

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

## Contacto

Nombre: Carmina Crusafon Baques

Correo electrónico: carmina.crusafon@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

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

1. Organización de una redacción informativa en el siglo XXI

2. Tipos de redacciones, estructuras de trabajo, modelos de éxito
3. Criterios de innovación en el día a día
4. Laboratorios de trabajo y proyectos innovadores en el entorno informativo
5. Producción de contenidos, estudio de casos

**IMPORTANTE:**

- 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.
- 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.

## Actividades formativas y Metodología

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

- El curso estará enfocado al debate, ejercicios prácticos y la construcción colectiva (entre estudiantes y docentes) del conocimiento en torno a la materia.
- El curso 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.
- Se trabajará, por lo general, para la plataforma [www.somosperiodismo.es](http://www.somosperiodismo.es)

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

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.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

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

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.

## 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.

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

Crusafon Baques, C., González-Saavedra, C., & Murciano Martínez, M. (2020). Las redes sociales y las aplicaciones móviles en las estrategias de transformación digital de los medios de servicio público europeos. *Comunicació, Revista de Recerca i Anàlisi*, 37(2), 33-54, DOI: [10.2436/20.3008.01.195](https://doi.org/10.2436/20.3008.01.195)

Díaz-Noci, J. (2021) The life of news and the wealth of media companies in the digital world: Reader revenues and professional practices on a post-COVID world. Barcelona: DigiDoc Research Group (Pompeu Fabra University), DigiDoc Reports.

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), 1-16, DOI: [10.5617/jomi.v5i1.3968](https://doi.org/10.5617/jomi.v5i1.3968)

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)

Peres-Neto, L. (2022). Journalist-Twitterers as Political Influencers in Brazil: Narratives and Disputes Towards a New Intermediary Model. *Media and Communication*, 10(3), 28-38, DOI: [10.17645/mac.v10i3.5363](https://doi.org/10.17645/mac.v10i3.5363)

Perreault, & Stanfield, K. (2019). Mobile Journalism as Lifestyle Journalism?: Field Theory in the integration of mobile in the newsroom and mobile journalist role conception. *Journalism Practice*, 13(3), 331-348, DOI: [10.1080/17512786.2018.1424021](https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1424021)

Petre, C. (2021). All the news that's fit to click: how metrics are transforming the work of journalists. Princeton University Press.

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 Kruijkemeier & 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)

Simelio, N.; Ginesta, X.; San Eugenio Vela, J. & Corcoy, M. (2019) Journalism, transparency and citizen participation: a methodological tool to evaluate information published on municipal websites, *Information, Communication & Society*, 22:3, 369-385, DOI: [10.1080/1369118X.2017.1386706](https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386706)

Tejedor Calvo S., Cervi L., Pulido C. M. y Pérez Tornero J. M. (2021). Análisis de la integración de sistemas inteligentes de alertas y automatización de contenidos en cuatro cibermedios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 973-983, DOI: [10.5209/esmp.77003](https://doi.org/10.5209/esmp.77003)

Tejedor, S. . (2022). Artificial Intelligence and Newsgames in Journalism: Proposals and ideas from the case study of three projects. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional De Cultura Visual*, 12(3), 1-8, DOI: [10.37467/revvisual.v9.3749](https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3749)

Zelizer, B., Boczkowski, P. J., & Anderson, C. W. (2022). *The Journalism manifesto*. Polity Press.

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.

### Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TEm) Teoría (máster)	60	Español	anual	mañana-mixto

PROVISIONAL