



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Comunicación de masas y nuevos medios*

Título: *Grado en Comunicación*

Materia: *Medios online*

Créditos: *6 ECTS*

Código: *09GCOM*

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.....	9

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MÓDULO	Módulo de formación obligatorio
MATERIA	Medios online
ASIGNATURA	<i>Comunicación de masas y nuevos medios</i> 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	Primero
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

El panorama de los medios ha cambiado radicalmente en el breve periodo que abarca entre finales del siglo XX y principios del siglo XXI, es de vital importancia el conocimiento de la evolución y las características que envuelven estos conceptos en la comunicación.

La asignatura introduce al estudiante en los nuevos soportes y nuevas formas de comunicación. Comprenderá la evolución comunicativa en entornos abiertos. Se hará un recorrido de los medios de comunicación de masas al nuevo paradigma digital. Conocerá el concepto multimedia y la transición del *consumer* al *prosumer* digital.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS Y 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.28.- Utilizar adecuadamente las fuentes documentales en la comunicación digital.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

R.A.1.- Conocer la evolución de los medios de comunicación de masas y su evolución y adaptación en el entorno digital.

R.A.2.- Entender los procesos de toma de decisiones en los medios de comunicación.

R.A.3.- Conocer los nuevos formatos, medios alternativos y lenguajes audiovisuales utilizados en la comunicación de masas.

R.A.4.- Analizar el ejercicio actual del periodismo desde una perspectiva crítica, multidisciplinar y partiendo de las teorías de la comunicación.

R.A.5.- Diseñar y planificar proyectos comunicativos dirigidos al gran público en el contexto de los nuevos medios digitales

2. Contenidos/temario

Tema 1. De los medios de comunicación de masas al nuevo paradigma digital.

- 1.1. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? Revoluciones informativas en la historia de la humanidad
- 1.2. El paradigma digital: esperanzas y miedos
- 1.3. El paradigma digital: un nuevo marco para los medios de comunicación
- 1.4. Claves para entender un mundo conectado

Tema 2. Evolución comunicativa en entornos abiertos. Nuevos soportes y nuevas formas de comunicación.

- 2.1. Nuevas narrativas en la era de la visualización
- 2.2. Documentales interactivos y *newsgames*
- 2.3. La renovación de la puesta en escena: Narrativas inmersivas en 360°
- 2.3. Nuevos ecosistemas comunicativos: industrias y modelos de negocio

Tema 3. El concepto multimedia: luces y sombras.

- 3.1. Del multimedia al lenguaje de los nuevos medios de comunicación
- 3.2. La narrativa *transmedia*: experiencias atractivas para una audiencia participativa

Tema 4. Del *consumer* al *prosumer* digital.

- 4.1. La era del entusiasmo: creación de contenidos en entornos abiertos
- 4.2. Nuevas audiencias y participación social en medios audiovisuales

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 %
<p>Actividad 1 (20%) - Estudio de caso: <i>se propondrá un caso práctico a los estudiantes para su resolución.</i></p> <p>Actividad 2 (20%) - Resolución de problema: <i>se ofrecerá al alumnado una situación ante la que tendrá que aportar una propuesta creativa que la resuelva.</i></p> <p>Actividad 3 (20%) - Diseño de proyecto: <i>los estudiantes tendrán que diseñar un proyecto de comunicación digital basado en los preceptos de la asignatura.</i></p>	

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

- Arias, F. J. (1999). Clinton, Diana, ¿dónde se metieron los periódicos serios? *Revista Latina de Comunicación Social*, 22.
<https://mdc.ulpgc.es/utills/getfile/collection/rldcs/id/261/filename/373.pdf>
- Bennet, W. L. y Segerberg, A. (2014). “De los medios de comunicación de masas a las redes sociales”. En *Democracia y nuevos medios digitales*. Revista Telos (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología), 98, p. 58. Fundación Telefónica: Madrid.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero098/de-los-medios-de-comunicacion-de-masas-a-las-redes-sociales/?output=pdf>
- Fang E. I. (1997). *A History of Mass Communication: Sinx Information Revolutions*. Focal Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU press. Disponible en <https://go.exlibris.link/T27gXStX>
- Kwong, R. (2019). “Why emotional storytelling is the future of the journalism”. *Robin Kwong*.
<https://robinkwong.com/storytelling/>
- McQuail, D. (1983). *Introducción a la comunicación de masas*. [Capítulos 1 y 2]. Paidós. Barcelona.
- Pratten, R. (2011). *Getting started with transmedia storytelling*. CreateSpace.
- Sánchez, J, y Contreras, P. (2012). “De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0.” En *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(3), 62-84
<https://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/210>

6.2. Bibliografía complementaria

- 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>
- Berzosa, M. (2017). *Youtubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Barcelona: Planeta.
- Bolter, R. y Grusin, J. D. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press. <https://go.exlibris.link/3PJT081G>
- Collon, M. (2002). *¡Ojo con los media!* Argitaletxe Hiru: Guipúzcoa.

- Curran, J. (1981). Capitalismo y control de la prensa. En J. Curran, M.Gurevith y J. Woollacot. *Sociedad y comunicación de masas*. F.C.E. México.
- De Fleur y Ball-Rokeach, S. (1993). *Teoría de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona.
- Dunham, R. (2020). *Multimedia Reporting How Digital Tools Can Improve Journalism Storytelling*. Springer.
- García Santamaría, J.V. (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Barcelona: Editorial UOC. <https://go.exlibris.link/Fm88yqSH>
- Keen, A. (2012). *Digital vertigo: how today's online social revolution is dividing, diminishing, and disorienting us*. Macmillan
- Laurel, B. (1993) *Computers as Theatre*. Addison-Wesley Educational: Londres.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT press.
- McLuhan M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Porto, D., Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia: reflexiones y técnicas para el ciberperiodista en los laboratorios de medios interactivos*. Ed. Fragua
- Rodríguez, D., González, L, Peinado, M. y Rubio, J. (2021). Verne, nuestro gran medio digital. *El País*. https://verne.elpais.com/verne/2021/03/02/articulo/1614687109_114497.html
- Rainie, H., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system* (Vol. 419). Cambridge, MA: Mit Press.
- Tapscott, D. y Williams, A. (2007). *Wikinomics: la nueva economía de las multitudes inteligentes*. Barcelona: Paidós.
- Thorburn, D. y Jenkins, H. (2003). *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition. Media in transition*. Cambridge, Mass. MIT Press.
- Tubau, D. (2011), *El guion del siglo 21. El futuro de la narrativa en el mundo digital*. Barcelona. Alba Editorial.
- Turkle, S. (2012). *Alone together*. Basic Books. <https://go.exlibris.link/sZwjLHtb>
- Vera, J. A. C. (2019). *Nuevos escenarios de consumo de videojuegos: Twitch. tv y los esports*. Tesis doctoral, Universidad de Murcia. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=290019>
- Wardrip-Fruin, N. y Montfort, N. (2003). *The New Media Reader*. Cambridge: The MIT Press.
- Williams, R. (1974) *Los medios de comunicación social*. Península, Barcelona.