

# LA CULTURA MEDIÁTICA EN LA FORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LA EDUCACIÓN DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Soraya Calvo González. Universidad de Oviedo / UNED. sorayacalvoglz@hotmail.com  
Directora: Aquilina Fueyo Gutiérrez. Universidad de Oviedo / UNED. mafueyo@uniovi.es

TFM "Comunicación y Educación en la Red" (UNED)

## 1. OBJETIVO

Conocer cuál es la **cultura mediática** que consumen activamente los y las jóvenes estudiantes de Pedagogía y analizar la influencia de la misma en su formación desde un enfoque de género. Mejorar la **práctica docente** mediante la investigación.

## 2. IDEAS CLAVES



## 3. ¿CUÁNDO?

Curso 2011-2012 y Curso 2012-2013.

## 4. ¿DÓNDE?

Universidad de Oviedo. Facultad de **Formación del Profesorado y Educación**.

## 5. ¿QUIÉNES?

Alumnas y alumnos que están cursando actualmente la asignatura "**Tecnología Educativa**" de 1º de Grado en Pedagogía, y alumnas y alumnos que cursaron la asignatura en años anteriores.

## 6. ¿CÓMO SE RECOGEN LOS DATOS?

Con una perspectiva eminentemente cualitativa y bebiendo de la tendencia "**etnografía virtual**", se llevan a cabo diferentes dinámicas para obtener la información de la investigación:

- ↗ Grupos de discusión.
- ↗ Cuestionarios sobre intereses y hábitos.
- ↗ Representaciones digitales de sus propias identidades mediáticas (Infografías).
- ↗ Intervención directa en el aula.

## 7. ¿QUÉ "ARTEFACTOS CULTURALES" VAMOS A IMPLICAR EN LA INVESTIGACIÓN?



**3 Del Fondo Sur** @sexndbeach

25 feb

La red ha creado los mitos de que "todo el mundo" esta en la red y lo no que esta en ella no existe. #Tecnoeducast13

Abrir

## 8. ¿Y LA PERSPECTIVA DE GÉNERO?

La asignatura trabaja sobre las **situaciones de desigualdad de género** que viven e identifican las mujeres jóvenes como eje central a partir del que se analizan la **publicidad y otros géneros mediáticos** y se desarrollan **materiales y creaciones audiovisuales** propias que se distribuyen en red.

La investigación pretende desgranar la cultura mediática de las personas jóvenes para detectar aquellas prácticas de **representación y de consumo mediático** que perpetúan la desigualdad entre los sexos y analizar como pueden incorporarse esas variables a la formación del alumnado como **pedagogos y pedagogas**.

## 9. TEMPORALIZACIÓN

Estudio de la situación y primer acercamiento

Curso 2011 - 2012

Proyecto de Investigación

Octubre – Diciembre 2012

Toma de datos

Enero 2013 – Abril 2013

Análisis de datos

Abril 2013 – Mayo 2013

Redacción de conclusiones

Mayo – Junio 2013