

TITULACIÓN: GRADO EN PERIODISMO

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **PERIODISMO MULTIMEDIA Y DISEÑO GRÁFICO DIGITAL**

Curso: TERCERO Semestre: PRIMERO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Optativa

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

Profesor: Jesús Ollero Pascual

Dirección electrónica: jesus.ollero@eusa.es

2. DESCRIPTORES

La asignatura Periodismo Multimedia y Diseño Gráfico Digital (en adelante, Multimedia) forma parte del currículum académico del Grado en Periodismo. Esta materia, que tiene carácter optativo, se imparte en el primer semestre de Tercer Curso y prepara al alumnado para desarrollar la actividad periodística a través de los nuevos medios digitales, así como de las redes sociales y de microblogging.

La irrupción de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el ámbito periodístico, así como su definitiva implantación en las rutinas de trabajo han obligado a emprender profundas renovaciones en el seno de las empresas periodísticas, llegando a influir, incluso, en el modo de ejercer el periodismo. En efecto, la actividad periodística que se desarrolla a través de los nuevos soportes digitales se ha visto afectada, de manera determinante, por renovados formatos y por formas de producción que buscan satisfacer la demanda de una audiencia cada vez más atomizada y con mayores posibilidades de acceso a la información desde cualquier lugar y momento.

De igual manera, la Web 2.0 y la paulatina generalización de las nuevas herramientas sociales aportan un valor añadido a la actividad periodística, que debe evolucionar hacia las nuevas dinámicas de trabajo y hacia el contacto permanente con los receptores de la información, poniendo también en valor la mayor accesibilidad a las fuentes de información y la posibilidad de verificar datos de forma casi instantánea.

3. SITUACIÓN

Conocimientos y destrezas previos:

Conocimientos de Internet (nivel usuario): correo electrónico, navegación por páginas web y uso de servicios multimedia como Youtube o Flickr.

Aconsejables:

Conocimientos de Web 2.0 (nivel usuario). Cuenta en redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter).

Recomendaciones:

Asistir a clase con ordenador, teléfono móvil o tablet con conexión a Internet.

Adaptaciones para estudiantes con necesidades especiales:

Todas las clases y ejercicios, tanto de clase, como de evaluación, se adaptarán a los alumnos con necesidades particulares. En caso de estudiantes con discapacidad visual, y para aquellos contenidos de la asignatura que requieran de la utilización de asistentes de lectura, se tratará de aplicar el nivel Triple-A de las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web del W3C.

Adaptaciones para estudiantes extranjeros:

El profesor tratará de ofrecer, con la colaboración del alumnado, bibliografía y páginas web especializadas en el idioma correspondiente.

4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

Objetivos:

1. Analizar de forma crítica el panorama del periodismo actual devenido por el progreso tecnológico producido en Internet, y con ello, los nuevos retos y oportunidades profesionales.
2. Definir e identificar los perfiles profesionales 2.0 concibiendo las nuevas competencias profesionales.
3. Dar a conocer las fórmulas comunicativas que propicia la narrativa transmedia en el periodismo.
4. Reconocer y utilizar los medios sociales y plataformas móviles como herramienta periodística, así como reconocer la importancia de la marca o huella digital y la empleabilidad de los periodistas.
5. Exponer las ideas con elocuencia, empatía y de forma asertiva, así como controlar eficazmente los propios estados emocionales.
6. Combinar diferentes tipos de lenguajes periodísticos en nuevas plataformas sociales emergentes y capacitar al alumno en el análisis y desarrollo de nuevos medios concibiendo la calidad, creatividad, el trabajo en equipo y la adaptación a nuevas situaciones.
7. Creación de contenido digital aprovechando herramientas disponibles que permitan afrontar nuevos lenguajes adaptados al consumo desde todo tipo de dispositivos y que hacen más comprensible la información y más atractiva la navegación.

Competencias transversales genéricas:

- a) Saber aplicar los conocimientos básicos de la asignatura a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del mundo de la comunicación y el periodismo.
- b) Poder transmitir información, ideas, problemas y sus soluciones de forma oral o escrita, a un público especializado o genérico.
- c) Saber utilizar herramientas de búsqueda de recursos documentales y bibliográficos, así como de creación de contenidos digitales.
- d) Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- e) Poseer habilidades y aptitudes que favorezcan el espíritu emprendedor en el ámbito de aplicación y desarrollo de su formación académica.

Competencias específicas:

- a) Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación (prensa, fotografía, radio, televisión) y en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (Internet).
- b) Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).

- c) Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.
- d) Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos.
- e) Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.
- f) Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.

5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

- Tema 1: Cómo innovar en periodismo.
- Tema 2: Ideación y desarrollo del proyecto digital.
- Tema 3: Narrativa transmedia en el Periodismo.
- Tema 4: Los bots y automatización de la información.
- Tema 5: Inteligencia artificial en el periodismo y la comunicación.
- Tema 6: Contenidos de marca y empleabilidad de los periodistas.
- Tema 7: Periodismo y social media.
- Tema 8: Redes sociales y visualización de la información.

6. CONTENIDOS DESARROLLADOS

INTRODUCCIÓN AL MULTIMEDIA: INNOVACIÓN Y PROYECTOS

1. Historia de Internet
2. Marco conceptual
3. Fases del proyecto multimedia
4. Usabilidad

ARQUITECTURA WEB

1. Código abierto y creative commons
2. El gestor de contenido (Content Management System, CMS)
3. Creación de una web

LA IMAGEN DIGITAL

1. Características de la imagen digital
2. Formatos
3. Edición básica
4. Publicación en línea

FOTOGRAFÍA EN MOVILIDAD

1. Conceptos básicos de fotografía
2. Historia de la Fotografía Digital
3. Características de la cámara móvil
4. Técnicas de fotografía móvil
5. Aplicaciones
6. Edición de fotografía en movilidad

VÍDEO DIGITAL

1. Conceptos básicos
2. Procesos de captación
3. Edición
4. Publicación

AUDIO DIGITAL

1. Conceptos básicos y formatos
2. Radio digital (DAB/Internet)
3. Edición de audio con Audacity
4. El auge del podcast
5. Creación y publicación de un podcast

GRÁFICOS

1. Conceptos básicos
2. Creación de gráficos
3. Interactividad
4. Herramientas

INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

1. Marco conceptual
2. Historia de la participación en Internet
3. Redes sociales: Facebook
4. Redes sociales: Twitter
5. Redes sociales: Instagram
6. Redes sociales emergentes: TikTok, Twitch

SOCIAL MEDIA Y VISUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1. Marco conceptual
2. El mercado
3. Algunos consejos
4. Monitorización de redes sociales
5. Herramientas de monitorización
6. Gestión de crisis
7. Privacidad
8. Social Media como generador de marca y empleabilidad

INNOVACIÓN EN PERIODISMO

1. Narrativa transmedia
2. Automatización de la información
3. El papel de los bots
4. Inteligencia artificial

GOOGLE: EL REFERENTE MULTIMEDIA

1. Historia de Google
2. Productos y servicios
3. Buscar en Google
- 4 Utilidades de Google

7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Las sesiones se llevarán a cabo mediante clases teóricas expositivas y clases prácticas, en las que se fomentará el estudio de casos concretos y el aprendizaje orientado a su aplicación efectiva en un entorno profesional. En su caso, el docente podría valerse de expertos que puedan ofrecer alguna charla relacionada con el objeto de estudio en cada momento del curso.

Las sesiones teóricas desarrollarán el temario de la asignatura, de manera que el alumnado alcance el conocimiento de los contenidos que se proponen. Las clases magistrales se completarán, en su caso, con apoyo audiovisual y con la lectura reflexiva de textos. Asimismo, el profesor orientará al alumnado sobre la bibliografía recomendada para comprender mejor cada parte de la asignatura y propondrá, en su caso, la consulta de manuales técnicos, así como la lectura crítica de algún libro, sobre el que podría plantearse la realización de algún ejercicio práctico.

Las sesiones teóricas se completarán con prácticas tuteladas en el aula o de manera virtual y que tienen por objeto el de favorecer la autoevaluación y el aprendizaje autónomos. De este modo, mediante la corrección

grupales de ejercicios se podrán facilitar orientaciones específicas, toda vez que el debate permitirá al alumnado identificar dificultades y resolver dudas, al tiempo que favorecerá la dinámica de grupo. Por último, el profesor resolverá cuestiones teóricas y prácticas por medio de tutorías personalizadas, al objeto de facilitar el aprendizaje de las cuestiones recogidas en el temario de la asignatura y, además, para garantizar la consecución de los objetivos por parte del alumnado.

8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Recomendada para el alumnado que entregue, al menos, el 75 por ciento de las prácticas propuestas en clase. Dicha modalidad contempla:

a) Prácticas: el profesor solicitará prácticas para reforzar el aprendizaje de las cuestiones abordadas en la teoría, así como la lectura de bibliografía recomendada, que se podrá evaluar mediante comentarios de texto y ensayos. Incluirá un proyecto final individual. El alumnado deberá afrontar con éxito prácticas que incluirán creación de contenido digital. Las prácticas supondrán un máximo de 8,00 puntos sobre 10,00.

b) Examen teórico: se realizará una breve prueba con preguntas cortas y tipo test para reforzar ciertos conocimientos. Esta prueba supondrá 2 puntos sobre la nota final.

c) Participación activa en clase: durante el curso se requerirá la asistencia activa tanto a las clases teóricas o expositivas como a las clases prácticas, con el objetivo de que el alumnado adquiera los conocimientos básicos de la asignatura, así como la terminología específica y las tendencias actuales, y se capaciten en las habilidades necesarias para desarrollar su actividad profesional en el ámbito del Periodismo. A final de curso, el profesor valorará positivamente la participación activa del alumnado siempre que sea frecuente y que se base en aportaciones de interés para el grupo, lo que podría contribuir a mejorar la calificación obtenida por medio de las prácticas.

8.2. MODALIDAD B

Recomendada para el alumnado que entregue menos del 75 por ciento de las prácticas propuestas durante el curso y, también, para quienes concurren a segunda y posteriores convocatorias.

a) Examen teórico: para poder superar la asignatura será preciso obtener una calificación mínima en este apartado de 5,00 puntos sobre 10,00. En caso de que, por razones de seguridad u otras, no pueda celebrarse un examen de manera presencial en el aula, el profesor podrá evaluar al alumnado mediante la entrega de trabajos prácticos que aborden diferentes aspectos de la asignatura. No obstante, esta posibilidad está limitada, exclusivamente, a un hipotético escenario en el que, de manera objetiva, no pueda celebrarse una prueba presencial en el aula.

Faltas de ortografía: como regla general, y a menos que desde la Dirección del centro se disponga otro criterio, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio práctico o en el examen. Dos faltas graves, dos puntos menos y tres faltas graves, un suspenso que será reseñado en el acta oficial como un 4,00 si el ejercicio hubiera estado aprobado de no ser por la ortografía. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (acentos y mayúsculas), dos faltas de este tipo computarán como una grave, con la misma equivalencia. Faltas de integridad académica: la ausencia de citación de fuentes, los plagios de trabajos o el uso indebido o prohibido de información durante los exámenes implicarán el suspenso en la evaluación, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que, en su caso, estén establecidas por el propio centro.

9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

9.1. Bibliografía específica:

ÁLVAREZ MARCOS, J. (1999): Tecnologías para la Información Periodística. MAD, Sevilla.

ARMENTIA, J. I.; ELEXGARAY, J.; PÉREZ, J. C. (2000): Diseño y periodismo electrónico. Servicio Editorial UPV, Bilbao.

ARMENTIA VIZUETE, J. I. y J. M. CAMINOS MARCET (2003): Fundamentos de periodismo impreso. Barcelona: Ariel Comunicación.

- CANGA LAREQUI, J. (1994): El Diseño Periodístico en prensa diaria. Bosch, Barcelona.
- CASALS, Ricard (2004): Diccionario de diseño, multimedia y web para la industria gráfica. Tecnoteca, Barcelona.
- DREIFUS, J. y RICHAUDEAU, F. (1990): Diccionario de la edición y de las artes gráficas. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Madrid.
- DE PABLOS COELLO, J. M. (1999): Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía. Edit. Síntesis
- DÍAZ NOCI, J. (1999): Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital. UPV. Bilbao.
- EVANS, H. (1984): Diseño y compaginación de la prensa diaria. GG, Barcelona.
- GARCÍA, M. (1984): Diseño y remodelación de periódicos. EUNSA, Pamplona.
- GARCÍA YRUELA, J. (2003): Tecnología de la Comunicación e Información Escrita. Síntesis, Madrid.
- LALLANA, F. (2000): Tipografía y diseño. Preimpresión digital de diarios. Editorial Síntesis, Madrid.
- LESLIE, J. (2000): Nuevo diseño de revistas. GG, Barcelona.
- MARTÍN AGUADO, J. A. (1987): Lectura estética y técnica de un diario. Alhambra, Madrid.
- PISCITELLI, Alejandro (2005): Internet, la imprenta del siglo XXI. Gedisa, Barcelona.
- WONG, Wucius (2004): Diseño gráfico digital. Gustavo Gili, Barcelona.
- WOOLMAN, Matt (2005): Tipografía en movimiento. Gustavo Gili, Barcelona.

9.2. Bibliografía general:

- ARNOLD, E. C. (1986): Diseño total de un periódico. Edamex. México.
- BANN, D. (1992): Manual de producción para artes graficas. Tellus, Madrid.
- BROW, A. (1991): Autoedición. Texto y tipografía en la era de la edición electrónica. ACK Publish, Madrid.
- CALVET, J. L. (2001): Historia de la escritura. Paidós, Barcelona.
- DEL VALLE LEDESMA, M. (1997): "Diseño gráfico, ¿un orden necesario?", en VV.AA.: Diseño y comunicación. Teorías y enfoques. Paidós, Buenos Aires.
- FRUTIGER, Adrian (2002): En torno a la tipografía. Gustavo Gili, Barcelona.
- GÖTZ, Veruschka (2002): Retículas para Internet y otros soportes digitales. Index Book, Barcelona.
- GURTLER, André (2006): Historia del periódico y su evolución tipográfica. G Campgrafic, Barcelona.
- JOHANSON, Kaj; LUNBERG, Peter y RYBERG, Robert (2004): Manual de producción gráfica: recetas. Gustavo Gili, Barcelona.
- JURY, David (2007): ¿Qué es la tipografía? Gustavo Gili, Barcelona.
- KANE, John (2004): Manual de tipografía. Gustavo Gili, Barcelona.
- LOCKWOOD, R. (1992): El diseño de la noticia. Guía de supervivencia para periódicos. Ediciones B, S.A., Barcelona.

- LÓPEZ, Xoxé (Coord., 2006): Sistemas digitales de Información. Pearson, Madrid.
- MANFREDI, J. L. (2000): Manual de Producción Periodística. MAD, Sevilla.
- MANOVICH, Lev (2005): El lenguaje de los nuevos Medios de Comunicación: la imagen en la era digital. Piados, Barcelona.
- MARTÍN MONTESINOS, J. L. y M. MAS HURTUMA (2001): Manual de tipografía, del plomo a la era digital. Valencia: Campgràfic.
- MUNDO, El (Diario) (1996): Libro de estilo. Temas de Hoy, Madrid.
- NEWARK, Quentin (2002): ¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño. Gustavo Gili, Barcelona.
- PABLOS COELLO, José Manuel de (2003): Tipografía para periodistas. Universitas, Madrid.
- PAÍS, El (2004): Libro de estilo. Santillana, Madrid.
- PETZLER, G. (1991): Periodismo iconográfico. Rialp, Madrid.
- SAMARA, Timothy (2004): Diseñar con y sin retícula. Gustavo Gili, Barcelona.
- SATUÉ, Enric (2002): El diseño gráfico. Desde los orígenes a nuestros días. Alianza, Madrid.
- SWAN, Alan (1993): Cómo diseñar retículas. Gustavo Gili, Barcelona.
- TENA PARERA, Daniel (2004): Diseño gráfico y Comunicación. Pearson, Madrid.

9.3. Readings for international students:

- COULDRY, N. (2009): Does 'The Media' have a future? In European Journal of Communication, 24 (4), pag. 437-449.
- CURRAN, J. (2010): The future of Journalism. In Journalism Studies, 11 (4) pag. 464-476.
- FIDLER, R. (1997): Mediamorphosis. Unverstanding New Media. Thousand Oaks (CA): Pine Forge Press.