



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	La acción educativa para la comunicación con fines sociales		
Materia			
Módulo	Comunicación con fines sociales para el nuevo modelo de sociedad		
Titulación	Máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas		
Plan	515	Código	53242
Periodo de impartición	2º cuatrimestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Posgrado/Máster	Curso	Primero
Créditos ECTS	2,5 ECTS		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Agustín García Matilla Susana de Andrés		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	agustin.garcia.matilla@uva.es / agustingmatilla@gmail.com susana.andres@uva.es		
Departamento	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Fecha de revisión por el Comité de Título	8 de julio de 2025		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Esta asignatura forma parte del módulo 1: Comunicación con fines sociales para el nuevo modelo de sociedad. La Acción Educativa en la Comunicación con fines sociales pretende servir de marco para explicar cómo la educomunicación es un campo de especialización en donde educación y comunicación se fusionan. La educación en medios y la educación con medios forman un territorio común en el que se unen las mejores aportaciones de muchos teóricos de la educación y de la comunicación.

En el mundo anglosajón la denominada Media Literacy sirvió para promover el espíritu crítico de la ciudadanía ante los medios. Posteriormente conceptos como la educación en materia de comunicación, la educación para los medios, o la educación digital, vinieron a completar un territorio que ha venido a denominarse en Europa educación en competencia mediática y que parte de la necesidad de autoconocimiento del individuo como sujeto de comunicación y del conocimiento de la propia dieta mediática como diagnóstico de consumos en tecnologías tradicionales y emergentes. Educar en el análisis, diseño y producción de medios ayuda a un mejor conocimiento de la sociedad y completa la formación de ciudadanos competentes comunicativamente hablando, creativos y críticos.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura es transversal a todas aquellas vinculadas con la creatividad dentro del Máster

1.3 Prerrequisitos

No se establecen. No obstante, se requiere de inquietud por conocer la realidad y motivación para el análisis, diseño y producción con medios y sistemas de información y comunicación.

2. Competencias

2.1 Generales

- G.1. - Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico. Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas
- G.2. - Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.
- G.3. - Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.
- G.4. - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.
- G.5. - Capacidad de compromiso ético profesional y personal. Explicación de la competencia: que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante
- G.6. - Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.

2.2 Específicas

- E.1. - Conocimiento y capacidad para aplicar códigos éticos sobre la comunicación comercial, social, educativa, publicitaria .
- E.2. - Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de las acciones sociales de diversas organizaciones. Explicación de la competencia: tanto cuestiones de gestión, desarrollo e implementación de organizaciones empresariales, de administraciones públicas, de organizaciones de la sociedad civil, del tercer sector y ONG.
- E.3. - Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales. Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.
- E.4. - Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación. Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.
- E.6. - Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.
- E.7. - Capacidad para gestionar la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social. Explicación de la competencia: saber qué métodos se pueden aplicar para evaluar la eficacia de las campañas de comunicación con fines sociales reales y realistas, distinguiendo claramente la responsabilidad social de la acción social y la reputación social.
- E.8. - Capacidad para comprender la incidencia de la comunicación en la formación integral de las personas. Explicación de la competencia: ser capaces de identificar y discriminar la acción educativa que desarrollan los agentes de la comunicación con fines sociales, y los medios de comunicación en general.

3. Objetivos

Los objetivos generales y específicos que se desarrollarán en relación con las competencias enunciadas son los siguientes:

- Que los estudiantes dominen el campo de especialización que implica el estudio de la disciplina “La Acción Educativa para la Comunicación con Fines Sociales”, en su doble aplicación: comunicación no mediada y mediada.
- Que los estudiantes entiendan e interioricen las posibilidades de aplicación, a nivel profesional, de los conocimientos de la asignatura al mundo real.
- Que los estudiantes puedan comprender el significado y el sentido de la educación en materia de comunicación, la “educación mediática”; y se formen en el concepto de competencia mediática.
- Que los estudiantes puedan entender e interpretar los últimos desarrollos teóricos y prácticos en el área comprendida en la asignatura.
- Dotar a los estudiantes de instrumentos para que sean capaces de sistematizar, ordenar datos y argumentar en la exposición de ideas; que sean capaces de encontrar soluciones a los principales retos que se plantean en el momento actual de la educación mediática y comprendan métodos de investigación en este campo.
- Fomentar la creatividad para resolver los retos que la asignatura plantea y saber realizar aplicaciones al mundo de la enseñanza de la comunicación en general y de la publicidad en particular.
- Fomentar el desarrollo de la capacidad crítica y reflexiva del alumnado para abordar los problemas relacionados con los procesos comunicativos contemporáneos en el contexto de la educación.
- Favorecer el análisis crítico de los contextos, discursos y prácticas comunicativas contemporáneas.
- Reconocer el lugar que ocupan los procesos de mediación en la construcción del espacio público.

4. Contenidos y/o bloques temáticos

La asignatura se divide en los siguientes tres bloques temáticos:

Bloque 1 – Educar en comunicación

Bloque 2 – Viejos y nuevos enfoques en educación mediática

Bloque 3 – Práctica creativa de la propia bitácora educativa

Bloque 1: “Educar en Comunicación”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 0,75

a. Contextualización y justificación

En este primer bloque, los y las estudiantes se enfrentan a un trabajo de memorización de su experiencia educativa. Al mismo tiempo deben realizar un autodiagnóstico de sus consumos mediáticos, dado que una de las características de esta asignatura es partir de la propia experiencia de cada estudiante.

Partir de la experiencia personal permite abordar el estudio de la literatura científica con un mayor nivel de implicación y compromiso, realizando una lectura distinta, conociendo el propio contexto.

b. Objetivos de aprendizaje

Saber describir y valorar la experiencia educativa adquirida por cada estudiante en los diferentes niveles de aprendizaje.

Aprender a cuantificar e identificar a las personas, docentes, que han dejado huella en nuestra formación, y las razones por las que tenemos de ellas una determinada percepción.

Conocer las relaciones entre educación y comunicación y la importancia del factor emocional en diferentes modelos de aprendizaje.

Comprender la importancia de estudiar los consumos mediáticos, partiendo de la identificación de los propios consumos de cada estudiante.

c. Contenidos

- Autodiagnóstico de los consumos en medios y sistemas de información y comunicación. Consumos multipantalla.
- La recuperación de la Atención como principal objetivo prioritario en una nueva concepción de la alfabetización digital en un mundo digital y en red.
- La educación como industria del deseo. Relaciones entre educación, comunicación y emoción. Análisis de los modelos educativos desde la concepción de Educación como Industria del Deseo en la teorización de Joan Ferrés.
- Relaciones entre educación, comunicación y emoción.

d. Métodos docentes

Las que se recogen en el apartado 5 de esta guía.

e. Plan de trabajo

Ver el correspondiente al Bloque 3.

f. Evaluación

Las que se recogen en el apartado 7 de esta guía

g Material docente

Ver el correspondiente al Bloque 3.

Bloque 2: “Viejos y nuevos enfoques de la Educomunicación”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 0,75

a. Contextualización y justificación

En este segundo bloque los y las estudiantes van a conocer algunas de las teorías que preparan el desarrollo de la educomunicación a partir de los teóricos y las teóricas de la educación y de la comunicación popular.

Se analizarán las relaciones entre las teorías nacidas en Europa y América Latina, estudiando los puentes de interrelación.

Se estudiarán estrategias educomunicativas para la igualdad de género y la deconstrucción de una comunicación dominada por el patriarcado.

Se darán a conocer las líneas de investigación que se ponen en juego en el nuevo contexto digital.

Asimismo, vamos a definir el concepto de alfabetización mediática desde la concepción tradicional de la educación en medios y la educación con medios y en su aplicación en el mundo de las redes sociales, con la interacción de “influyentes” y “seguidores”.

b. Objetivos de aprendizaje



Saber describir y valorar la experiencia educativa adquirida por cada estudiante en los diferentes niveles de aprendizaje.

Aprender a cuantificar e identificar a las personas, docentes, que han dejado huella en nuestra formación, y las razones por las que tenemos de ellas una determinada percepción.

Conocer las relaciones entre educación y comunicación y la importancia del factor emocional en diferentes modelos de aprendizaje.

Comprender la importancia de estudiar los consumos mediáticos, partiendo de la identificación de los propios consumos de cada estudiante.

c. Contenidos

- Las principales teorías de la educomunicación. De los pioneros de la educación: Celestin Freinet, Paulo Freire y Mario Kaplún, a los pioneros de la comunicación en el contexto digital: Howard Rheingold, Marc Prensky y Henry Jenkins.
- La alfabetización mediática e informacional en el siglo XXI. Evolución y prospectiva.
- De los medios a los metamedios. Del multimedia al concepto de transmedia.
- Modelos de comunicación y educación aplicados a la comunicación con fines sociales.

d. Métodos docentes

Las que se recogen en el apartado 5 de esta guía.

e. Plan de trabajo

Ver el correspondiente al Bloque 3.

f. Evaluación

Las que se recogen en el apartado 7 de esta guía

g Material docente

Ver el correspondiente al Bloque 3

Bloque 3: “Práctica creativa de la propia bitácora educomunicativa”.

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1

a. Contextualización y justificación

En este primer bloque, los y las estudiantes se enfrentan a un trabajo de rememoración de su experiencia educativa. Al mismo tiempo deben realizar un autodiagnóstico de sus consumos mediáticos, dado que una de las características de esta asignatura es partir de la propia experiencia de cada estudiante.

Partir de la experiencia personal permite abordar el estudio de la literatura científica con un mayor nivel de implicación y compromiso, realizando una lectura distinta, conociendo el propio contexto.

b. Objetivos de aprendizaje

Saber describir y valorar la experiencia educativa adquirida por cada estudiante en los diferentes niveles de aprendizaje.

Aprender a cuantificar e identificar a las personas, docentes, que han dejado huella en nuestra formación, y las razones por las que tenemos de ellas una determinada percepción.

Conocer las relaciones entre educación y comunicación y la importancia del factor emocional en diferentes modelos de aprendizaje.

Comprender la importancia de estudiar los consumos mediáticos, partiendo de la identificación de los propios consumos de cada estudiante.

c. Contenidos

- Autodiagnóstico de los consumos en medios y sistemas de información y comunicación. Consumos multipantalla.
- La recuperación de la Atención como principal objetivo prioritario en una nueva concepción de la alfabetización digital en un mundo digital y en red.
- La educación como industria del deseo. Relaciones entre educación, comunicación y emoción. Análisis de los modelos educativos desde la concepción de Educación como Industria del Deseo en la teorización de Joan Ferrés.
- Relaciones entre educación, comunicación y emoción.

d. Métodos docentes

Las que se recogen en el apartado 5 de esta guía.

e. Plan de trabajo

Las primeras clases se concentrarán en el diálogo para la identificación de las formas de comunicar y de los consumos mediáticos experimentados por los propios estudiantes participantes. Asimismo, se abordará una labor prospectiva de identificación del entorno mediático compartido. A su vez en estas primeras sesiones se definirá el formato del proyecto de bitácora final.

En la parte central de la asignatura se identificarán las principales teorías que nutren el contexto actual de la educomunicación.

De forma transversal se trabajarán las bitácoras personales que servirán de memoria de seguimiento y proyecto creativo de cada estudiante.

La última sesión servirá para poner en común los trabajos personales de las personas participantes.

f. Evaluación

Las que se recogen en el apartado 7 de esta guía

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

Aparici, R. (coord..) (2010) Educomunicación: más allá del 2.0. Gedisa.

Aparici, R. y García Matilla, A.(2008) Lectura de Imágenes en la era digital. De la Torre.

Aparici, R. y Jorge Martínez-Pérez (2021) El algoritmo de la incertidumbre. Gedisa.

De Andrés, S. y Chaparro (2022) Comunicación Radical. Gedisa

Ferrés, J (2008) La educación como industria del deseo. Gedisa.

Ferrés, Joan (2014) Las pantallas y el cerebro emocional. Gedisa.

García Matilla, A (2021) De la televisión tótem a la metatelevisión ubicua: una nueva visión educomunicativa de un servicio público imprescindible. En Aguaded, I y Pérez-Rodríguez, A. Educomunicación y empoderamiento en el mundo post-covid.. Págs.141 a 168. Tirant Humanidades.

Hari, Johann (2022) El valor de la atención. Por qué nos la robaron y cómo recuperarla. Península.

g.2 Bibliografía complementaria

Aguaded, I y Pérez Rodríguez, A (2021) Educomunicación y empoderamiento en el nuevo mundo pos-covid. Tirant Humanidades.

Aparici, R. y García-Marín, D. (2017). Comunicar y educar en el mundo que viene. Gedisa

Buitrago, A.; Navarro, E. y García Matilla, A. (Eds.) (2015) La educación mediática y los profesionales de la comunicación. Gedisa.

García Matilla, A. (2003) Una televisión para la educación. La utopía posible. Gedisa.

Gutiérrez, A. y Tyner, K (2012) "Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital", en Comunicar, 38, XIX, 31-39.

Jenkins, H.Ford, S. y Green,J. (2015) Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa.

Marta-Lazo, C. y Gabelas, J.A (2016) Comunicación Digital. Un modelo basado en el factor R-elacional. UOC.

Sádaba, Ch.; Núñez Gómez, P. y Pérez Tornero, J.M (2022) La alfabetización mediática e informacional. Comunicación Social.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

Kanamori. RECOGER LA EMOCIÓN EN LA CLASE <https://www.youtube.com/watch?v=uJhqDdoBp1w>

COMO COMBATIR QUE LAS ESCUELAS MATEN LA CREATIVIDAD (Ken Robinson)
<https://www.youtube.com/watch?v=nPB-41q97zg&t=21s>

PUBLICIDAD INFANTIL (ocu)
https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=r2BQ_hgTUCc

VIOLENCIA EN LAS AULAS
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=H4QlvgR9JRk>

LA IMAGEN EN MOVIMIENTO. Producción UNED

h. Recursos necesarios

Cañón de proyección en el aula y ordenador.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Bloque 1	5 primeras horas de docencia + 2 de trabajo en grupo en clase
Bloque 2	8 horas siguientes de docencia
Bloque 3	8 horas siguientes de docencia + 2 de trabajo en grupo en clase

5. Métodos docentes y principios metodológicos

El calendario y horario será el fijado, para cada curso académico, por las autoridades académicas.



Dado que en esta asignatura se viene desarrollando un sistema de docencia del que forma parte la utilización sistemática del campus virtual a través del sistema de subida de tareas, participación en foros, etc.; y un sistema de tutorías “a la carta” que, al margen de que se respeten los horarios de tutorías publicados en la web de la Facultad, incluye también las tutorías a través de internet.

- M1. Trabajo en pequeños grupos.
- M2. Método expositivo o lección magistral.
- M3. Debates o discusión en grupos.
- M4. Trabajo individual y autónomo.
- M5. Seminarios monográficos. Se intentará siempre y de acuerdo con la agenda profesional y los presupuestos del Máster, contar con invitados al aula.
- M7. Entrevistas en tutoría individual y de grupo.
- M9. Técnicas cooperativas como equipos rápidos o estudios de documentos técnicos.





6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	10	Trabajo autónomo, individual y en grupo	37,5
Clases prácticas	5		
Seminario	5		
Exposición y debate	5		
Total presencial	25	Total no presencial	37,5
TOTAL presencial + no presencial			62,5

- (1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor.



7. Sistema y características de la evaluación

Modelo de Evaluación continua en base a las sesiones presenciales compartidas por profesor y estudiantes de la asignatura La Acción Educativa en la Comunicación con Fines Sociales.

El modelo de evaluación continua, incluye dos elementos de evaluación que serán respectivamente:

- 1) Participación activa en las clases. Con encargo de ejercicios que sirven de base al diálogo participativo establecido entre estudiantes, profesor coordinador y profesionales invitados en diferentes sesiones; exposición del profesor coordinador con ayuda de presentaciones; lecturas y visionados realizados por los estudiantes en los períodos intermedios de las sesiones presenciales y una práctica final vinculada con el diseño teórico de una producción transmedia.
- 2) Elaboración de bitácora personal: que irá siendo elaborada a lo largo de la asignatura de La Acción Educativa en la Comunicación con Fines Sociales. Cada estudiante deberá proyectar ideas propias con sugerencia de materiales para su aprovechamiento educativo. Los temas que se vayan abordando en las clases, servirán de inspiración para la construcción de los diferentes bloques o partes en las que estructuren este trabajo personal. Al final de la asignatura cada estudiante presentará al grupo su trabajo.

A las sesiones se incorporarán profesionales invitados enriqueciendo el diálogo con el profesor coordinador de la asignatura. Esto permitirá que el profesor tenga elementos suficientes junto a la corrección de los trabajos entregados y la bitácora personal para evaluar por el método de evaluación continua.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Evaluación continuada a través de la participación en el aula	10%	Participación activa en las actividades de clase
Evaluación continuada a través de la realización de actividades en el aula	30%	
Trabajo individual o en grupo	60%	Diseño, creación y presentación de bitácora personal

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Se tendrá en cuenta la activa participación en clase y la plasmación de las ideas propias del estudiante en la bitácora personal, su diseño y presentación de la misma
 - El sistema de calificaciones será el establecido en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre.
 - 0-4,9: Suspenso (SS).
 - 5,0-6,9: Aprobado (AP).
 - 7,0-8,9: Notable (NT).
 - 9,0-10: Sobresaliente (SB).
 - La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0
 - En aplicación del Reglamento de Ordenación Académica (ROA) de la Universidad de Valladolid (art. 44.1): “La presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio será catalogado como plagio y, por tanto, sancionado, en su caso, de acuerdo con el procedimiento disciplinario que corresponda, y sin perjuicio de la calificación de Suspenso 0,0”
- **Convocatoria extraordinaria(*):**
 - Los mismos que en convocatoria ordinaria

(* Se entiende por convocatoria extraordinaria la segunda convocatoria.

Art 35.4 del ROA 35.4. La participación en la convocatoria extraordinaria no quedará sujeta a la asistencia a clase ni a la presencia en pruebas anteriores, salvo en los casos de prácticas externas, laboratorios u otras actividades cuya evaluación no fuera posible sin la previa realización de las mencionadas pruebas.

<https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf>



8. Consideraciones finales

Hasta el desarrollo de normativa específica por parte de la Universidad de Valladolid, se establecen las siguientes recomendaciones sobre la declaración de uso de Inteligencia Artificial en trabajos académicos.

Autenticidad y autoría humana:

Los trabajos académicos deben ser fruto del esfuerzo intelectual del estudiantado. El uso de IA no puede suplantar la autoría humana. La utilización de herramientas de IA para la elaboración total o sustancial de trabajos se podrá una infracción equiparable al plagio, con las correspondientes sanciones recogidas en el Reglamento de Ordenación Académica

Transparencia y declaración de uso: *El alumnado deberá declarar explícitamente el uso de IA en sus trabajos, especificando:*

- *Si se ha utilizado IA.*
- *Con qué propósito (por ejemplo: revisión de estilo, traducción, consulta técnica puntual, elaboración de imágenes, edición de vídeos...).*
- *Qué herramientas de IA se han empleado.*

Esta información deberá aparecer en una sección específica de los trabajos solicitados en la asignatura o TFM.

Citación adecuada: *En caso de que se incorporen contenidos generados o asistidos por IA que formen parte sustancial del trabajo, estos deberán citarse siguiendo las recomendaciones actuales de normas APA7. Las herramientas de IA no pueden ser citadas como autoras, pero sí como recursos utilizados.*