Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

Gestión de Contenidos Multimedia e Interactivos

Código: 104986
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	OB	3	1

Contacto

Nombre: Santiago Tejedor Calvo

Correo electrónico: santiago.tejedor@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consutarlo a través de este enlace. Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Equipo docente

Clara Soteras i Acosta

Xavier Ortuño Iserte

Prerrequisitos

Los prerrequisitos de la asignatura se centran en el manejo de internet (principales plataformas, redes sociales y búsqueda de información), capacidad de análisis críticos de materiales y dominio de la redacción periodística (directrices de escritura y tipología de géneros).

Objetivos y contextualización

La asignatura tiene como principal objetivo el conocimiento, análisis y manejo de la comunicación digital (especialmente, para cibermedios y redes sociales) mediante la adquisición de habilidades en la concepción, el diseño y la producción de contenidos digitales de diferente naturaleza, su publicación y difusión en el ciberespacio. En este sentido, los objetivos se concretan en:

1. Reflexionar sobre los fundamentos de la comunicación digital.
2. Conocer las pautas de escritura para pantallas.
3. Estudiar los parámetros de diseño de contenidos digitales.
4. Familiarizarse con las principales plataformas y herramientas.
5. Conocer dinámicas de estrategia digital.
6. Asimilar los fundamentos de SEO y analítica web.
7. Estudiar la identidad digital: Branding y medios.
8. Conocer pautas para la gestión de crisis comunicativas.
9. Aplicar rutinas de producción en cibermedios.
10. Estudiar buenas prácticas y analizar las tendencias del sector.

Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Conocer y aplicar los fundamentos teóricos y prácticos de la escritura y de la narrativa periodísticas y sus aplicaciones en los diferentes géneros, medios y soportes.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Transmitir información periodística en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación, en sus modernas formas combinadas o en soportes digitales, y aplicar los géneros y los diferentes procedimientos periodísticos.
- Valorar la diversidad y la interculturalidad como fundamento para trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

1. Adecuar los textos escritos a las necesidades específicas que implican la utilización de tecnologías y sus sistemas para procesar, elaborar y transmitir información.
2. Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
3. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
4. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
5. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
6. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
7. Distinguir las teorías de la escritura y la narrativa periodísticas para aplicarlas a los géneros periodísticos en medios audiovisuales.
8. Distinguir las teorías de la escritura y la narrativa periodísticas para aplicarlas a los géneros periodísticos en soportes multimedia.
9. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
10. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
11. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
12. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
13. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.
14. Valorar la diversidad y la interculturalidad como fundamento para trabajar en equipo.

Contenido

TEMARIO:

1. Fundamentos de la comunicación digital.

2. Cómo escribir para pantallas.
3. Parámetros del diseño de contenidos digitales.
4. Plataformas y herramientas para el comunicador digital.
5. Estrategia digital.
6. Fundamentos de SEO y analítica web.
7. Identidad digital: Branding y medios.
8. Gestión de crisis comunicativas.
9. Rutinas de producción en cibermedios.
10. Estudio de casos y tendencias.

- El contenido de esta asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género.
- El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.
- En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Metodología

- La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.
- El trabajo de curso se realizará en Somos Periodismo (www.somosperiodismo.es), plataforma del departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	15	0,6	7, 8
Estudio y trabajo autónomo	30	1,2	
Laboratorio	27	1,08	1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 13, 14
Tipo: Supervisadas			
Actividades de evaluaci?n	6	0,24	1, 2, 8, 10, 11, 12, 13
Tutorías	7	0,28	
Tipo: Autónomas			
Campus virtual	3	0,12	

Evaluación

El sistema de evaluación tendrá dos partes claramente diferenciadas:

- PARTE PRÁCTICA: 70%.
- PARTE TEÓRICA: 30%.

La asignatura consta de las actividades de evaluación:

- PARTE PRÁCTICA: Proyecto (30% sobre la calificación final) y Prácticas (40% sobre la calificación final).
- PARTE TEÓRICA: Examen (30% sobre la calificación final).

Aspectos a considerar:

- Para poder aprobar la asignatura, habrá sacar una nota mínima de 5 en cada actividad.
- El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades; el peso de las cuales equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.
- Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura, se habrá tenido que obtener la nota media de 3,5.
- Las actividades que quedan excluidas del proceso de recuperación son: Proyecto.
- Al ser evaluación continua, se deberán realizar todas las pruebas evaluables programadas. (En casos excepcionales, y previa aprobación del Equipo docente, se podrá diseñar un sistema de evaluación diferente).
- Para aprobar la asignatura se aprobará tanto la parte práctica como la teórica (obteniendo la calificación equivalente a un 5 sobre 10, en cada una de las partes).
- En caso de aprobar una de las partes y suspender la otra, el alumno tendrá la calificación de suspenso.
- Más de tres faltas de ortografía en algunos trabajos supondrá el suspenso de estos.
- La nota obtenida en la reevaluación de teoría será la nota final deesta parte.
- La nota obtenida en la reevaluación de práctica hará media con la nota obtenida en las prácticas del curso.
- En las pruebas de reevaluación (teórica y práctica) también podrán acceder los alumnos que deseen subir su nota. La nueva nota será la definitiva en la parte teórica y hará media con el resto de prácticas en la parte práctica.
- En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en examen de teoría y práctica. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba síntesis.
- En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	30	6	0,24	7, 11, 12
Proyecto	30	16	0,64	1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13
Pr?cticas	40	40	1,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

Bibliografía

- Aldea et al. Crisis de Comunicación On-line (s.a.). Link: http://unadocenade.com/wp-content/uploads/2014/01/Crisis-de-Comunicacion-Online.pdf

- AA.VV. (2016). 7 ejemplos de crisis en redes sociales mal gestionadas. Link: https://www.antevenio.com/blog/2016/10/crisis-en-redes-sociales-mal-gestionadas/
- Burgueño Muñoz, José Manuel (2018). *Qué hacer cuando arde la red. Gestión de crisis de comunicación online.* Barcelona: UOC.
- Codina Bonilla, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael; Sánchez-Añón, Silvia; Cavaller Reyes, Víctor. *Estrategias y gestión de la comunicación online y offline.* Barcelona: UOC.
- Eito-Brun, Ricardo (2014). *Gestión de contenidos.* Barcelona: EPI.
- Giraldo Valentina (2019). "Marketing de contenidos". Link: https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos/
- Gómez, Arturo (2019). *Manual urgente de periodismo en tiempos de redes sociales: (en 333 tuits de mis clases de #4PeriodismoUCM y #NewPaper).* Madrid: Arturo Gómez.
- IAB (2021). Top tendencias digitales 2021. Link: https://www.antevenio.com/blog/2016/10/crisis-en-redes-sociales-mal-gestionadas/
- IAB (2023). Estudio Redes sociales 2023. https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-redes-sociales-2023/
- Manifiesto Cluetrain: https://personal.us.es/mbmarquez/textos/cluetrain.pdf
- Martínez, Claudia (2020). Storytelling en redes sociales: 10 tips creativos para atraer. Link: https://www.cyberclick.es/numerical-blog/storytelling-en-redes-sociales-tips-creativos-para-atrae
- Monserrat Gauchi, Juan; Sabater Quinto, Federico (2017). *Planificación estratégica de la comunicación en redes sociales.* Barcelona: UOC.
- Nafría, Ismael (2017). *La reinvención de The New York Times: Cómo la "dama gris" del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era de los móviles.* CreateSpace Independent Publishing Platform.
- North Dakota (s.a). Guía de estilo de redes sociales de Dakota del Norte. Link: https://www.nd.gov/sites/www/files/documents/Government/State%20Government/State%20Marketing/Be
- Leiva Aguilera, Javier. *Gestión de la reputación on-line.* Barcelona: EPI.
- Pallás, José (2021). *Redacción web. Manual de redacción SEO.* Independently published.
- Pérez Tornero, José Manuel; Tejedor Calvo, Santiago (2014). *Escribir para la Red: Reflexiones sobre la nueva (y la vieja) escritura informativa on-line.* Gabinete de Comunicación y Educación, Barcelona. Link: http://www.amic.media/media/files/file_352_754.pdf
- Pérez-Soler, Susana (2017). *Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales.* Barcelona: UOC.
- Prodigioso Volcán (2021). Del ego a la tribu. Tendencias de redes sociales para 2021. Link: https://www.prodigiosovolcan.com/wp-content/uploads/2021/02/Del-ego-a-la-tribuo_11-tendencias-RRSS-
- Pugimartín, Mariona (2018). 4 casos de reputación online y gestión de crisis. Link: https://aprendiendomkt.com/4-casos-de-reputacion-online-y-gestion-de-crisis/
- Reuters Institute (2023). Digital News Report. *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023.*
- Serrano, Pipo. (2017). *La transformación digital de una redacción y el periodismo móvil (mojo).* Barcelona: UOC.
- The New York Times (2017). Guía de uso de redes sociales del New York Times para empleados/as. Link: https://www.nytimes.com/2017/10/13/reader-center/social-media-guidelines.html
- Tejedor, Santiago (2019). Herramientas digitales para comunicadores. Link: http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/publicacion-adjuntos/herramienta
- Tejedor, S.;Tusa, F.; & Cervi, L. (2022). Estudio comparativo sobre el potencial del meme como recurso de comunicación política: recepción, usos y significados en estudiantes universitarios (Ecuador-España). Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación, 9(17), 133-159. https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.6
- Tejedor, Santiago (Dir.) (2023). *La inteligencia artificial en el periodismo.* Barcelona: UOC.
- We are social 82023). Digital 2023. https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/

NOTA: A lo largo del curso se trabajará igualmente con materiales derivados de weblogs, sitios web, medios de comunicación y congresos del sector.

Software

- La asignatura desarrolla un taller de producción de contenidos a partir de herramientas multimedia online. El trabajo se desarrolla en los laboratorios de informática. Las sesiones virtuales se llevarán a cabo por Teams o Zoom. El trabajo de curso se realizará en Somos Periodismo (www.somosperiodismo.es), plataforma del departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación.