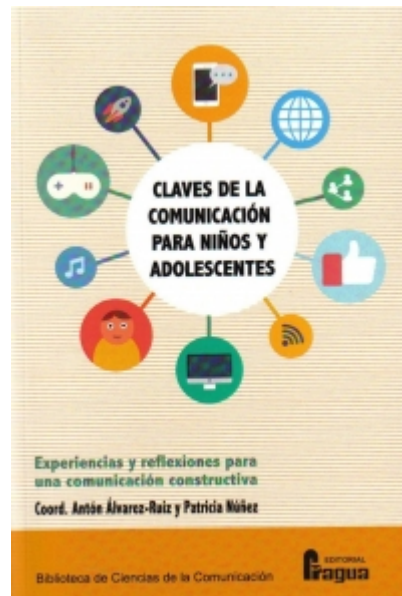


METADATOS ASOCIADOS A UN CAPÍTULO DE LIBRO:



Título del Libro: Claves de la Comunicación para niños y adolescentes

ISBN (si es electrónico el DOI del capítulo): 978-84-7074-668-0

Título del Capítulo: Alfabetización mediática y cine. la metodología “tridente” en el segundo ciclo de educación infantil.

Autor/es del capítulo:

Rodríguez-Rosell, María del Mar

Melgarejo-Moreno, Irene

Año de publicación:

2015

Editorial:

Fragua

Número de páginas del capítulo:

371-384

Citación:

Rodríguez-Rosell, M. M., y Melgarejo-Moreno, I. (2015). Alfabetización mediática y cine: La metodología "tridente" en el segundo ciclo de educación infantil. En A. Álvarez Ruiz y P. Núñez Gómez (Coords.), *Claves de la comunicación para niños y adolescentes: experiencias y reflexiones para una comunicación constructiva* (pp. 371-384). Fragua.

Resumen del capítulo:

El cine es un medio transmisor de conocimientos. Los argumentos, personajes, acciones o la ambientación forman parte de la magia de la interpretación y de la puesta en escena cinematográficas que sugieren ideas en el espectador. En las siguientes líneas queremos mostrar la importancia del cine como medio para la Alfabetización Mediática al ser un recurso idóneo para el trabajo educativo en edades tempranas. Para ello, aportamos una nueva metodología, a la que hemos denominado "Tridente", de aplicación de lo cinematográfico en el segundo ciclo de Educación Infantil (E.I.), en la que destacamos diferentes fases de intervención docente y de trabajo con el alumno a través de la propuesta de una serie de actividades. Con la metodología "Tridente" pretende desarrollar un proceso de enseñanza/aprendizaje donde el cine sea el protagonista, ya no sólo como herramienta o recurso para reforzar contenidos que estén recogidos en el currículum escolar sino como contenido para la educomunicación, con el que los alumnos aprendan aspectos relacionados del propio medio cinematográfico.

Abstract del capítulo:

Cinema is an ideal medium to transmit knowledge. Story line, characters, actions or setting define the magic of interpretation and cinematographic staging that suggest ideas in spectators. The aim of this work is to show the relevance of cinema as an appropriate medium for Media Literacy, due to it is an educational resource to work with children. Through this methodology -Trident-, it is desirable to develop a process of teaching(learning where cinema has the leading role, not only as tool or as resource to reinforce educational contents, but also as a content for education and communication with which children can also learn different aspects of the cinematographic medium.

Índice:

Capítulo 1. PUBLICIDAD

La representación adulta de la imagen del menor en publicidad Consuelo Balado Albiol, Eva Breva-Franch, Paula Lopes	21-45
Resumen	
Impacto de la comunicación social de las marcas comerciales: efectos de las campañas de Coca-Cola en niños y adolescentes Celia Sancho Belinchón, Antón Álvarez Ruiz	47-74
Resumen	
Comunicación publicitaria y envases de juguetes Victoria Tur Viñes, María Costa Ferrer	77-90
Resumen	
Publicidad de juguetes en España: grado de cumplimiento de los códigos de autorregulación y de la norma jurídica en televisión Esther Martínez-Pastor, Miguel Ángel Nicolás Ojeda, Carmen Gaona Pisonero	93-109
Resumen	
Alfabetización publicitaria: el recuerdo de la marca en los niños Patricia Núñez Gómez, Laia Falcón Díaz Aguado, Helena Figuerola, Monserrat Canyameres	111-131
Resumen	

Capítulo 2. TELEVISIÓN Y CINE

Una perspectiva ética en los usos y efectos de la televisión en los menores María del Mar López	135-153
Resumen	
Asignación de roles y género en los dibujos animados: referentes mediáticos para la audiencia infantil María Esther del Moral Pérez, Lourdes Villalustre Martínez	155-174
Resumen	
Relaciones y precedentes entre animación y narrativa "transmedia" Francisco Montero, Inmaculada Berlanga Fernández	177-239
Resumen	
Derechos de la infancia en el tiempo y en el espacio (público): representaciones en la producción cinematográfica chilena Claudia Lagos	241-272
Resumen	

Capítulo 3. REDES SOCIALES, INTERNET Y ENTORNOS VIRTUALES

Publicidad y niños: del "user generated content" al "user generated branding" Marina Ramos Serrano, Paula Herrero Diz	277-302
Resumen	📄
La viralidad de los canales temáticos infantiles de televisión en sus perfiles de Facebook Jesús Díaz del Campo Lozano, Erika Fernández Gómez	305-325
Resumen	📄
De la desconfianza al rechazo: percepción y gestión de los reclamos publicitarios entre los y las menores Miguel Angel Casado del Río, Estefanía Jiménez Iglesias, Maialen Sorkunde Garmendia Larrañaga, Paula Pineda Martínez	327-342
Resumen	📄
Transformaciones comunicativas que se relacionan con cambios educativos cognitivos y existenciales Francisco Bernete García, Cristina López Navas	345-369
Resumen	📄
Alfabetización mediática y cine: la metodología "tridente" en el segundo ciclo de educación infantil María del Mar Rodríguez Rosell, Irene Melgarejo Moreno	371-384
Resumen	📄
El discurso mediático y publicitario y su influencia en la percepción, interpretación y diseño del cuerpo por parte de los jóvenes y adolescentes vascos y navarros Lázaro Echegaray-Eizaguirre, Carmen Peñafiel Saiz, María Milagros Ronco López	387-404
Resumen	📄

Capítulo 4. VIDEOJUEGOS Y APLICACIONES

Experiencia de juego "casual" para activar las inteligencias múltiples con "Farm Heroes Saga" María Esther del Moral Pérez, Laura Carlota Fernández García	409-429
Resumen	📄
Innovación educativa: las "apps" como un recurso tradicional en la etapa de educación infantil Silvia Comín Hernando	431-453
Resumen	📄
Mundos imaginarios, mundos virtuales: la construcción de la identidad con "Los Sims 2" y "Harry Potter" Sara Cortés Gómez, Rut Martínez Borda, María Ruth García Pernía	455-483
Resumen	📄

Capítulo 5. OTRAS EXPERIENCIAS

Infancia y alimentación: deconstrucción crítica de un desafío común entre educación, ciencia, política y sociedad María Aurora López López, Ana Sebastián Morillas, Isabel Rodrigo Martín	487-507
Resumen	📄
Cultura emprendedora y competencias: el nuevo reto de la educación actual Luis Rodrigo Martín, Daniel Muñoz Sastre, María Isabel Martín Requero	509-527
Resumen	📄
Reflexiones sobre comunicación infantil y responsabilidad social de las organizaciones Rosa María Torres Valdés	529-538
Resumen	📄

