

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Periodismo
-------------	------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Diseño Multimedia
-------------	-------------------

Tipo:	Obligatoria
-------	-------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	3273
---------	------

Periodo docente:	Octavo semestre
------------------	-----------------

Materia:	Información Periodística y Comunicación Digital (Diseño)
----------	--

Módulo:	Herramientas de Comunicación
---------	------------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Isabel García Casado	isabelgcasado@hotmail.com

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En esta materia se abordará el diseño conceptual 360 grados de la información periodística compleja. En la aproximación que realizan muchas asignaturas del grado de periodismo y comunicación, se fragmenta la realidad y se le da un formato informativo que de alguna forma predetermina la recepción de la misma por parte de la audiencia: crónica, entrevista, texto escrito, reportaje fotográfico, vídeo... En el diseño multimedia, tal y como se entiende en esta asignatura, se superará esa fragmentación para llegar a una integración de todas las facetas y formatos periodísticos para que la información que transmite un periodista sea lo más parecida posible a la realidad misma, para que la mediación del periodista sea lo más breve y ligera posible y, de ese modo, se tienda a la utopía de la objetividad. De esta forma, el alumno podrá entender hasta qué punto los géneros periodísticos tradicionales fraccionan la

realidad sobre la que se informa y podrá también valorar como positiva la función integradora de los nuevos formatos informativos, generadores de nuevas narrativas transmedia.

En esta materia se abordará el diseño conceptual 360 grados de la información periodística compleja. En la aproximación que realizan muchas asignaturas del grado de periodismo y comunicación, se fragmenta la realidad y se le da un formato informativo que predetermina tanto la elaboración de la pieza informativa como la recepción de la misma por parte de la audiencia: crónica, entrevista, texto escrito, reportaje fotográfico, vídeo... En el diseño multimedia, tal y como se entiende en esta asignatura, se superará esa fragmentación para llegar a una integración de todas las facetas y formatos periodísticos para que la información que transmite un periodista sea lo más parecida posible a la realidad misma.

Se aplicarán técnicas de storytelling y se recorrerán las tendencias narrativas más afines al periodismo hasta llegar a las corrientes más actuales basadas en el periodismo narrativo, la narrativa transmedia y las técnicas de narración generadas por las redes sociales, la gamificación, el branded content y otras que están surgiendo en el entorno de los medialabs.

El alumno no solo aprenderá a través de la escucha activa, sino que sobre todo experimentará y practicará todas esas técnicas, recordando algunas de las que ya ha tratado en otras asignaturas de este grado y enfrentándose por primera vez a las más novedosas. Por último, sabrá cómo mantenerse al día de técnicas de diseño de contenido que puedan surgir en el futuro, en su vida estudiantil posterior y en la vida profesional que emprenda tras la universidad.

OBJETIVO

El objetivo último de la asignatura es entrenar a los alumnos para que sepan estructurar, a partir de cualquier contenido informativo, narrativas periodísticas integradas con todos los formatos pertinentes y adaptadas al medio y la audiencia que correspondan. A través de las diversas sesiones teóricas y sobre todo abundantemente prácticas, adquirirán la agilidad necesaria para ejercer su labor informativa en un contexto cambiante al que sabrán adaptarse.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Puesto que planteamos esta asignatura desde una perspectiva integradora de formatos y narrativas, que se proponen como reflejo de una realidad igualmente caleidoscópica, es importante que el alumno conozca previamente los géneros informativos existentes, las corrientes periodísticas y los formatos digitales con los que tendrá que trabajar, así como los soportes (plataformas multimedia, blogs, webs...) en los que se insertarán para conformar un todo asequible a la audiencia. Será gratificante para el alumno comprobar cómo las piezas con las que ha trabajado de forma individual en cursos precedentes se unen para generar un todo que dará mayor sentido a su trabajo y generarán mejor comprensión en la audiencia.

CONTENIDOS

1. Storytelling y las nuevas formas de contar historias
2. El diseño de contenido y los formatos 360 grados
3. Usos del storytelling en el periodismo
4. Periodismo narrativo
5. Herramientas para construir historias transmedia
6. Grandes reportajes transmedia que han sentado precedente
7. Branded content: diseño de contenido multimedia ad hoc
8. Diseño de newsgaming para captar nuevas audiencias
9. El papel de los medialabs

ACTIVIDADES FORMATIVAS

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del

estudiante.

TRABAJO AUTÓNOMO. En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación

TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS: El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos. Slavin define el trabajo cooperativo como "estrategias de instrucción en las que los alumnos están divididos en grupos pequeños y son evaluados según la productividad del grupo", lo que pone en juego tanto la responsabilidad individual como la interdependencia positiva, base del trabajo profesional en equipo.

SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL: que incluye entrevistas, grupos de discusión, autoinformes e informes de seguimiento tutorial.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
120 horas	30 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Competencias generales

Desarrollar la capacidad de ejercer labores informativas como director o redactor de información periodística en cualquier tipo de soporte mediático tradicional o electrónico bien como trabajador autónomo, por cuenta ajena y en sistemas de autoempleo.

Desarrollar la capacidad para ejercer como responsable de comunicación institucional, como responsable de la dirección de comunicación de una Organización o como gestor de portales, editor de contenidos y consultor de comunicación.

Dominar las tecnologías aplicadas al campo de la comunicación en general y del Periodismo en particular.

Competencias específicas

Adquirir la capacidad para utilizar, los recursos informáticos, las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados o interactivos (multimedia).

Saber utilizar y conocer las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones a través de diferentes soportes multimedia. Especialmente, el diseño gráfico y la infografía.

Dominar y desarrollar el ejercicio periodístico en entornos multimedia y de la Red.

Adquirir la capacidad para utilizar herramientas y técnicas informativas específicas aplicadas a procesos de producción informativa o promocional.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Aumentar la capacidad para identificar los formatos idóneos para cada necesidad informadora

Profundizar en el conocimiento de nuevas plataformas multimedia para integración de narrativas 360 grados

Comprender el alcance que este nuevo modelo de producción informativa tiene como herramienta de comunicación holística.

Capacidad para desarrollar una labor informativa en diferentes medios y con distintos objetivos de la empresa informativa

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

-Asistencia y participación en las actividades presenciales en el aula...15%

-Trabajos y ejercicios individuales y grupales...65%

-Pruebas escritas de desarrollo corto... 20%

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Jenkins, Henry. (2008). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Salmon, Christian. (2008). Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Barcelona: Ediciones Península.

Renó, Denis et al. (2013). Periodismo Transmedia: Miradas Múltiples. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. Colección Textos de Ciencias Humanas.

Scolari, Carlos A. (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Planeta.

Herrscher, Roberto. (2012). Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura. Barcelona: Universitat de Barcelona

Bogost, Ian et al. (2010). Newsgames. Journalism at play. Massachussets: The MIT Press

Complementaria

Journalists as storytellers <http://niemanreports.org/articles/journalists-as-storytellers/>

Storytelling en redes sociales <https://vilmanunez.com/que-es-el-storytelling-y-como-lo-aplicamos-en-redes-sociales/>

storytelling y periodismo de datos <https://www.act-on.com/blog/why-data-driven-storytelling-is-the-next-big-thing-in-content-marketing/>

Digital Storytelling: A Marriage Between Journalism and Design <https://journalism.columbia.edu/digital-storytelling-marriage-between-journalism-and-design>

Blog sobre periodismo narrativo (Nieman Foundation) <http://niemanstoryboard.org>