

Producció Periodística Multiplataforma**2013/2014**

Codi: 103115

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	0	0

Professor de contacte

Nom: Nuria Simelio Sola

Correu electrònic: Nuria.Simelio.Sola@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: Sí

Algun grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

Assignatura de quart en el Grau de Periodisme. Es necessitarà que l'alumne tingui un coneixement de temes d'actualitat; demostrí capacitat per l'ús correcte oral i escrit del català i el castellà i coneixements bàsics de l'anglès. Cal tenir en compte que l'alumnat ja haurà realitzat assignatures obligatòries relacionades amb aquesta assignatura i que això permetrà que ja tingui les capacitats tècniques necessàries.

Objectius

L'assignatura pretén l'aplicació pràctica de les competències periodístiques multimèdia i el conjunt de rutines organitzatives, estratègies comercials, comunicatives i de serveis, encaminades a l'elaboració de productes periodístics en un context de producció periodística multiplataforma. Així com, l'estudi i pràctica de les tecnologies i sistemes de producció de continguts periodístics a Internet i als diversos suports i plataformes: telefonia, televisió interactiva i tablets.

S'abordaran totes les peculiaritats de les redaccions i la producció multiplataforma, la transformació del perfil professional, els nous llenguatges audiovisuals i tecnològics, els coneixements tècnics i de producció audiovisual i com s'han d'utilitzar les xarxes socials. Es pretén que els futurs graduats i graduades siguin capaços de crear i dirigir productes periodístics multiplataforma.

Tant el material com la dinàmica de l'assignatura tenen un alt component pràctic. Les pràctiques consistiran en una simulació professional en un entorn real a partir de la creació d'un mitja periodístic multiplataforma que treballi de forma igual a la realitat. L'alumnat elaborarà productes periodístics en qualsevol suport i ampliarà el producte a través de les diverses plataformes. A més, seran capaços de prendre les decisions que es requereixin, independentment del lloc de treball que ocupin a l'escala laboral periodística o en el mitjà en el que treballin.

L'assignatura s'integra dins de la matèria de "Producció periodística" i dins d'aquest bloc formatiu aporta els coneixements pràctics i les bases teòriques per entendre el context de la producció periodística multiplataforma i els canvis que comporten dins de la professió i a les rutines periodístiques. L'objectiu principal és dotar a l'alumnat de les competències necessàries en la producció, realització, direcció i creació de productes periodístics en tots els formats i suports digitals.

Es facilitarà que l'alumne conegui el context de les noves exigències professionals relacionades amb les formes d'expressió digitals i les facilitats tècniques que provoquen que un periodista a l'actualitat hagi de ser alhora investigador, editor, productor i distribuïdor.

Competències

- Periodisme
- Aplicar l'ètica i la deontologia professionals del periodisme, així com l'ordenació jurídica de la informació.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
- Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
- Dissenyar els aspectes formals i estètics en mitjans escrits, gràfics, audiovisuals o digitals, i usar tècniques informàtiques per a la representació d'informació mitjançant sistemes infogràfics i documentals.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Transmetre informació periodística en el llenguatge propi de cada un dels mitjans de comunicació, en les seves formes combinades modernes o en suports digitals, i aplicar els gèneres i els diferents procediments periodístics.
- Utilitzar les tecnologies avançades per al desenvolupament professional òptim.

Resultats d'aprenentatge

1. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
2. Conèixer i saber aplicar els programes informàtics adequats per a desenvolupar processos infogràfics.
3. Conèixer i utilitzar professionalment instruments necessaris per a enregistrar veu i imatge.
4. Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
5. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
6. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
7. Gestionar el temps de manera adequada.
8. Identificar i distingir les prescripcions tècniques necessàries per a comunicar en el llenguatge propi de cada un dels mitjans de comunicació (premsa, audiovisual, multimèdia).
9. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
10. Usar tècniques informàtiques per a la representació i la transmissió de fets i dades mitjançant sistemes infogràfics.
11. Utilitzar criteris de responsabilitat social en els diversos processos de producció informativa.
12. Utilitzar les tecnologies avançades per al desenvolupament professional òptim.
13. Valorar la utilització del disseny en tots els mitjans de comunicació com a suport a la transmissió d'informacions en premsa, ràdio, televisió i multimèdia.

Continguts

Tema 1. Introducció a la producció periodística multiplataforma

Definició i característiques del periodisme multiplataforma

Definició de conceptes: multiplataforma, multimèdia, multisuport, transmissió.

Què és la producció periodística? Com es fa un producte periodístic multiplataforma?

Qualitats del productor periodístic. El treball del productor periodístic en un entorn multiplataforma.

Peculiaritats específiques de les redaccions i de les produccions multiplataforma

Exemples de bones pràctiques i estudi de casos

Tema 2. El procés de la producció periodística multiplataforma. Organització d'una redacció multimèdia. Els professionals.

Organització d'un equip de producció multimèdia i multiplataforma. Tipus i exemples de bones pràctiques. Comparació entre diaris "tradicionals" i productes periodístiques multiplataforma exitosos.

Noves professions. Noves rutines de treball. Transformació del perfil professional.

Lideratge d'un equip de periodistes. La planificació com a base de treball i el treball en equip com a solució.

Tasques de cada persona en un equip. Agenda i fonts. Propostes de transparència informativa.

La selecció de les notícies. De què i com s'informa. Les fonts. Canvi del valor informatiu. La gestió de la informació com a mercaderia. La vida de les notícies i de la informació a la xarxa. Les xarxes socials com a fonts d'informació: avantatges i riscos.

Jerarquització. El producte final. Estratègies de selecció en els productes digitals.

La gestió de la participació dels lectors i l'ús de les aportacions dels lectors.

Com aprofitar les aportacions dels de la ciutadania com a fonts d'informació.

Tema 3 Producció periodística per Internet. Nous llenguatges audiovisuals i tecnològics.

Producció periodística per plataformes d'interès general i per plataformes específiques.

Utilització de buscadors i d'altres mitjans per generar informació.

Combinació de mitjans per informar a través d'Internet. Coneixements tècnics. Tècniques bàsiques de posicionament amb èxit d'un producte a la xarxa. Xarxes socials.

Articulació d'una narració multimèdia. Selecció adequada de formats i fonts. Guió i preproducció. Edició i producció en diferents formats.

Exemples de bones pràctiques

Tema 4. Polítiques i estratègies periodístiques de producció multiplataforma

Escenaris i àmbits periodístics en un context digital i multiplataforma

Canvis en la regulació i en l'ètica de la professió.

Canvis en els horaris i els escenaris. Noves estratègies organitzatives

Eines de gestió de projectes multiplataforma. Com realitzar un projecte de producció periodística multiplataforma amb èxit.

Presentació i finançament de projectes. La viabilitat. El crowdfunding. El pressupost. Aspectes legals i contractació. El balanç final

El periodisme ciutadà i cívic. L'elaboració de projectes comunicatius amb interès social.

El futur del periodista emprenedor. Exemples de bones pràctiques

Metodologia

L'assignatura tindrà un component eminentment pràctic. Les pràctiques consistiran en la creació d'un mitjà periodístic multiplataforma que treballi de forma similar a la realitat. El primer dia de pràctiques es plantejarà la divisió dels equips, la concreció temàtica, el disseny de la plataforma i de les necessitats de documentació, esquematització dels productes i disseny del pla de producció, de distribució i de promoció (Community Manager). Cada equip haurà de comptar amb persones que tinguin les següents habilitats: coneixement de

les xarxes socials, coneixements tècnics de producció, muntatge i edició de fotografies i de vídeos; tècnics i creatius, redactors especialitzats i persones amb capacitats de lideratge.

L'assignatura també comptarà amb altres activitats dirigides: classes magistrals (explicació dels conceptes teòrics i pràctics), seminaris on s'aprofundirà en els continguts i s'oferiran exemples de casos de bones pràctiques, conferències i/o taules rodones de periodistes que treballin a plataformes digitals.

En relació a les activitats supervisades, es realitzaran tutories individualitzades i en grup.

Finalment, l'alumnat haurà de realitzar les següents activitats de forma autònoma: les lectures indicades com a obligatòries, l'estudi individual dels continguts teòrics, i totes les activitats planificades per un correcte desenvolupament dels seminaris i de les pràctiques de Laboratori.

Requisits tècnics:

Tots els equips hauran de disposar d'almenys un telèfon mòbil que permeti la gravació de vídeo d'alta definició a 720p y 30fps.

Programes que s'utilitzaran:

Editors de vídeo: Windows Movie Maker, Windows Live Movie Maker, Adobe Premiere Pro CS6

Editors d'imatges: Picnik, Photoshop Express

Blog: Wordpress

Xarxes socials: Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn

Distribució de continguts: RSS.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Avaluació i revaluació	0	0	4, 5, 7
Classe magistral	0	0	1, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12
Pràctiques de laboratori	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Seminaris	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Tipus: Supervisades			
Tutories	0	0	1, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12
Tipus: Autònomes			
Treball autònom	0	0	1, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura tindrà dues parts clarament diferenciades:

- Les pràctiques de laboratori: 75% de la nota i
- Les proves de continguts teòrics: 20% de la nota.

- El 5% restant avaluarà les tutories, l'actitud i la participació.

Informació i normes relatives a l'avaluació de l'assignatura

Es faran tres entregues de pràctiques durant el curs i cadascuna valdrà el 25% de la nota.

Es realitzaran dues proves de contingut, on cada prova valdrà el 10% de la nota.

El 5% restant s'aplicarà en una avaluació final i es tindrà en compte l'actitud i participació de l'alumnat durant tot el curs.

Per aprovar l'assignatura i que es pugui fer mitjana amb la resta de notes, s'haurà de treure a cada prova de contingut un mínim d'un 4 sobre 10.

A les tres darreres setmanes del curs es farà una reevaluació en el cas que hi hagi alguna part (pràctiques o proves de contingut) suspesa o no presentada.

En el cas de que l'alumne no realitzi totes les pràctiques i proves l'avaluació serà de "No presentat".

Per poder fer mitjana, l'alumne haurà d'haver tret un mínim d'un 4 (sobre 10) a les proves de contingut i haver entregat totes les pràctiques.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
2 prova de contingut	10%	25	1	1, 4, 5, 6, 8, 9, 11
Entrega i publicació del primer producte.	25%	25	1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Entrega i publicació del segon producte.	25%	25	1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Entrega i publicació del tercer producte.	25%	25	1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Presentació del pla de producció	5%	25	1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Prova de contingut	10%	25	1	1, 2, 5, 6, 8, 9, 11

Bibliografia

Producció Multiplataforma

BRIGGS., M. (2007) Journalism 2.0. How to survive and Thrive. Center of Texas University, Austin

CEBRIAN, Mariano y FLORES, Jesús (2011) Periodismo en la telefonía móvil. Editorial Fragua, Madrid.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2005): Información multimedia. Soportes, lenguaje y aplicaciones. Pearson, Madrid.

CRUCIANELLI, Sandra (2010) Herramientas digitales para periodistas. Knight Centre. USA

FIOROTTO, Andrés (2009). Producción y edición de video digital, Buenos Aires, Manuales USERS.

FLORES, J. Y CEBRIAN, M. (2012) "El data journalism en la construcción de mashups para medios digitales". XIII Congreso Periodismo Digital Edit. APA, Zaragoza

FRANCO, Guillermo (2008): Como escribir para la Web. Knight Centre Texas University, EE.UU.

GARCÍA MARTÍNEZ, Antonio; PARRA VALCARCE, David; PÉREZ MARTÍN, Joaquín (2010): La dialéctica entre la empresa informativa tradicional y la empresa informativa online. DM. Murcia.

GILLMOR, D. (2004): We Media: Grassroots Journalism by the People for the People. O'Reilly Media.
<http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.esp>

MARTÍNEZ ABADIA, J.; FERNÁNDEZ DÍAZ, F. (2010) Manual del productor audiovisual, Barcelona: UOC

MC ADAMS, Mindy (2009) Guía de habilidades multimedia para periodistas (licencia Creative Commons AttributionNoncommercialShare Alike 3.0 United States License)

PISCITELLI, Alejandro (2005): Internet, la imprenta del siglo XXI. Gedisa. Barcelona.

PORTO, Denis; FLORES, Jesús (2012): Periodismo Transmedia. Fragua, Madrid

RAMONET, Ignacio (Ed.) (2002): La posttelevisión. Multimedia, Internet y globalización económica. Icaria & Antrazyt, Barcelona.

SALAVERRÍA, Ramón y NEGREDO, Samuel (2008): Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Sol90 Media. Barcelona.

SCOLARI, Carlos (2008): Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa, Barcelona

Periodisme digital i multimèdia. Web 2.0

BRIGGS, Asa y BURKE, Peter (2006): De Gutenberg a Internet. Taurus. Madrid.

BRIGGS, M. (2007): Journalism 2.0. Knight Center of Texas University, Austin.

CASTELLS, Manuel (2002) Galaxia Internet. Plaza y Janes, Barcelona

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2010): Información audiovisual y multimedia en Internet. Universidad de San Martín de Porres, Lima.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (Dir.) (2010): Desarrollos del periodismo en Internet. Comunicación Social, Sevilla Zamora.

CEREZO, José y ZAFRA, Juan Manuel (2003): El impacto de Internet en la prensa. Fundación Auna. Madrid.

FLORES VIVAR, Jesús y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (editores)(2009): Periodismo Web 2.0. Fragua. Madrid.

DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (Coord.) (2003): Manual de redacción ciberperiodística. Ariel, Barcelona.

DÍEZ ANDINO, Pilar (coordinadora)(2008): Periodismo en la era de internet. Claves para entender la situación actual de la información periodística en España. Ariel. Barcelona.

ESTÉVEZ, Jaime (2002): Periodismo en la Red. Anaya Multimedia. Madrid.

FLORES VIVAR, Jesús y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (2009): Periodismo Web 2.0. Fragua, Madrid.

FOGEL, JeanFrançois y PATINO, Bruno (2005): La presse sans Gutenberg. Frasset, París.

GARCÍA MARTÍNEZ, Antonio; PARRA VALCARCE, David; ROJO VILLADA, Pedro (2007): Tecnologías de la información en la producción periodística. Universitas. Madrid.

LARRONDO URETA, Ainara (2009): Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual. Universidad del País Vasco. Bilbao.

MORENO SARDÀ, A.; SIMELIO, N. (2008) "Periodismo digital y democracia participativa" Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura. N. 36. ps. 115-129

LÓPEZ GARCÍA, Xosé (2008): Ciberperiodismo en la proximidad. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla.

PALACIOS, Marcos y DÍAZ NOCI, Javier (2009): Ciberperiodismo: métodos de investigación. Bilbao. Universidad del País Vasco.

PALOMO, María Bella (2004): El periodista on-line: de la revolución a la evolución. Comunicación Social. Sevilla.

PARRA, David y ALVAREZ, José (2004): Ciberperiodismo. Síntesis, Madrid.

TEJEDOR, Santiago (coordinador) (2010): Ciberperiodismo. Libro de estilo para ciberperiodistas. ITLA. Santo Domingo.

Disseny i tecnologia digital

AUSTIN, Tricia & DOUST, Richard (2008) Diseño de Nuevos Medios. Art Blume, S.L. Barcelona.

BUSTAMANTE, Jenny. (2005): La tecnología digital en la enseñanza de la televisión y del video. Revista Educere, número 26.

CABRERA, María Ángeles (coordinadora) (2010): Evolución tecnológica y cibermedios. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla.

CAIRO, Alberto (2008): Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa. Alamut. Madrid.

GARCÍA, Jesús (2003): Tecnología de la Comunicación e Información Escrita. Síntesis. Madrid.

LARRONDO URETA, Ainara y SERRANO TELLERÍA, Ana (editoras) (2007): Diseño periodístico en Internet. Universidad del País Vasco. Bilbao.

SALAVERRÍA, R.; GARCÍA-AVILÉS, J.A. (2008) "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo", Trípod, 23: 31-47.

Xarxes socials i mitjans digitals

BLOOD, Rebeca (2005): Universo del weblog. Consejos prácticos para crear y mantener su blog. Gestión 2000. Bilbao.

CEREZO, José (coordinador) (2006): La blogosfera hispana: pioneros en la cultura digital. Fundación France Telecom. Madrid.

FLORES VIVAR, Jesús (2009) "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales". En Revista Comunicar No. 33, Huelva.

FLORES VIVAR, J.; CEBRIÁN HERREROS, M. y ESTEVE RAMÍREZ, F. (Edits.) (2008): Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones. Fragua, Madrid.

MARTÍN PRADA, J. (2012) Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales. Akal, Madrid.

ORIHUELA, José Luis (2006): La revolución de los blogs. La Esfera de los Libros. Madrid.

SALAVERRÍA, Ramón (coordinador) (2005): Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones. Sevilla.

Cultura digital

AGUADO, Juan Miguel y MARTÍNEZ, Inmaculada (coordinadores) (2008): Sociedad móvil. Biblioteca Nueva. Madrid.

JARVIS, Jeff (2010): Y Google ¿cómo lo haría? Gestión 2000, Madrid.

JENKINS, Henry (2006): Convergence culture. Edita: New York University Press, NY

LÓPEZ GARCÍA, Xosé y PEREIRA FARINA, Xosé (coordinadores) (2010): Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela.

PAVLIK, John (2005): El periodismo y los nuevos medios de comunicación. Paidós. Barcelona.

PERCEVAL, J.M.; SIMELIO, N. (2006) "La narratividad digital ante la lecto-escritura esquizofrénica: un desplazamiento hermenéutico" Dosdoce. Núm. 1

PISANI, Francis y PIOTET, Dominique (2008): La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo. Paidós, Barcelona.

Tendències de futur i models de negoci

FLORES VIVAR, Jesús y AGUADO, Guadalupe(2005): Modelos de negocio en el ciberperiodismo. Fragua. Madrid.

FORES, J.M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. Comunicar, 33, 73-81. (DOI: 10.3916/c33-2009-02-007).

ORIHUELA, José Luis (2011): 80 claves sobre el futuro del periodismo. Anaya Multimedia. Madrid.

ENLLAÇOS WEB

Casciari, Hernán - "Cómo matar al intermediario":

http://www.youtube.com/watch?v=_VEYn3bXz34

Col·lectiu de periodistes que es dedica a l'elaboració de projectes comunicatius de caràcter social:

<http://www.contrast.es>

Col·lectiu "Se buscan periodistas": <http://sebuscanperiodistas.com>

Com ser periodista en xarxa: <http://onlinejournalismblog.com/2012/03/13/how-to-be-a-network-journalist/>

Congreso de Periodismo Digital (ediciones I a XII). Asociación de la Prensa de Aragón. Huesca. De 2000 Congreso Nacional de Periodismo Digital a 2011.

Disponible en: <http://www.congresoperiodismo.com>.

Cooperativa de periodistes:

- <http://alternativaseconomicas.coop>

- <http://www.lamarea.com> (ex treballadors de Público)

Domínguez, Eva. "El cuarto bit. Notas sobre comunicación y Nuevas Tecnologías". Blogs de "La Vanguardia" <http://blogs.lavanguardia.com/elcuartobit/>

Exemples de com usar els usuaris per a fer informació:

- <http://233grados.lainformacion.com/blog/2011/06/usuarios-analisis-mail-sarah-palin.html>

- <http://www.guardian.co.uk/help/insideguardian/2011/oct/10/guardian-newslist>

-

<http://233grados.lainformacion.com/blog/2012/01/un-editor-pide-ayuda-en-twitter-para-disenar-la-portada-de-su->

Fundación Telefónica. Informe sobre la Sociedad de la Información (ediciones de 2000 a 2010). Disponible en: http://www.fundacion.telefonica.com/es/debateyconocimiento/eventos/evento/1_1_01_2011_esp_2969

Noticias Transmedia "El Periodista Transmedia tiene futuro"

<http://noticiatransmedia.com/2010/06/18/el-periodista-transmedia-tiene-futuro/>

Xarxa de joves cibercorresponsals: <http://www.cibercorresponsales.org>

Estudi de casos, exemples i bones pràctiques:

Demotix: www.demotix.com

European Network: <http://www.cafebabel.com/>

Knight Center for International Media:

<http://mdg.glocalstories.org/>

<http://roma.glocalstories.org/>

Powering a Nation "Coal a Love Story": <http://www.poweringanation.org/coal/>

Universidad del Tec de Monterrey- Reframing México:

<http://www.reframingmexico.org/en/>

Universidad de Ohio "Soul of Athens": <http://2013.soulofathens.com/>

Universidad deEstrasburgo, "Menu famille": <http://cuej.djehouti.com/72-Menufamille.htm>

Universidad Nacional de Rosario: "Migraciones": <http://www.documedia.com.ar/>

University of North California, Pontificia Universidad Católica Argentina <http://www.nowwhatargentina.org/>