

**Taller de Producción Periodística**

Código: 43966  
Créditos ECTS: 9

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4316493 Periodismo e Innovación en Contenidos Digitales	OB	0	A

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

### Contacto

Nombre: José Manuel Pérez Tornero

Correo electrónico: JosepManuel.Perez@uab.cat

### Equipo docente

José Manuel Pérez Tornero

Albert Montagut Martínez

Pedro Vicente Ortín Andrés

### Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

### Prerequisitos

Conocimientos de periodismo y de las rutinas de producción de información, así como el nivel de usuario de los elementos básicos de la producción periodística en formatos multimedia.

### Objetivos y contextualización

Este módulo tiene el objetivo de consolidar, de forma práctica e innovadora, los contenidos trabajados en los diferentes módulos del máster dentro de una estructura de trabajo periodístico. Los estudiantes deberán diseñar, producir, publicar y gestionar diferentes tipos de contenido periodístico y generar propuestas comunicativas innovadoras en términos de formatos, canales y públicos.

El módulo se desarrolla a lo largo del Máster, en los dos semestres académicos. De esta forma, las clases se desarrollarán bajo el esquema de trabajo dentro de una redacción periodística -o una agencia de comunicación especializada- que obligará a los estudiantes a planificar el corto, el mediano y el largo plazo en la generación y la producción de contenidos, y a garantizar la gestión óptima de los mismos.

### Competencias

- Adaptarse a nuevas situaciones, tener capacidad de liderazgo e iniciativa manteniendo la creatividad.
- Analizar y evaluar tendencias de narración digital de las empresas informativas siendo capaz de proponer alternativas de construcción del relato periodístico en un contexto digital e interactivo.
- Aplicar el conocimiento y la experiencia a través de la integración del estudiante en una rutina profesional de producción periodística.
- Aplicar las herramientas de gestión, análisis, organización y planificación de la información de acuerdo a objetivos y proyectos informativos específicos.
- Comprender y analizar las tendencias y las dinámicas del cambio en el ecosistema comunicativo, informativo y regulador de la empresa periodística del siglo XXI.

- Diseñar, crear y desarrollar estrategias digitales orientadas al posicionamiento de contenidos periodísticos.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- 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.
- Trabajar en equipos de forma coordinada y colaborativa y demostrar habilidades para contribuir en equipos interdisciplinares.

## Resultados de aprendizaje

1. Analizar y evaluar las tendencias de narración digital de la empresa informativa y aplicar alternativas innovadoras dentro de un producto específico.
2. Comprender críticamente los cambios introducidos por la tecnología en la producción y gestión de la información periodística.
3. Comprender el proceso de resolución de un problema de investigación identificando ideas originales e integrando propuestas anteriores.
4. Comprender y evaluar las posibilidades de los diferentes formatos de contenidos y narrativas digitales dentro de un entorno interactivo, hipertextual y transmedia.
5. Comunicar adecuadamente los hallazgos y los razonamientos fundamentales del trabajo de investigación realizado.
6. Desarrollar un proyecto de investigación que, utilizando el método científico, resuelva un problema concreto sobre periodismo y comunicación digital.
7. Distinguir y decidir sobre las posibilidades y formatos de la narración digital adecuándose a formatos y a públicos concretos.
8. Identificar las tendencias de plataformas de contenidos digitales y reconocer las características de los nuevos entornos profesionales relacionados con la información digital.
9. Identificar los diferentes formatos y plataformas de distribución e intercambio de contenidos adaptando, de forma innovadora, el mensaje informativo.
10. Manejar herramientas tecnológicas de gestión y producción de contenidos digitales informativos integrándolas a nuevas plataformas de distribución de contenidos.
11. Organizar, analizar y evaluar la información proveniente de los sistemas de medición de audiencias para proponer contenidos y formas creativas de producir y posicionar la información.
12. Presentar los productos informativos elaborados en una rutina de producción periodística concreta de forma clara y atractiva.
13. Presentar los resultados de su trabajo a la comunidad empresarial y al público destinatario de forma dinámica y clara.
14. Realizar análisis críticos de documentación, bibliografía y de información audiovisual a partir de casos de estudio planteados.
15. Realizar investigaciones aplicadas sobre el mercado de los contenidos digitales orientado a redes sociales.
16. Reconocer los nuevos perfiles profesionales del entorno profesional periodístico y sus roles dentro de los modelos de innovación y de los productos periodísticos de la empresa informativa.
17. Reconocer y plantear problemas de investigación aplicada, así como los métodos adecuados para resolverlos.
18. Tomar decisiones creativas, innovadoras y responsables durante el proceso de investigación del Trabajo de Fin de Máster.
19. Trabajar, a partir de una orientación tutorizada específica, de forma autónoma y autodisciplinada en un entorno laboral y competitivo.

## Contenido

### Temario general

- Organización de una redacción informativa en el siglo XXI
- Tipos de redacciones, estructuras de trabajo, modelos de éxito
- Criterios de innovación en el día a día
- Laboratorios de trabajo y proyectos innovadores en el entorno informativo
- Producción de contenidos, estudio de casos

El orden de los temas indicados podrá variar según la planificación definitiva de la asignatura. El calendario detallado con los contenidos específicos de cada sesión se expondrá el día de presentación de la asignatura.

## Metodología

En el primer semestre, el curso será coordinado por el prof. Ricardo Carniel, y estará enfocado al debate, ejercicios prácticos y la construcción colectiva (entre estudiantes y docentes) del conocimiento en torno a la materia.

En el segundo semestre, el curso será coordinado por el prof. José Manuel Pérez Tornero, y se desarrollará de forma esencialmente práctica, con la intención de desarrollar proyectos periodísticos con los estudiantes a partir de su propio diseño, producción y divulgación. Las y los estudiantes podrán recibir encargos de productos o empresas informativas reales que deberán realizarse en los espacios de trabajo tanto de la Universidad como de la empresa.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clase magistral	12	0,48	1, 2, 3, 4, 6, 7, 14, 8, 11, 18, 16
Prácticas de laboratorio	55	2,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 14, 15, 10, 9, 8, 11, 18, 12, 13, 16, 17, 19
Tipo: Supervisadas			
Tutorías y talleres	45	1,8	1, 2, 4, 6, 7, 14, 15, 10, 9, 8, 11, 18, 12, 13, 16, 17
Tipo: Autónomas			
Búsqueda, selección y lectura de bibliografía y otros recursos. Estudio personal. Planificación y trabajo individual / en equipo.	113	4,52	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 14, 15, 10, 9, 8, 11, 18, 12, 13, 16, 17, 19

## Evaluación

La asignatura sigue un sistema de evaluación continuada, por lo que se da por sentado que la asistencia del alumnado a todas las actividades formativas antes mencionadas es obligatoria.

Para aprobar el módulo, será necesario:

a) Haber realizado y entregado todas las actividades de evaluación (actividades A, B y C). En caso de ausencia por motivos justificados de fuerza mayor, se debe presentar el correspondiente justificante al equipo docente; de lo contrario, las actividades constarán como No Realizadas.

b) Obtener una nota mínima de 5 en cada una de las actividades. En los trabajos desarrollados en grupos, el equipo docente podrá adoptar medidas de control para verificar la participación de cada miembro en el trabajo común. Por tanto, las notas podrán ser diferentes para integrantes de un mismo equipo, lo que podría suponer que uno o más miembros suspendan la evaluación, mientras los restantes lo aprueben.

### Sistema de recuperación

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Las actividades del punto A quedan excluidas del proceso de recuperación.

### Plagio

El/la estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad, etc.) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzca más de una irregularidad, la calificación final de la asignatura será 0.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
A) Asistencia y participación en clases, debates y exposiciones	30%	0	0	1, 2, 4, 7, 14, 10, 9, 8, 18, 16, 17
B) Trabajos prácticos	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 14, 15, 10, 9, 8, 11, 18, 12, 13, 16, 17, 19
C) Entrega y presentación de trabajos	20%	0	0	1, 2, 4, 5, 6, 7, 14, 15, 10, 9, 8, 11, 18, 12, 13, 16, 17, 19

## Bibliografía

La siguiente es una lista básica de la bibliografía del curso. El equipo docente podrá incluir nuevos recursos según el desarrollo de la asignatura.

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.