



## PRESENTACIÓN

### Breve descripción:

La familia se perfila como un ámbito educativo de especial importancia en el uso y acceso a los diferentes medios de comunicación. En el seno de la comunidad familiar se satisfacen diversas necesidades dedicando tiempo y atención a la amplia oferta de contenidos televisivos, navegando por Internet, dedicando tiempo de ocio a los videojuegos, etc. Bajo esta perspectiva, el hogar se configura como un espacio donde se accede a los medios y también se desarrollan, por interacción con padres y hermanos, pautas y criterios sobre su uso.

- **Titulación:** Familia y Medios de Comunicación.
- **Módulo/Materia:** Módulo 2. Bases Conceptuales Específicas / Comunicación.
- **ECTS:** 2,5
- **Curso, semestre:** Primer curso, segundo semestre.
- **Carácter:**
- **Profesorado:** D. Xavier Bringué Sala.
- **Idioma:** Castellano
- **Aula, Horario:**

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

No se requieren conocimientos específicos previos para cursar esta asignatura.

## PROFESOR

**Xavier Bringué Sala:**

Profesor Titular del Departamento de Empresa Informativa.

Universidad de Navarra.

**Profesor de:**

Familia y medios de comunicación.

**Biografía Académica:**

Licenciado en Ciencias de la Educación y Doctor en Comunicación. Entre 1990 y 1994 trabajó como profesor de enseñanza Primaria y Secundaria en el Colegio Irabia de Pamplona. En 1994 se incorporó a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra como profesor en la recién creada Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. En 1996 trabajó en la London School Of Economics como Research Scholar. En la actualidad es Profesor Adjunto del Departamento de Empresa Informativa e imparte su docencia para las asignaturas de Psicología e Investigación de Mercados. También es miembro de la Society of Consumer Psychology, subdirector del Instituto de Ciencias para la Familia y Subdirector del Departamento de Empresa Informativa, en la Universidad de Navarra.

Su interés investigador se centra en el estudio del consumidor, la publicidad y el marketing infantil y juvenil, el consumo y la educación, y los medios de comunicación y la familia. Sobre



## Universidad de Navarra

estos temas ha publicado varios artículos y libros, y ha participado en numerosos congresos y seminarios profesionales.

Ha desarrollado proyectos de investigación relacionados con el marketing, los jóvenes y los medios de comunicación para el Ministerio de Sanidad y Consumo, Imaginarium, la Asociación Española de Agencias de Publicidad, la European Association of Communication Agencies, Nutrexp, Vinizius Young & Rubican, Vocento, el Consejo Audiovisual de Navarra, el Instituto de Deporte y Juventud del Gobierno de Navarra, Vialogoscopio, el Grupo La Información y Telefónica Internacional.

En la actualidad preside el Consejo Académico Asesor del Foro Generaciones Interactivas, entidad fundada por la Universidad de Navarra, Telefónica Internacional y la Organización Interamericana de Universidades, cuyo objetivo es el estudio científico de la relación entre los menores y las diversas pantallas como base para la puesta en marcha de iniciativas académicas, formativas y empresariales de ámbito internacional.

### COMPETENCIAS

CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG2 Poseer habilidades de gestión de la información y de la toma de decisiones en temas relacionados con el matrimonio y la familia.

CG5 Buscar, seleccionar y manejar la bibliografía especializada en matrimonio y familia.

CG6 Manejar los soportes informáticos: plataforma online y otras aplicaciones informáticas usadas en el máster.

CG7 Trabajar en equipos interdisciplinarios con alumnos procedentes de distintas culturas.

CE4 Conocer y comprender el devenir del matrimonio y de la familia desde las dimensiones histórica, sociológica, económica, demográfica y cultural.

CE17 Analizar los medios de comunicación social (televisión, internet y redes sociales) y su repercusión en las relaciones familiares.

### OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura es analizar estas realidades, atendiendo a tres aspectos. El primero lo constituye la definición de la naturaleza de cada medio, considerando de forma especial el fenómeno televisivo y a nuevos medios interactivos. Un segundo aspecto está constituido por las influencias, positivas y negativas, que tiene el uso de estos medios en las relaciones sociales familiares; su principal componente lúdico y mediación educativa que pueda darse en el hogar, y su peculiaridad dependiendo del tipo de pantalla. Por último, se destacarán algunas propuestas de acción educativa.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Capaces de evaluar la influencia de los medios de comunicación sobre el proyecto familiar.

Diseñar estrategias de acción para integrar los medios de comunicación en el proyecto familiar.



Desarrollar estrategias para la toma de decisiones educativas en este ámbito.

## PROGRAMA

**UNIDAD DIDÁCTICA I: NATURALEZA DE VIEJOS Y NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: INFORMAR, COMUNICAR, CONOCER, PERSUADIR, ENTRETENER. CLAVES PARA ENTENDER LOS MEDIOS**

Tema 1.1. La televisión.

Tema 1.2. Internet o el triunfo de la interactividad.

Tema 1.3. Un nuevo ocio digital: los videojuegos.

Tema 1.4. Comunicación global: la emergencia del teléfono móvil. Hacia una pantalla única.

Tema 1.5. La publicidad o el elemento que todo lo sostiene.

**UNIDAD DIDÁCTICA II: FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UN ESPACIO DE OCIO, UNA NUEVA OPORTUNIDAD EDUCATIVA**

Tema 2.1. Mediación familiar y medios de comunicación.

Tema 2.2. Hacia unos nuevos retos educativos y éticos.

**UNIDAD DIDÁCTICA III: FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PAUTAS DE EDUCACIÓN CRÍTICA**

Tema 3.1. Contexto cultural y educativo de la Generación Interactiva.

Tema 3.2. Medios personales: una generación equipada.

Tema 3.3. Videojuegos como nuevo espacio de relación familiar.

Tema 3.4. No soy yo: soy mi red social.

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica:

Libros:

- BRINGUÉ, X. y SÁDABA, C. (2009), *Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas*, Madrid, Ed. Rialp. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Documentos (disponibles como material docente de cada tema):

- BRINGUÉ, X. (2015), Los menores y sus pantallas: algunas paradojas aplicadas al caso de los videojuegos.
- BRINGUÉ, X.(2005), El mensaje persuasivo, en BRINGUÉ, X., NAVAS, A., SÁNCHEZ-ARANDA, J.J., *La imagen de la juventud en la publicidad televisiva*, Pamplona, Col. Publicaciones del Consejo Audiovisual de Navarra, nº 1, Consejo Audiovisual de Navarra.
- GARCÍA, F. y BRINGUÉ, X. (2017), Internet o la pantalla que todo lo envuelve.
- GARCÍA, F. y BRINGUÉ, X. (2017), El teléfono móvil: la pantalla permitida.
- GARCÍA, F. (2007), ¿Nuevos niños, nueva educación?, en GARCÍA, F., *Manzanas y serpientes. Nueva ética de las pantallas*. Madrid, Rialp.



# Universidad de Navarra

- GONZÁLEZ, D. (2007), *La televisión: claves para comprender el medio*. Universidad de Navarra.
- NIETO, A. (2007), *Videojuegos y ocio digital: Naturaleza, concepto y características*.

## Bibliografía complementaria:

- BRINGUÉ, X. y SÁDABA, C.(2008), *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Ariel Fundación Telefónica.
- BRINGUÉ, X. y SÁDABA, C.(2008), *La generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Ariel Fundación Telefónica.
- BRINGUÉ X. y SÁDABA, C. (2011), *Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al cyberbullying*. Foro Generaciones Interactivas.
- BRINGUÉ, X; NAVAS, A. y SÁNCHEZ ARANDA, J. (2005), *La imagen de la juventud en la publicidad televisiva*. Estudios nº1. Consejo Audiovisual de Navarra.
- BRINGUÉ, X., SÁDABA, C., PARDO, J. (2008), *La Generación Interactiva frente a un nuevo escenario de comunicación. Retos sociales y educativos*. Colección Estudios nº4. Consejo Audiovisual de Navarra,
- CASTELLS, P. y BOFARULL, I. *Enganchados a las pantallas: televisión, videojuegos, Internet y móviles*.
- DEL RÍO, J., SÁDABA, C., BRINGUÉ, X. (2010), *Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al cyberbullying*. Revista de Estudios de Juventud, INJUVE.
- FERRÉS, J.(2000), *Educar en la cultura del espectáculo*. PAIDÓS
- GARCÍA, F. (2007), "¿Nuevos niños, nueva educación?". Publicado en GARCÍA, F., M *anzanas y serpientes. Nueva ética de las pantallas*. Rialp.
- GORDO LÓPEZ, A. J. (2006), *Jóvenes y cultura Messenger*. FAD INJUVE.
- RODRÍGUEZ SAN JULIÁN, E. (Coord.) (2002), *Jóvenes y videojuegos: Espacio, significación y conflictos*. FAD e INJUVE.

## METODOLOGÍA

Esta asignatura tiene tres objetivos básicos:

1. Conocer mejor la tecnología que profusamente utilizan los menores.
2. Profundizar en los retos educativos que surgen de ese uso.
3. Aportar algunas ideas sobre cómo resolverlos.

Así, la materia se plantea desde una dimensión básicamente práctica, no se trata tanto de estudiar o memorizar conceptos. Más bien, esta asignatura pretende que cada uno encuentre en ella elementos aplicables a su situación personal y que también sea aplicable a los distintos ámbitos profesionales particulares de cada uno de los alumnos de este Master. Dicho de otro modo, los materiales didácticos están diseñados para que cada alumno encuentre soluciones prácticas.

En el caso de la evaluación, los dos ensayos consisten en elaborar breves ejercicios que puedan ser divulgados por los alumnos en medios de comunicación, y que aporten criterios a la sociedad en el ámbito Medios de Comunicación y Familia. Los comentarios de texto y las preguntas o cuestiones que se ofrecen al final de cada lección pretenden ser una ayuda para despertar la reflexión en la realización de estos ejercicios. Por tanto, no se trata de responder a las cuestiones de forma memorística para superar la asignatura.

En definitiva, se trata de aprender sobre esta cuestión tan crucial e interesante, y de hacerlo desde el conocimiento y la experiencia profesional que cada uno tiene. Y, por último, de brindar ese saber a la sociedad.



#### NOTA METODOLÓGICA

Las tareas que se proponen bajo el epígrafe "PROXIMAS TAREAS A REALIZAR EN ESTA ASIGNATURA" están enlazadas al CALENDARIO y responden a la secuencia de trabajo propuesta en el CRONOGRAMA de cada asignatura. Es solo una propuesta de trabajo.

En el apartado "EXAMENES Y AUTOEVALUACIONES" el alumno puede acceder a todas las autoevaluaciones de la asignatura y realizarlas cuantas veces necesite y en la secuencia temporal que mejor se ajuste a su disponibilidad de tiempo.

### VOLUMEN Y DISTRIBUCIÓN DE TRABAJO

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS
AF1 Clases online	27
AF4 Trabajos dirigidos	6
AF5 Tutorías	6
AF6 Estudio personal	31.5
AF7 Evaluación	4.5

### EVALUACIÓN

Procedimiento	Tipo	Contenidos	% nota final	Método
Examen parcial	Simulador de decisiones familiares	U.D. I y II	50%	On-line
Examen final	Ensayo	U.D. III	50%	On-line

Para aprobar los exámenes, se necesitará obtener como mínimo una nota de 5 sobre 10 en cada uno de ellos.

#### CONVOCATORIA ORDINARIA

Fechas: del 6 al 19 de mayo (ambos inclusive).



Universidad  
de Navarra

### **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA**

La convocatoria extraordinaria seguirá los mismos criterios que la ordinaria. A petición del alumno, se podrán conservar las notas obtenidas en los ensayos.

Fechas: Del 3 al 30 de junio (ambos inclusive).

### **HORARIOS DE ATENCIÓN**

En el Máster en Matrimonio y Familia, el asesoramiento académico de los alumnos se realiza a través del Sistema de Correo Interno (S.C.I.). Por este medio, el alumno se puede poner en contacto con el profesor (y, viceversa) para resolver dudas, supervisar trabajos, aconsejar bibliografía, etc., siempre dentro del ámbito de la propia asignatura

**D Xavier Bringué Sala.** [jbringue@unav.es](mailto:jbringue@unav.es)