



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Redacción multimedia en comunicación*

Título: *Grado en Comunicación*

Materia: *Comunicación (Ciencias Sociales y Jurídicas)*

Créditos: *6 ECTS*

Código: *11GCOM*

Curso: *2023-2024*

Índice

1.	Organización general	3
1.1.	Datos de la asignatura	3
1.2.	Equipo docente	3
1.3.	Introducción a la asignatura.....	3
1.4.	Competencias y resultados de aprendizaje.....	4
2.	Contenidos/temario	5
3.	Metodología	8
4.	Actividades formativas ..	8
5.1.	Sistema de evaluación.....	9
5.2.	Sistema de calificación	10
6.	Bibliografía.....	11
6.1.	Bibliografía de referencia	11
6.2.	Bibliografía complementaria.....	11

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MÓDULO	Módulo de Formación Básica
MATERIA	Comunicación (Ciencias Sociales y Jurídicas)
ASIGNATURA	<i>Redacción multimedia en comunicación</i> 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	2023/2024
Cuatrimestre	1º
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	Para el acceso a este Grado, se deben cumplir los requisitos de acceso que prevé el artículo 3 del Real Decreto 412/2014 de 6 de junio.
Dedicación al estudio por ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Profesor	Dra. / Dña. María José Escuder Briz mariajose.escuder@professor.universidadviu.com
-----------------	--

1.3. Introducción a la asignatura

Redacción multimedia en comunicación se enmarca dentro del módulo de formación básica del Grado de Comunicación y se conforma como sustrato fundamental para iniciarse en la creación de contenidos en el entorno virtual.

La asignatura repasa los diferentes lenguajes que integran la comunicación en la que Castells acuñó como Galaxia Internet. A lo largo de 12 sesiones, se revisan las características que el entorno virtual, ya consolidado, impone a los nuevos productos comunicativos y se introducen las nociones básicas para producir contenidos en dicho entorno.

Redacción multimedia en comunicación analiza los rasgos básicos del discurso multimedia e introduce al alumnado en las nuevas exigencias de la redacción *on line*. Las transformaciones

en las rutinas productivas de los medios, los nuevos públicos y los nuevos géneros periodísticos serán objeto de estudio.

El objetivo es que el alumnado adquiera el sustento básico imprescindible para abordar con solvencia el trabajo en la comunicación de hoy que pasa, necesariamente, por los canales multimedia y el entorno virtual.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CB.1.- 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.

CB.2.- 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.

CB.3.- 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.

CB.4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB.5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.1.- Conocer los fundamentos de la comunicación oral y escrita adaptada a los diferentes formatos multimedia.

C.E.2.- Conocer las diferentes teorías comunicativas y su aplicabilidad en sus diferentes contextos de trabajo y estudio.

C.E.3.- Transmitir los contenidos de temas seleccionados a través de los distintos lenguajes y soportes multimedia en el ámbito de la comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

R.A.1.- Conocer el nuevo entorno comunicativo que brinda internet.

R.A.2.- Comprender las características diferenciales que impone el entorno virtual en cualquier situación comunicativa.

R.A.3.- Adquirir las habilidades básicas para redactar contenidos multimedia.

R.A.4.- Reflexionar sobre los rasgos del lenguaje multimedia y conocer las herramientas fundamentales de dichos lenguajes.

R.A.5.- Acercarse a las nuevas narrativas transmedia y aprender sus utilidades y rasgos básicos.

R.A.6.- Adquirir las habilidades básicas del comunicador multimedia y ser capaces de desarrollar proyectos sencillos en el entorno virtual.

R.A.7.- Comprender los retos que la sociedad red impone al mundo de la comunicación.

R.A.8.- Valorar la importancia que las redes han adquirido como herramientas de comunicación.

R.A.9.- Reflexionar sobre los cambios que la virtualidad y las herramientas multimedia han introducido en las rutinas productivas, los viejos medios, los públicos y los productos comunicativos.

2. Contenidos/temario

Unidad Competencial 1 / Tema 1: Introducción a la comunicación digital

- 1.1. El entorno digital. Una aproximación al concepto.
- 1.2. Breve historia de la Galaxia Internet
- 1.3. Características de la comunicación digital
- 1.4. Usos comunicativos del entorno virtual
- 1.5. Nuevos receptores, nuevos agentes, nuevos consumos
 - 1.5.1. *Viewers*
 - 1.5.2. *Browsers*
 - 1.5.3. *Players*
 - 1.5.4. *Prosumers*
 - 1.5.5. *Producers*

Unidad Competencial 2 / Tema 2: Lenguaje multimedia

- 2.1. Lenguaje multimedia. Definición.
- 2.2. Rasgos del lenguaje multimedia
- 2.3. Herramientas multimedia. Los diferentes lenguajes.
 - 2.3.1. Texto
 - 2.3.2. Gráficos
 - 2.3.3. Imágenes
 - 2.3.4. Animación
 - 2.3.5. Vídeo
 - 2.3.6. Sonido

2.4. Claves para elaborar contenidos multimedia

Unidad Competencial 3 / Tema 3: Redacción en el entorno digital

3.1. Claves de la redacción digital

3.1.1. Hipertexto

3.1.2. Multimedia

3.2. Escribir para las pantallas. Características de la redacción en el entorno digital

3.3. La estructura del discurso. Tipologías.

3.3.1. Lineales

3.3.2. Ramificadas

3.3.3. Paralelas

3.3.4. Concéntricas

3.3.5. Reticulares

3.3.6. Mixtas

Unidad Competencial 4 / Tema 4: Introducción a la narrativa transmedia

4.1. Convergencia mediática y nueva narrativa digital: conceptos.

4.1.1. Multimedia o multiplataforma

4.1.2. Crossmedia

4.1.3. Transmedia

4.2. La narrativa transmedia: características diferenciales

4.3. Los elementos de un proyecto transmedia

4.3.1. La historia

4.3.2. La experiencia

4.3.3. Los públicos

4.3.4. Las plataformas

4.3.5. El modelo de negocio

4.3.6. La ejecución

Unidad Competencial 5 / Tema 5: Incorporación TIC en el sistema mediático y de comunicación social

- 5.1. Nuevas herramientas para nuevos productores. Un acercamiento.
- 5.2. Sitios web y plataformas de blogging
- 5.3. Buscadores y gestores de datos
- 5.4. Redes sociales y plataformas digitales
 - 5.4.1. Plataformas de vídeo, imagen y streaming
 - 5.4.2. Plataformas de audio
 - 5.4.3. Redes sociales
- 5.5. Mensajería instantánea
- 5.6. Otras herramientas
 - 5.6.1. Wikis
 - 5.6.2. Foros
 - 5.6.3. Agregadores de contenido

Unidad Competencial 6 / Tema 6: Renovación periodística a través de los nuevos medios digitales: formatos, géneros, rutinas de trabajo y nuevos retos

- 6.1. Del paradigma analógico al paradigma digital
 - 6.1.1. Medios nativos digitales
 - 6.1.2. Medios migrantes
 - 6.1.3. Nuevos actores
- 6.2. Nuevos formatos. La metamorfosis del periodismo
 - 6.2.1. La radio en Internet
 - 6.2.2. Nuevos modos de producir y consumir televisión
 - 6.2.3. La prensa escrita desde una pantalla
 - 6.2.4. Los formatos nativos digitales
- 6.3. El ciberperiodismo: nuevos géneros
 - 6.3.1. Géneros informativos
 - 6.3.2. Géneros interpretativos
 - 6.3.3. Géneros dialógicos

6.3.4. Géneros de opinión

6.4. Rutinas productivas del paradigma digital

6.5. Los nuevos retos del periodismo

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se trabajará la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas, se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- c. Estudio y seguimiento de material interactivo

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono. Los trabajos podrán hacerse de manera individual o grupal.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas, se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Portafolio*	60 %

Actividad Aplicativa 1: Estudio de Casos (50%)	
Actividad Aplicativa 2: Resolución de problemas (50%)	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	40 %
<p>Examen tipo test</p> <p><i>La prueba constará de 10 preguntas con 4 posibles soluciones. Las respuestas incorrectas NO restan.</i></p> <p><i>Los alumnos/as dispondrán de 30 minutos para completar la prueba.</i></p>	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final)** con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 -6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 -4,9	Suspenso

Sin detrimento de lo anterior, el alumnado dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje.**

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el

número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor.

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

Cardoso, G. (2012). *Los medios de comunicación en la sociedad en red: filtros, escaparates y noticias (2a ed.)*. Editorial UOC. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/lc/universidadviu/titulos/56263>

Echevarría, M.C. & Viada, M. (2014). *Periodismo en la web, lenguajes y herramientas de la narrativa digital*. Editorial Brujas. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/78165?page=5>

García Jiménez, A. (2007). *Aproximaciones al periodismo digital*. Dykinson. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/35661?page=8>

Sánchez-Mesa Martínez, D. (II.). (2019). *Narrativas transmediales: la metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales*. Editorial Gedisa. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/126717?page=1>

6.2. Bibliografía complementaria

Aguado-Terrón, J.M. y Martínez-Martínez, I. J. (2009): De la Web social al Móvil 2.0: el paradigma 2.0 en el proceso de convergencia mediática de la comunicación móvil. *El profesional de la información* 18.2 (2009): 155-161.

Ahmad, A N. (2010). Is Twitter a useful tool for Journalists? *Journal of Media Practice* 11, 145-155. http://dx.doi.org/10.1386/jmpr.11.2.145_1

Bell, E. (2016). Facebook is being taken somewhere it never wanted to go. *Columbia Journal Review*, 26/09/2016. http://www.cjr.org/tow_center/facebook_zuckerberg_napalm_video_palestine.php

Boyd, D. (2016). Facebook Must Be Accountable to the Public. *Data & Society*, 13/05/2016. <https://points.datasociety.net/facebook-must-be-accountable-to-the-public-72a6d1b0d32f#.7rig5qghh>

Bruns, A. (2003): Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news, *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: quarterly journal of media research and resources*, 107, pp. 31-44. http://eprints.qut.edu.au/189/01/Bruns_Gatewatching.PDF

- Carrera Álvarez, P. et al. (2012): Periodismo y Social Media: cómo están usando Twitter los periodistas españoles, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (1), pp. 31-53.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_eSMP.2012.v18.n1.39353
- Castells, Manuel (2001): *La galaxia Internet*. Barcelona. Random House Mondadori.
- Castells, Manuel (2008a): Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política, *TELOS* 74. <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116310137>
- Castells, Manuel (2008b): Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II). Los nuevos espacios de la comunicación, *TELOS* 74.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp@idarticulo=1&rev=75.htm>
- Chen, A. (2014). The laborers who keep dick pics and beheadings out of your facebook feed. *Wired*, 23/10/2014. <http://www.wired.com/2014/10/content-moderation/>
- Díaz Arias, Rafael (2012): Periodismo, iconos audiovisuales y redes sociales, en *Innovaciones periodísticas en las redes sociales*, 141-163.
http://eprints.ucm.es/19917/1/Cybermedia2_CAPIT8-1.pdf
- Ferreras Rodríguez, J. G. & Torrado Morales, S. (2017). *Territorios transmedia y narrativas audiovisuales*. Editorial UOC. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/57733?page=1>
- García de Torres, Elvira; Yezers'Ka, Lyudmyla; Rost, Alejandro; Calderín, Mabel; Edo, Concha; Rojano, Miladys; Sais-Hung, Elías; Jerónimo, Pedro; Arcila-Calderón, Carlos; Serrano-Tellería, Ana; Sánchez-Badillo, Jorge & Corredoira, Loreto (2011): Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos, *El profesional de la información*, 20 (6), pp. 611-620. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02>
- González Cogliano, M. V. & Zerega Garaycoa, M. M. (2015): "Conversadores, Cronistas del ego y Bufones, reflexiones acerca de los contenidos que se publican en Twitter", *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones"* 8.1, pp. 186-205. <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/4006>
- Greenslade, R. (2016a). "Why Facebook is public enemy number one for newspapers, and journalism". *The Guardian*, 20/09/2016.
<https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/sep/20/why-facebook-is-public-enemy-number-one-for-newspapers-and-journalism>
- Hermida, A. et al. (2012). "Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer". *Journalism Studies*, 13(5-6), 815-824.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2013.808456>
- Hermida, A. (2010). "Twittering the news: The emergence of ambient journalism". *Journalism practice*, 4(3), 297-308. <http://dx.doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Imbert, Gerard (01/11/2008): "Bienvenidos al desierto de lo hiperreal", *El País*, 1 de noviembre de 2008. http://elpais.com/diario/2008/11/01/opinion/1225494004_850215.html

- Khorana, S. (2015). Is Facebook a proto-sate? *Columbia Journalism Review*, 20/11/2015.
http://www.cjr.org/analysis/facebook_as_state.php
- López García, Guillermo. (2015). *Periodismo digital*. Comunicación Social. Salamanca.
- Martínez-Costa, S. (2018). *Comunicación corporativa audiovisual y online: innovación y tendencias*. Editorial UOC. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/59157?page=1>
- Mosseri, Adam (2016). Building a Better News Feed for You. *Facebook Newsroom*, 26/06/2016. <http://newsroom.fb.com/news/2016/06/building-a-better-news-feed-for-you/>
- Pérez-Soler, S. (2018). *Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales*. Editorial UOC. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/116476?page=1>
- Said Hung, E. (2010). *TIC, comunicación y periodismo digital. Tomo I: normatividad, accesibilidad y escenario de desarrollo*. Universidad del Norte. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/69815?page=16>
- Tubella Casadevall, I. (2012). *Comprender los media en la sociedad de la información*. Editorial UOC.
<https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/lc/universidadviu/titulos/56589>