

Guía docente de la asignatura

## Trabajo Fin de Máster (MB2/56/1/23)

Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 08/06/2022

**Máster**

Máster Universitario en Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia

**MÓDULO**

Trabajo Fin de Master

**RAMA**

Ciencias Sociales y Jurídicas

**CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO**

Escuela Internacional de Posgrado

**Semestre**

Segundo

**Créditos**

9

**Tipo**

Obligatorio

**Tipo de enseñanza**

Presencial

### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

El Trabajo Fin de Máster se desarrollará en afinidad con la diversidad y riqueza de líneas de trabajo e investigación de dicho título:

- Línea de investigación 1: Periodismo multimedia y nuevas formas de escritura transmedia.
- Línea de investigación 2: Realización y creación audiovisual en entornos multimedia, formatos web y multiplataforma.
- Línea de investigación 3: Producción y postproducción televisiva y cinematográfica en entornos digitales e interactivos.
- Línea de investigación 4: Políticas de información, análisis estadístico, periodismo de datos y visualización de la información en la Web.
- Línea de investigación 5: Comunicación publicitaria y gestión del marketing en medios audiovisuales e interactivos.

### COMPETENCIAS

#### COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de



investigación.

- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Exponer de forma adecuada los resultados de una investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los principios disciplinares básicos de las ciencias de la comunicación.
- CG02 - Apreciar el papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos individual, social, cultural y político de la comunicación no sólo como práctica profesional, sino como dimensión transversal propia de las sociedades contemporáneas.
- CG03 - Ser capaz de analizar la comunicación social desde el respeto solidario por las diferentes pueblos de la sociedad contemporánea.
- CG04 - Ser capaz de integrarse en equipos de trabajo, con capacidad para gestionar con solvencia la distribución de tareas, gestión del tiempo y adecuación de recursos y métodos a los objetivos propuestos.
- CG05 - Ser capaz de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- CG06 - Demostrar la conducta ética y la adecuación deontológica que debe presidir el quehacer de las personas dedicadas a la información y a la comunicación con arreglo al compromiso cívico derivado de la comunicación social como bien público.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE01 - Capacidad de comprensión y reflexión crítica sobre las transformaciones clave del contexto comunicativo, sociocultural, económico-empresarial y tecnológico en que se produce el desarrollo de los nuevos modos de ejercicio del periodismo multimedia.
- CE02 - Conocer y comprender la especificidad de los nuevos modos de comunicación multiplataforma y transmedial.
- CE03 - Dominar los conocimientos metodológicos necesarios para afrontar retos de investigación sobre medios audiovisuales en la era digital.
- CE04 - Comprender y ser capaz de aplicar las diferentes soluciones (legal, tecnológica y contractual) para regular los derechos de autor de las obras digitales.
- CE05 - Conocer las características de la publicidad a través de internet para analizar la complejidad del marco normativo aplicable.
- CE06 - Ser capaz de buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de información en base de datos.
- CE07 - Utilizar y poner en práctica métodos, técnicas y herramientas informáticas y de redes de comunicación (hardware y software) para la implantación, desarrollo y explotación de sistemas de información.
- CE08 - Saber reconocer y aplicar las estrategias y recursos narrativos más eficaces de las



narrativas interactivas.

- CE09 - Conocer y ser capaz de ejecutar el proceso y pautas fundamentales de los procesos de pre-producción y producción de un universo transmedial.
- CE10 - Aprender a trabajar en un equipo creativo afrontando la solución de problemas de una forma colaborativa.
- CE11 - Ser capaz de crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones cinematográficas y televisivas, en especial para nuevos formatos de producción para Internet, responsabilizándose de la dirección de actores y ajustándose al guión, plan de trabajo o presupuesto previo.
- CE12 - Comprender las fases de un proceso de marketing estratégico y saber realizar un plan de marketing con especial referencia a medios audiovisuales e interactivos.
- CE13 - A partir de la comprensión de los conceptos básicos del análisis cuantitativo, realizar informes descriptivos de resumen de información cuantitativa
- CE14 - Capacidad de diseñar, editar y publicar contenidos de naturaleza periodística con las herramientas web 2.0. y aplicando los formatos multimedia a la narración transmedial de las noticias.
- CE15 - Capacidad para comprender y analizar la especificidad de las narrativas transmediales desde una perspectiva teórica y crítica, a partir del análisis de casos de referencia.
- CE16 - Capacidad para comprender y analizar la especificidad de los videojuegos a partir del conocimiento y comprensión de su ontología y en función de su género, plataforma, diseño espacial y narrativo.
- CE17 - Creación e integración técnica de narrativas no lineales, interactivas y participativas.
- CE18 - A través de la adquisición de unos conocimientos avanzados de la cultura del cine contemporáneo, se consolidarán capacidades técnicas y teóricas para afrontar una producción que se incluya dentro de las nuevas tendencias culturales y narrativas de la comunicación en la sociedad red.
- CE19 - Conocer los fundamentos de la visualización de datos así como de las técnicas de la infografía aplicadas al periodismo multimedia y los medios visuales interactivos.
- CE20 - Conocer, analizar y explotar las fuentes de datos basadas en las estrategias de Open Access y Open Data Government.

## COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT01 - Hacer uso de teorías, métodos, conocimientos y competencias avanzadas de la comunicación audiovisual que sirvan de soporte para la práctica profesional en función de las necesidades requeridas en cada caso.
- CT02 - Usar adecuadamente las herramientas tecnológicas implicadas en las diferentes fases del proceso audiovisual para la creación y producción de imágenes y discursos audiovisuales de calidad.
- CT03 - Poseer conocimientos avanzados de las Ciencias Sociales.
- CT04 - Poseer conocimientos avanzados del entorno económico, político, social y cultural que sirvan de soporte para interactuar e intervenir profesionalmente en los ámbitos del periodismo y los nuevos medios de comunicación contemporáneos.
- CT05 - Utilizar los principios y valores constitucionales como herramientas de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas.
- CT06 - Conocer las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y el respeto por los derechos humanos.
- CT07 - Reconocer los principales cambios que la institucionalización de Internet como medio masivo de comunicación conlleva para el periodismo multimedia y la comunicación audiovisual en medios interactivos.



## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Los alumnos adquirirán conocimientos avanzados, principalmente de carácter investigador, pero no solo, sobre distintos aspectos considerados clave en la actualidad comunicativa del periodista y del experto en comunicación audiovisual. Se prevé y contempla que, junto a trabajos de naturaleza meramente investigadora, los TFM se produzcan como memoria del proceso de creación, producción y realización de contenidos, programas, proyectos u otros productos relacionados con los ámbitos de la comunicación en nuevos medios y el periodismo multimedia. Dichos contenidos o productos pasarán a formar parte del portfolio de los alumnos siendo el fruto, híbrido, de una labor de investigación y una práctica profesional.
- Los alumnos desarrollarán sus capacidades creativa e investigadora a partir de y en torno a las tecnologías multimedia aplicadas a la producción periodística y audiovisual en entornos interactivos y / o transmediales.

## PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

### TEÓRICO

Dada la naturaleza especial de esta asignatura, no hay un temario específico.

### PRÁCTICO

Dada la naturaleza especial de esta asignatura, no hay un temario específico.

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- AA.VV (2000). El libro blanco del audiovisual. Cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual. Hugo Écija y Abogados Asociados (ed.), Madrid, Expo-film.
- ACADEMIA DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS DE LA TELEVISIÓN (2010). La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital. Madrid: Academia de la TV.
- ANGULO, María (coord.) (2014). Crónica y mirada. Aproximaciones al periodismo narrativo. Madrid: Libros del K.O.
- ARNANZ, Carlos M. (2002). Negocios de televisión. Transformación del valor en el modelo digital. Barcelona: Gedisa.
- ARTERO, Juan Pablo (2007). El mercado de la televisión en España: Oligopolio. Barcelona: Deusto.
- BERNAL TRIVIÑO, Ana I. (2014). Herramientas digitales para periodistas. Guía práctica para el periodismo online. Barcelona: Editorial UOC.
- BOLTER, R.; GRUSIN, J. (2000). Remediation: Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press.
- BOURDIEU, Pierre. (1976). "El campo científico. Dossier Revista Redes para la ciencia. Publicado originalmente en Actes de la recherche en sciences sociales, No. 1-2.
- BOURDIEU, Pierre (2003). El oficio de científico: ciencia de la ciencia y reflexividad. Curso del Collège de France 2000-2001. Barcelona: Editorial Anagrama.
- CARDOSO, Gustavo (2006). The Media in the Network Society. Lisboa: Center for Research and Studies in Sociology.



- CASTELLS, Manuel (1996). La era de la información. La sociedad red, Vol.1, Madrid: Editorial Alianza.
- CASTELLS, Manuel (2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza Editorial.
- BUSTAMANTE, E. (coord.) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (2001). La televisión económica: financiación, estrategias y mercados. Barcelona: Gedisa.
- CHION, M. (1992). El cine y sus oficios. Madrid: Cátedra.
- DÍAZ, J.; SALAVERRÍA, R. (coords.) (2003). Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel.
- EGEDA. Panorama audiovisual. Madrid: Egeda (edición anual).
- FERNÁNDEZ DÍEZ, F. & BARCO, C. (2009). Producción cinematográfica. Del proyecto al producto. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- FRANCO, M. y PELLICER, M. (2014). Optimismo para periodistas. Claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital. Barcelona: UOC.
- JENKINS, Henry. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. Nueva York: New York University Press.
- JENKINS, Henry (2006). Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. Cambridge: The MIT Press.
- LUNENFELD, Peter (1999). The Digital Dialectic: New Essays on New Media. Cambridge: The MIT Press (Leonardo Books).
- MANOVICH, Lev (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Barcelona: Paidós.
- MANOVICH, Lev (2013). El software toma el mando. Barcelona: UOC.
- MARTÍNEZ ABADÍA, J. & FERNÁNDEZ DÍEZ, F. (1994). La dirección de producción para cine y televisión. Barcelona: Paidós.
- LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. (coords.) (2010). Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago: Universidad de Santiago de Compostela.
- PESCADOR, Darío (2003). Periodistas multimedia. Los nuevos narradores. Cuadernos del Congreso de periodismo Digital de Huesca. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.
- PRATTEN, Robert (2015). How to Get Started Transmedia Storytelling.
- SAINZ, M. (2002). El productor audiovisual. Madrid: Síntesis.
- SALMON, Christian (2008). Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Barcelona: Península.
- SÁNCHEZ-MESA, Domingo, ALBERICH-PASCUAL, Jordi y ROSENDO, Nieves (eds.) (2016). Narrativas Transmediales. Nº 18 Artnodes. Journal in Arts, Science & Technology. <https://artnodes.uoc.edu/198/volume/0/issue/18/>
- SÁNCHEZ-MESA, D. (coord.) (2019). Narrativas transmediales. Las metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales. Barcelona: Gedisa.
- SHAPIRO, Andrew (1999). The Control Revolution: How the Internet Is Putting Individuals in Charge and Changing the World We Know. Nueva York: PublicAffairs.
- THOMPSON, John B. (1997). Los media y la modernidad, una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- TUBELLA, Imma & ALBERICH, Jordi (2012). Comprender los Media en la sociedad de la información. Barcelona: UOC.
- VASILACHIS, Irene (coord.) (2006). Estrategias de investigación cualitativa. Barcelona: Gedisa.
- VERD, Joan M.; LOZARES, Carlos (2016). Introducción a la investigación cualitativa: fases, métodos y técnicas. Madrid: Síntesis.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA



## ENLACES RECOMENDADOS

- Asociación Española de Investigación de la Comunicación, <http://www.ae-ic.org/esp/home.asp>
- Institut de la Comunicació UAB, <http://incom.uab.cat/>
- Open Knowledge Foundation, <https://okfn.org/>
- UGR investiga, <http://investigacion.ugr.es/ugrinvestiga/>
- APA Style, <http://www.apastyle.org/>
- TED Talks, <http://www.ted.com/>
- ERIH PLUS, <https://dbh.nsd.uib.no/publiseringskanaler/erihplus/>
- ResearchGate, <https://www.researchgate.net/home.Home.html>
- Dialnet, <https://dialnet.unirioja.es/>
- Academia.edu, <https://www.academia.edu/>
- Google Scholar, <https://scholar.google.com>
- Proyecto I+D Nar-Trans2 (UGR) <https://www.nar-trans.com/>

### Otros enlaces:

- Cuadernos Evoca: Diez años de periodismo digital en España, <http://www.publiteca.es/2014/04/diez-anos-de-periodismo-digital-en.html> / <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos10.pdf>
- El Gran Libro del CM, <http://www.trecebits.com/el-gran-libro-del-community-manager/>
- Socialholic, <https://www.territoriocreativo.es/socialholic>
- Universitat Oberta de Catalunya (2017), Experiencias con móviles en periodismo. [https://www.youtube.com/watch?v=8367N\\_Whwmk&t=214s](https://www.youtube.com/watch?v=8367N_Whwmk&t=214s)

Universitat Oberta de Catalunya (2018), Periodismo móvil y derechos humanos. <https://www.youtube.com/watch?v=ar9n9Jym2Ds&t=1s>

## METODOLOGÍA DOCENTE

- MD05 Seminarios
- MD09 Realización de trabajos de escritura de guiones, fotografía, montaje individuales
- MD10 Realización de trabajos teóricos y prácticos en grupo

## EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

### EVALUACIÓN ORDINARIA

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional. Todo lo relativo a la evaluación se regirá por la normativa vigente de la Universidad de Granada.



Toda la normativa y documentación relativa a esta asignatura (directrices generales de la UGR, normativa específica del máster; criterios de valoración; formularios de solicitud de líneas TFM; hojas de estilo, etc.) está a disposición de los alumnos matriculados en la web del título.

[https://masteres.ugr.es/newmedia\\_periodismomultimedia/pages/investigacion/fin\\_master](https://masteres.ugr.es/newmedia_periodismomultimedia/pages/investigacion/fin_master)

A continuación se recoge parte de la información más relevante publicada en dicha normativa:

- Depósito del TFM: Dentro de los plazos establecidos para el depósito (anunciados convenientemente en cada convocatoria), el alumno deberá entregar en la Secretaría de la Facultad de Comunicación y Documentación una copia impresa y otra en formato pdf en un CD (o pendrive) de su trabajo.
- En caso de incorporar materiales de naturaleza audiovisual o multimedia, éstos deberán incorporarse tanto en un CD/DVD (o pendrive), como un enlace de descarga indicado de forma destacada en la propia memoria en pdf.
- El Trabajo Fin de Máster deberá incluir a) una declaración explícita del alumno en la que asume la originalidad del trabajo, entendida en el sentido de que no ha utilizado fuentes sin citarlas debidamente, así como b) un informe firmado por el tutor, que deberá estar motivado en su valoración positiva o negativa.
- El Trabajo de Fin de Máster será subido al espacio habilitado en Prado2 para su entrega en formato digital, así como en formato impreso (con cd/dvd) en formato PDF con la denominación Apellido\_Nombre\_TFM\_Máster2018-19
- Comisión de Evaluación: La Comisión de Evaluación estará formada al menos por tres profesores del título. Dependiendo de la orientación y tema u objeto de estudio del trabajo los miembros de la comisión deberán ser o no doctores. Se nombrará un Presidente y un Secretario que firmarán el acta y se dispondrá también de una comisión suplente. El tutor/a del trabajo no podrá formar parte de esta comisión.

Los Tribunales asignados por la Comisión Académica del Máster para la evaluación de los Trabajos de Fin de Máster, aplicarán los siguientes criterios de valoración según las proporcionalidades que se indican:

a) Aspectos formales del trabajo escrito (incluyendo corrección y adecuación del aparato académico): 30%

b) Defensa (performance oral; materiales de apoyo en la presentación; ronda de preguntas, etc.): 20%

c) Contenidos (adecuación a los perfiles del master; grado de innovación y originalidad; aportación al dominio investigador o profesional de la línea elegida; etc.): 50%

Del total de la nota, 1 punto se corresponderá con el plan de trabajo, que será ratificada por la subcomisión de TFMs siempre atendiendo al informe del tutor

Siguiendo las directrices generales para esta asignatura de la UGR, en la valoración de los trabajos los tribunales tendrán en cuenta los informes de los tutores (que no deben expresar una calificación o nota numérica sino solamente los aspectos positivos o negativos que puedan presentar los trabajos de forma breve y razonada) así como las competencias básicas de la asignatura según las directrices de la UGR y el documento Verifica del título.

Convocatorias (publicadas en cada curso en la web del título y el espacio de coordinación en Prado2):



- 1ª Convocatoria Ordinaria (junio-julio).

Depósito de la memoria: última semana de junio o primera semana de julio

Defensa pública: entre la segunda y tercera semana de julio.

- 2ª Convocatoria extraordinaria de septiembre.

Depósito de la memoria: antes del 10 septiembre.

Defensa pública: no más tarde del 15 de septiembre.

Para optar a presentar el TFM en ambas convocatorias el alumnado deberá entregar (según un calendario que se publicará en tiempo y forma) a la Comisión Académica un plan de trabajo, consistente en una breve descripción del objeto de estudio o proyecto, objetivos, metodología y resultados (previsibles) del TFM, junto a una bibliografía básica. Dicho plan de trabajo recibirá las observaciones o recomendaciones correspondientes por parte de la Comisión Académica del máster si fuera conveniente, y será evaluado con hasta 1 punto de la nota final. Las fechas de entrega de dicho plan de trabajo serán: en torno a la primera semana de abril para la convocatoria de junio-julio y la última semana de mayo para la convocatoria de septiembre.

Siguiendo las directrices de la UGR para la asignatura del TFM, los estudiantes que no hayan aprobado la misma durante las dos convocatorias a las que tienen derecho durante un curso académico podrán solicitar (durante el mes de noviembre) el adelanto de una de las mismas a esta convocatoria de fin de estudios.

Dicha convocatoria tendrá lugar, en el caso de este Master, entre los meses de enero y febrero, según calendario que será publicado en cada edición del título.

- 3ª Convocatoria extraordinaria de fin de estudios (diciembre-febrero)

Depósito de la memoria: en torno al 1 de febrero

Defensa pública: entre el 10 y el 15 de febrero

\*(estas últimas fechas podrán modificarse de acuerdo con las necesidades mayoritarias de los alumnos matriculados en esta convocatoria)

## EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

De acuerdo a lo mencionado en el punto anterior.

## EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

El artículo 8 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que podrán acogerse a la evaluación única final el estudiante que no pueda cumplir con el método de evaluación continua por causas justificadas.

Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o en las dos semanas siguientes a su matriculación si esta se ha producido con posterioridad al inicio de las clases o por causa sobrevenidas, lo solicitará a través del procedimiento electrónico a la Coordinación del Máster, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el



sistema de evaluación continua.

Los requisitos para la evaluación en tal caso son los mismos que los de la matrícula ordinaria.

### INFORMACIÓN ADICIONAL

Información sobre el Plagio (artículo 15 de la Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada).

\* La Universidad de Granada fomentará el respeto a la propiedad intelectual y transmitirá a los estudiantes que el plagio es una práctica contraria a los principios que rigen la formación universitaria. Para ello procederá a reconocer la autoría de los trabajos y su protección de acuerdo con la propiedad intelectual según establezca la legislación vigente.

\* El plagio, entendido como la presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio o la copia de textos sin citar su procedencia y dándolos como de elaboración propia, conllevará automáticamente la calificación numérica de cero en la asignatura en la que se hubiera detectado, independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera obtenido. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagien.

\* Los trabajos y materiales entregados por parte de los estudiantes tendrán que ir firmados con una declaración explícita en la que se asume la originalidad del trabajo, entendida en el sentido de que no ha utilizado fuentes sin citarlas debidamente.

