

Taller de Producció Periodística

Codi: 43966
Crèdits: 9

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4316493 Periodisme i Innovació en Continguts Digitals	OB	0	A

Professor/a de contacte

Nom: Ricardo Carniel Bugs

Correu electrònic: Ricardo.Carniel@uab.cat

Equip docent

José Manuel Pérez Tornero

Ricardo Carniel Bugs

Albert Montagut Martínez

Pedro Vicente Ortín Andrés

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

Coneixements de periodisme i de les rutines de producció d'informació, així com el nivell d'usuari dels elements bàsics de la producció periodística en formats multimèdia.

Objectius

Aquest mòdul té l'objectiu de consolidar, de forma pràctica i innovadora, els continguts treballats en els diferents mòduls del màster dins d'una estructura de treball periodístic. Els estudiants hauran de dissenyar, produir, publicar i gestionar diferents tipus de contingut periodístic i generar propostes comunicatives innovadores en termes de formats, canals i públics.

El mòdul es desenvolupa al llarg del Màster, en els dos semestres acadèmics. D'aquesta manera, les classes es desenvoluparan sota l'esquema de treball dins d'una redacció periodística -o una agència de comunicació especialitzada- que obligarà els estudiants a planificar el curt, el mitjà i el llarg termini en la generació i la producció de continguts, i a garantir la gestió òptima dels mateixos.

Competències

- Adaptar-se a noves situacions, tenir capacitat de lideratge i iniciativa mantenint la creativitat.
- Analitzar i avaluar tendències de narració digital de les empreses informatives i ser capaç de proposar alternatives de construcció del relat periodístic en un context digital i interactiu.
- Aplicar el coneixement i l'experiència a través de la integració dels estudiants en una rutina professional de producció periodística.
- Aplicar les eines de gestió, anàlisi, organització i planificació de la informació d'acord amb objectius i projectes informatius específics.
- Comprendre i analitzar les tendències i les dinàmiques del canvi en l'ecosistema comunicatiu, informatiu i regulador de l'empresa periodística del segle XXI.

- Dissenyar, crear i desenvolupar estratègies digitals orientades al posicionament de continguts periodístics.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Treballar en equips de forma coordinada i col·laborativa, i demostrar habilitats per contribuir en equips interdisciplinaris.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar i avaluar les tendències de narració digital de l'empresa informativa i aplicar alternatives innovadores dins d'un producte específic.
2. Comprendre críticament els canvis introduïts per la tecnologia a la producció i gestió de la informació periodística.
3. Comprendre el procés de resolució d'un problema d'investigació identificant idees originals i integrant propostes anteriors.
4. Comprendre i avaluar les possibilitats dels diferents formats de continguts i narratives digitals dins d'un entorn interactiu, hipertextual i transmèdia.
5. Comunicar adequadament les troballes i els raonaments fonamentals del treball de recerca realitzat.
6. Desenvolupar un projecte de recerca que, utilitzant el mètode científic, resolgui un problema concret sobre periodisme i comunicació digital.
7. Distingir i decidir sobre les possibilitats i formats de la narració digital adequant-se a formats i a públics concrets.
8. Fer anàlisis crítiques de documentació, bibliografia i d'informació audiovisual a partir de casos d'estudi plantejats.
9. Fer investigacions aplicades sobre el mercat dels continguts digitals orientat a les xarxes socials.
10. Fer servir eines tecnològiques de gestió i producció de continguts digitals informatius integrant-les a noves plataformes de distribució de continguts.
11. Identificar els diferents formats i plataformes de distribució i intercanvi de continguts adaptant, de manera innovadora, el missatge informatiu.
12. Identificar les tendències de plataformes de continguts digitals i reconèixer les característiques dels nous entorns professionals relacionats amb la informació digital.
13. Organitzar, analitzar i avaluar la informació provinent dels sistemes de mesurament d'audiències per proposar continguts i formes creatives de produir i posicionar la informació.
14. Prendre decisions creatives, innovadores i responsables durant el procés de recerca del Treball de Final de Màster.
15. Presentar els productes informatius elaborats en una rutina de producció periodística concreta de manera clara i atractiva.
16. Presentar els resultats de la seva feina a la comunitat empresarial i al públic destinatari de manera dinàmica i clara.
17. Reconèixer els nous perfils professionals de l'entorn professional periodístic i els seus rols dins dels models d'innovació i dels productes periodístics de l'empresa informativa.
18. Reconèixer i plantejar problemes de recerca aplicada, així com els mètodes adequats per resoldre'ls.
19. Treballar, a partir d'una orientació tutoritzada específica, de manera autònoma i autodisciplinada en un entorn laboral i competitiu.

Continguts

Temari general

- Organització d'una redacció informativa al segle XXI

- Tipus de redaccions, estructures de treball, models d'èxit
- Criteris d'innovació en el dia a dia
- Laboratoris de treball i projectes innovadors en l'entorn informatiu
- Producció de continguts, estudi de casos

L'ordre dels temes indicats podrà variar segons la planificació definitiva de l'assignatura. El calendari detallat amb els continguts específics de cada sessió s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura.

Metodologia

En el primer semestre, el curs serà coordinat pel prof. Ricardo Carniel, i estarà enfocat al debat, exercicis pràctics i la construcció col·lectiva (entre estudiants i docents) del coneixement al voltant de la matèria.

En el segon semestre, el curs serà coordinat pel prof. José Manuel Pérez Tornero, i es desenvoluparà de forma essencialment pràctica, amb la intenció de desenvolupar projectes periodístics amb els estudiants a partir del seu propi disseny, producció i divulgació. Les i els estudiants podran rebre encàrrecs de productes o empreses informatives reals que s'han de fer en els espais de treball tant de la Universitat com de l'empresa.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classe magistral	12	0,48	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 12, 13, 14, 17
Pràctiques de laboratori	55	2,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Tipus: Supervisades			
Tutories i tallers	45	1,8	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Tipus: Autònomes			
Cerca, selecció i lectura de bibliografia i altres recursos. Estudi personal. Planificació i treball individual / en equip.	113	4,52	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19

Avaluació

L'assignatura segueix un sistema d'avaluació continuada, per la qual cosa es dóna per descomptat que l'assistència de l'alumnat a totes les activitats formatives abans esmentades és obligatòria.

Per aprovar el mòdul, serà necessari:

a) Haver realitzat i lliurat totes les activitats d'avaluació (activitats A, B i C). En cas d'absència per motius justificats de força major, s'ha de presentar el corresponent justificant a l'equip docent; en cas contrari, les activitats constaran com No Realitzades.

b) Obtenir una nota mínima de 5 en cadascuna de les activitats. En els treballs desenvolupats en grups, l'equip docent podrà adoptar mesures de control per verificar la participació de cada membre en el treball comú. Per tant, les notes podran ser diferents per a integrants d'un mateix equip, la qual cosa podria suposar que un o més membres suspenguin l'avaluació, mentre els altres l'aprovin.

Sistema de recuperació

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Les activitats del punt A queden excloses del procés de recuperació.

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat, etc.) que pugui conduir a unavariació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixi més d'una irregularitat, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
A) Assistència i participació en classes, debats i exposicions	30%	0	0	1, 2, 4, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 17, 18
B) Treballs pràctics	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
C) Lliurament i presentació de treballs	20%	0	0	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19

Bibliografia

La següent és una llista bàsica de la bibliografia del curs. L'equip docent podrà incloure nous recursos segons el desenvolupament de l'assignatura.

Becker, Beatriz, Waltz, Igor (2017), Mapping Journalistic Startups in Brazil: An Exploratory Study, in Laura Robinson, Jeremy Schulz, Apryl Williams (ed.) Brazil (Studies in Media and Communications, Volume 13) Emerald Publishing Limited, pp.113 - 135

Bro, P. (2018). *Models of Journalism*. London: Routledge.

Chua, E. H. C. (2018). The journalist's new job: Digital technologies and the reader-less quality of contemporary news production. *Ethnography*, 1466138118758113.

Colussi, J., Gomes-Franco e Silva, F., & Rocha, P. M. (Eds.). (2018). *Periodismo ubicuo: convergencia e innovación en las nuevas redacciones*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. DOI:

<https://doi.org/10.12804/th9789587840735>

García-Avilés, J. A., Carvajal-Prieto, M., Arias, F., & De Lara-González, A. (2018). How journalists innovate in the newsroom. Proposing a model of the diffusion of innovations in media outlets. *The Journal of Media Innovations*, 5(1).

JA García-Avilés, M Carvajal Prieto, F Arias Robles (2018). Implementation of innovation in Spanish digital media: analysis of journalists' perceptions. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 369 to 384.

Jeffrey Kuiken, Anne Schuth, Martijn Spitters & Maarten Marx (2017) Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment, *Digital Journalism*, 5:10, 1300-1314, DOI: [10.1080/21670811.2017.1279978](https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978)

Maia, M. R., Drumond, R. F., & Aniceto, C. M. R. (2017). Metacritic Practice: A Configuration of New Journalistic Narratives. *Brazilian Journalism Research*, 13(2), 66-89.

Richard Fletcher & Rasmus Kleis Nielsen (2017) Paying for Online News, *Digital Journalism*, 5:9, 1173-1191, DOI: [10.1080/21670811.2016.1246373](https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1246373)

Sanne Kruikemeier & Sophie Lecheler (2018) News Consumer Perceptions of New Journalistic Sourcing Techniques, *Journalism Studies*, 19:5, 632-649, DOI: [10.1080/1461670X.2016.1192956](https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1192956)

Tony Harcup & Deirdre O'Neill (2017) What is News?, *Journalism Studies*, 18:12, 1470-1488, DOI: [10.1080/1461670X.2016.1150193](https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193)

Utasch, F., & Loebbecke, C. (2017). Intelligent Technologies Shaping Business Models for Journalistic Content Provision: A Concept Matrix. *E-Business and E-Commerce digital commerce (sigebiz)*, 29.