



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Generación de contenidos en los nuevos medios*

Título: *Grado en Comunicación*

Materia: *Producción, Gestión y Desarrollo de proyectos audiovisuales*

Créditos: *6 ECTS*

Código: *29GCOM*

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	3
2.	Contenidos/temario	5
3.	Metodología	6
4.	Actividades formativas	6
5.	Evaluación.....	7
5.1.	Sistema de evaluación.....	7
5.2.	Sistema de calificación	8
6.	Bibliografía.....	9
6.1.	Bibliografía de referencia	9
6.2.	Bibliografía complementaria.....	10

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MÓDULO	Módulo de formación obligatorio
MATERIA	Producción, Gestión y Desarrollo de proyectos audiovisuales
ASIGNATURA	<i>Generación de contenidos en los nuevos medios</i> 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	Tercero
Cuatrimestre	Segundo
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	Dr. Marcos Antón marcos.antonr@professor.universidadviu.com <i>Doctor en Comunicación, Publicidad y RR. PP.</i>
-----------------	--

1.3. Introducción a la asignatura

La asignatura permite que el alumnado conozca la nueva realidad de la comunicación, desde un punto de vista teórico y práctico. Para ello, se abordará la explicación del nuevo ecosistema de la comunicación desde lo offline al online para así poder entenderlo e integrar la nueva realidad mediática. Además, estudiará los medios emergentes y las herramientas de generación de contenidos en el nuevo universo digital. También, analizará el discurso digital contemporáneo y la importancia de la creación de contenido ético y de calidad en un contexto de sobreabundancia comunicativa.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS GENERALES

C.B.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.

C.B.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.

C.B.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.

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

C.B.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.13.- Generar información adaptada a los nuevos medios digitales.

C.E.14.- Organizar comunicación aplicable a espacios audiovisuales.

C.E.15.- Conocer el desarrollo productivo aplicado a las nuevas plataformas audiovisuales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura, se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.1.- Comprender desde el punto de vista teórico el significado de la llegada de un nuevo escenario y un nuevo paradigma comunicativo.

R.A.2.- Afrontar el reto de una nueva alfabetización ante la velocidad informativa, la cantidad de información, y la multiplicidad de canales de acceso.

R.A.3.- Aprender las habilidades y los recursos profesionales para adaptarse a esta nueva realidad comunicativa.

R.A.4.- Conocer las herramientas de generación de contenidos en el nuevo universo digital para adentrarse en la realidad cambiante del mundo de la comunicación.

R.A.5.- Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para definir el paso de lo audiovisual a lo transmedia de la mano de la convergencia mediática, que traza un universo narrativo complejo.

R.A.6.- Desplegar las capacidades necesarias para la adaptación de los comunicadores y las comunicadoras, ante la evidente evolución en las dos últimas décadas.

2. Contenidos/temario

Tema 1. De lo *offline* a lo *online* y los *social media*.

- 1.1. La revolución digital en la creación de contenido.
- 1.2. Nuevos medios, industrial cultural y de entretenimiento en entornos abiertos
- 1.3. La frágil barrera entre la información y el *marketing*.

Tema 2. El nuevo paradigma audiovisual en la generación de contenido.

- 2.1. Evolución mediática del entretenimiento audiovisual.
- 2.2. La consolidación del vídeo bajo demanda.
- 2.3. La irrupción del contenido en *streaming*.

Tema 3. Herramientas de generación de contenidos en el nuevo universo digital.

- 3.1. Tipos de herramientas de generación de contenido digital.
- 3.2. Evolución de las redacciones ante el ecosistema digital.

Tema 4. Creación de contenido y discurso digital.

- 4.1. El discurso digital.
- 4.2. Flujo de trabajo digital.
- 4.3. Generación práctica de contenido en internet y redes sociales.
- 4.4. Diseño de contenidos para videojuegos y nuevos medios interactivos.

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 podrá realizar 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, SCORM y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Sesiones con expertos en el aula
- c. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- d. 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.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas (a excepción de las prácticas y el Trabajo fin de título), 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 1 (30%) – Estudio de casos: <i>se propondrá un caso práctico a los estudiantes para su resolución.</i> Actividad 2 (30%) - Resolución de problema: <i>se ofrecerá al alumnado una situación ante la que tendrá que aportar una propuesta creativa que la resuelva.</i>	

Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	40 %
Prueba objetiva de evaluación final con 10 preguntas tipo test y 4 opciones de respuesta. Solo una sola respuesta correcta sin crédito parcial negativo. Un solo intento por convocatoria con tiempo limitado, 30 minutos.	

***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 estudiante 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

- Bustos, J. y Ruiz, F. (2021). Las transformaciones de la audiencia española joven ante el surgimiento de nuevas plataformas audiovisuales. En Elías, R. y Jiménez-Marín, G. (Coords.), *Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual desde una perspectiva multidisciplinar* (pp. 257-271). Madrid: Editorial Fragua. <https://idus.us.es/handle/11441/106224>
- Cantamutto, L., y Vela, C. (2016). El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (69), 296-323. <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/cvela2.pdf>
- De Moraes, D. (2007). La tiranía de lo fugaz: mercantilización cultural y saturación mediática. En De Moraes, D. (Coord.), *Sociedad Mediatizada* (pp. 21-38). Barcelona: Gedisa Editorial. Disponible en <https://go.exlibris.link/jrTZ4w3>
- Google. (s.f.). Recibe consejos para creadores. Ayuda de Youtube. <https://support.google.com/youtube/answer/11616410>
- Jenkins, H. (15 de enero de 2003). *Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- López, J. (2012). La industria del entretenimiento (3): reflexiones finales. *Luciérnaga Comunicación*, 4(7), 91-93. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/288/256>
- Nicolás, O. (2016). Generación Z: Móviles, redes y contenido generado por el usuario. *Revista de Estudios de Juventud*, (114), 111-126. https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_8._generacion_y_moviles_redes_y_contenido_generado_por_el_usuario.pdf
- Mendoza, R. (6 de octubre de 2020). *Las mejores herramientas y recursos para creación de contenido*. Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/herramientas-para-creacion-de-contenido/>
- Toledano, F., y San Emeterio, B. (2015). Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online. *Opción*, 31(4), 978-996. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045569057.pdf>
- Twitch. (s.f.). *Primeros pasos en Twitch*. Twitch.tv. <https://www.twitch.tv/creatorcamp/es-es/paths/getting-started-on-twitch/>
- We Are Social (2023). *Digital Report 2023 v1*. We Are Social Blog. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>

6.2. Bibliografía complementaria

- Adorno, T. (1967). "Culture Industry Reconsidered" en *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Londres: Routledge.
- Antón, M. (2015). La comunicación social ciudadana. Análisis del activismo político on line en el periodismo de protesta. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (102), 98-108. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5253024>
- Bernal, A. (2014). *Herramientas digitales para periodistas*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en <https://go.exlibris.link/cNJR3yjl>
- Berzosa, M. (2017). *Youtubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Barcelona: Planeta.
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3250105>
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Clares, J., Ripoll, J., y Tognazzi, A. (2013). *Distribución audiovisual en Internet: VoD y nuevos modelos de negocio*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en <https://go.exlibris.link/nqTHV5r1>
- Colombo, F. (2018) *Reviewing the cultural industry: from creative Industries to digital platforms*. *Communication & Society*, 31(4), 135-146. <https://publicatt.unicatt.it/handle/10807/127631>
- Cuevas, A. (1999). *Economía cinematográfica: la producción y el comercio de películas*. Madrid: Imaginógrafo.
- Echazú, E. y Rodríguez, R. (2018). *Primer glosario de comunicación estratégica en español*. Barcelona: Fundéu. <https://www.fundeu.es/glosario-de-comunicacion-estrategica-fundeu/>
- Flores, J. (2010). *Tecnologías del ecosistema periodístico*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU press. Disponible en <https://go.exlibris.link/T27gXStX>
- Neira, E (2020). *Streaming wars*. Barcelona: Planeta.
- Rogers, S. (2014). *Level Up! The guide to great video game design*. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons.
- Sánchez, N. R. (2016). Mundos transmediales: revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos. *ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 14(1), 49-70. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.930>