos en cine y publicidad: transmisión de valores y puntos de vista	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	2
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	3
Periodo temporal: 2 semanas	
Tema 4 (de 6): Análisis crítico del espectáculo televisivo y radiofónico	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	2
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	3
Periodo temporal: 3 semanas	
Tema 5 (de 6): Modelos interpretativos de la noticia y la información en prensa: los marcos de referencia	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	4
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	3
Periodo temporal: 3 semanas	
Tema 6 (de 6): Educar con medios	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	1
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	1
Periodo temporal: 1 semana	
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	51
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	13
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	11
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo autónomo]	7
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	15
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	3
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	50
Total horas: 150	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Lakoff, George	No pienses en un elefante : lenguaje y debate político	Universidad Complutense de Madrid		978-84-7491-813-7	2007	
Latouche, Serge, 1940-	Sobrevivir al desarrollo : de la descolonización del imaginario a la construcción de una sociedad alternativa	Icaria		978-84-7426-426-5	2009	
Mander, Jerry	Cuatro buenas razones para la eliminar la televisión	Gedisa		84-9784-051-8	2004	
Martí Lahera, Yohannis	Alfabetización informacional	Alfagrama		978-987-1305-19-3	2007	
Mattelart, Armand	Diversidad cultural y mundialización	Paidós		84-493-1835-1	2005	
Mattelart, Armand	Historia de la sociedad de la información	Paidós		84-493-1191-8	2002	
Mattelart, Armand	La internacional publicitaria	Fundesco		84-86094-56-9	1990	
Gutiérrez Martín, Alfonso	Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas	Gedisa		84-7432-877-2	2003	
HIRSCHMAN, Albert O.	Retóricas de la intransigencia	Fondo de Cultura Económica		968-16-3563-9	1991	
Morduchowicz, Roxana	A mí la tele me enseña muchas cosas : la educación en medios	Paidós		950-12-6133-6	2001	
Moreno Marimón, Montserrat	Cómo se enseña a ser niña : el sexismo en la escuela	Icaria		84-7426-126-0	2000	
Otte, Max	El crash de la información : los mecanismos de la desinformación	Ariel		978-84-344-6923-5	2010	
Pascual Serrano	El periodismo es noticia	Icaria			2010	
Postman, Neil	Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del "show business"	Ediciones de la Tempestad		84-7948-046-7	2001	
Ramonet, Ignacio (1943-)	La golosina visual	Debate		84-8306-305-0	2000	
Ramonet, Ignacio (1943-)	La tiranía de la comunicación	Debate		84-8306-106-6	1998	
Reig, Ramón	Dioses y diablos mediáticos : cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación	Urano		84-7953-552-0	2004	
Romano, Vicente	Ecología de la comunicación	Hiru		84-95786-41-9	2004	
Romano, Vicente	Sociogénesis de las brujas : el origen de la discriminación	Editorial Popular		978-84-7884-374-9	2007	
Said, Edward W.	Cubriendo el islam: cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo	Debate		84-8306-644-0	2005	
Salmon, Christian	Tumba de la ficción	Anagrama		84-339-6160-8	2001	
Sartori, Giovanni	Homo videns : la sociedad teledirigida	Taurus		84-306-0469-3	2003	
Schiller, Herbert I.	Aviso para navegantes	Icaria		84-7426-279-8	1996	
Schiller, Herbert I.	Comunicación de masas e imperialismo yanqui	Gustavo Gili		84-252-0630-8	1976	
Searle, John R.	Construction of social reality	Penguin		0-14-023590-6	1996	
Serrano, Pascual	Desinformación : cómo los medios ocultan el mundo	Península		978-84-8307-880-8	2009	
Serrano, Pascual	Medios violentos : palabras e imágenes para el odio y la guerra	El Viejo Topo		978-84-96831-67-4	2008	
Serrano, Pascual	Traficantes de información : la historia oculta de los grupos de comunicación españoles	Foca		978-84-96797-50-5	2010	
Sontag, Susan (1933-2004)	Ante el dolor de los demás	Alfaguara		978-84-204-6670-5	2007	
Trejo Delarbre, Raúl	La nueva alfombra mágica : usos y mitos de Internet, la red de redes	Fundesco		84-8112-054-5	1996	
Vilches, Lorenzo	La Lectura de la imagen : prensa, cine, televisión	Paidós		84-7509-241-1	1995	
Fernández Vicente, Antonio.	Educación crítica y comunicación : manual contra el formateo	UOC,		978-84-9180-062-0	2018	
Fernández Vicente, Antonio (ed.)	Nomadismos contemporáneos : formas tecnoculturales de la globalización	Universidad de Murcia		978-84-8371-651-9	2010	
Fernández Vicente, Antonio (ed.)	La ciudad digital : esperanzas, riesgos y desilusiones en la	Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cas		978-84-9044-129-9	2015	
Fernández Vicente, Antonio.	Ciudades de aire : la utopía nihilista de las redes /	Los Libros de la Catarata Ediciones de la		978-84-9097-240-3	2016	

		Univer		
Fernández Vicente, Antonio	El presente virtual: cadenas digitales	Fragua	978-84-7074-263-7	2008
Barthes, Roland	Lo obvio y lo obtuso : imágenes, gestos, voces	Paidós	84-7509-400-7	1992
Bourdieu, Pierre (1930-2002)	Sobre la televisión	Anagrama	84-339 0547-3	2003
Breton, Philippe	Convaincre sans manipuler : apprendre à argumenter	Editions La Découverte	978-2-7071-5230-5	2008
Bueno, Gustavo (1924-)	Telebasura y democracia	Suma de Letras	84-663-1070-3	2003
Burke, Peter	Visto y no visto : el uso de la imagen como documento histórico	Crítica	84-8432-631-4	2005
Cass Sunstein	Rumorología	Debate		2010
Chomsky, Noam	Cómo nos venden la moto	Icaria	84-7426-245-3	2006
Chomsky, Noam	Ilusiones necesarias : control del pensamiento en las sociedades democráticas	Libertarias-Prodhufi	84-87095-90-9	1992
Clara Valverde	No nos lo creemos	Icaria		2013
Díaz Nosty, Bernardo	El déficit mediático : donde España no converge con Europa	Bosch	84-9790-120-7	2005
Bagdikian, Ben H.	El monopolio de los medios de difusión	Fondo de Cultura Económica	968-16-2274-X	1986
Ferguson, Robert	Los medios bajo sospecha : ideología y poder en los medios de comunicación	Gedisa	978-84-9784-124-5	2007
Grupo Marcuse	De la miseria humana en el medio publicitario	Melusina		2003
Chaparro Escudero, Manuel	Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos: la distopía del desarrollo	Ediciones desde abajo	Bogotá	2015
Peralta García, Lidia	Los nuevos héroes del siglo XXI. Las migraciones subsaharianas vistas por el cine en España y África	UOC	Barcelona	2016
Pérez Tornero, J. M.	El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio	Paidós	Barcelona	1994
Pérez Tornero, J. M. y Vilches, L.	Libro Blanco de la televisión educativa y cultural en Iberoamérica	Gedisa		2010
Peralta García, Lidia	Migrando por el cine marroquí	Fragua	Madrid	2018
Victor Sampedro	Dietética Digital: ara adelgazar al Gran Hermano	Icaria	Madrid	2018
Pérez Tornero, J. M. y Varis, T.	Alfabetización mediática y nuevo humanismo	UOC	Barcelona	2012