



ACTA DEL CONSEJO EXTRAORDINARIO DEL 23 DE MAYO DE 2017

LISTADO DE ASISTENTES

PDI

1. Agustín Rivera Hernández
2. Bernardo Gómez Calderón
3. Carmen del Rocío Monedero Morales
4. Eduardo Ramos Rodríguez
5. Francisco García Muñoz
6. Francisco Javier Paniagua Rojano
7. Juan Tomás Luengo Benedicto
8. Laura Teruel Rodríguez
9. M.^a Ángeles Cabrera González
10. M.^a Bella Palomo Torres
11. Marisol Gómez Aguilar
12. Manuel Chaparro Escudero
13. Natalia Meléndez Malavé
14. Rafael Romo Mesa
15. Sergio Roses Campos
16. Teresa Vera Balanza
17. Vicente Almenara Martínez

PERSONAL INVESTIGADOR EN FORMACIÓN

1. Gloria Hoyos López
2. Manuel García Borrego
3. Ramón Martínez García
4. Silvia Olmedo Salar

REPRESENTANTES D ESTUDIANTES

1. Carlos Contreras Acosta
2. Elena Bernal Rodriguez

PAS

Miguel Ángel Delgado Cuevas

AUSENCIAS JUSTIFICADAS

Bernardo Díaz Nosty
Juan Antonio García Galindo
Antonio Méndez Nieto
Pedro Farias Battle
María Sánchez González
Paz Rosado García





Carlos Pérez Ariza
Raquel Seijas Costa
Laura López Romero
Fernando González Aranda

Siendo las 13,00 horas comienza en segunda convocatoria el consejo extraordinario del Departamento de Periodismo, en la Sala de Juntas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, con el siguiente orden del día:

1. **Solicitud de plazas de Ayudante Doctor**
2. **Propuesta de solicitud de Proyecto de Innovación Docente vinculado al Departamento de Periodismo**
3. **Aprobación orden de actuación de los tribunales evaluadores de TFG**
4. **Aprobación orden de actuación de tribunales evaluadores de TFM**
5. **Webmaster del Departamento de Periodismo**

1. Solicitud de plazas de Ayudante Doctor

La directora del Departamento, la profesora Bella Palomo explica que recientemente ha mantenido una reunión con la vicerrectora de Profesorado, a la que ha trasladado el deseo de que el Departamento de Periodismo mantenga el número de profesores a tiempo completo que poseía hasta el pasado curso. Las dos jubilaciones previstas para este curso y la pérdida de una compañera justifica que se soliciten tres nuevos ayudantes doctores. La propuesta se somete a votación y se aprueba por asentimiento el siguiente ACUERDO:

ACUERDO ÚNICO. Solicitar al vicerrectorado de Personal Docente de la Universidad de Málaga tres plazas de Ayudante Doctor adscritas al Departamento de Periodismo.

2. Propuesta de solicitud de Proyecto de Innovación Docente vinculado al Departamento de Periodismo

En este punto, la directora manifiesta que hace meses, el profesor Paniagua comentó la posibilidad de que el Departamento propusiera un Proyecto de Innovación Docente en la siguiente convocatoria, en el que participaran todos sus profesores y todas sus profesoras. Ante la reciente convocatoria, la directora ha tomado la iniciativa de diseñar una propuesta junto a la profesora Laura Teruel, titulada "El uso de Youtube para la promoción curricular. Diseño y difusión de guías docentes audiovisuales en Periodismo", y propone que todos los miembros del departamento participen en él. En esta ocasión, ambas coordinarán la propuesta. Se trata de un proyecto tipo A:

"Destinados a innovaciones que se promuevan desde la dirección de los departamentos de la Universidad de Málaga. La finalidad de este tipo de proyectos es abordar propuestas de mejora relacionadas con los contratos-programas de los centros y/o departamentos y con acciones de mejora de los títulos oficiales de la Universidad de Málaga detectadas de los procesos de seguimiento y de renovación de la acreditación"

El objetivo es producir pequeños videos (pildoras informativas) donde se presente cada una de las materias, la forma de evaluación y aquellos detalles que puedan considerarse importantes para los nuevos alumnos (valoración de antiguos estudiantes, prácticas que elaboran). Se trata de resolver dudas básicas a los estudiantes a la hora de elegir asignaturas inicialmente optativas, y al mismo tiempo, hacer más atractiva la página web del Departamento y del Grado en Periodismo.





Según expone la directora del Departamento, la idea es minimizar el trabajo del docente e involucrar a becarios de colaboración y alumnos de TFG para apoyar técnicamente el proyecto.

Se adjunta solicitud del proyecto y descripción del mismo.

La directora del Departamento expresa el deseo de que en próximas convocatorias otros docentes tomen la iniciativa de hacer propuestas que afecten a todo el departamento, para ser debatidas en un consejo y que otros miembros lideren estos proyectos.

- El profesor Roses pide la palabra para preguntar cómo se decidió la coordinación del proyecto, ya que entiende que debería asumirla la dirección del Departamento. La directora explica que ella está como coordinadora y que el profesor Paniagua había manifestado que no tenía tiempo para la preparación del mismo y que la profesora Teruel, estando de baja por maternidad, se había ofrecido voluntaria para esta tarea.

No habiendo más intervenciones, se aprueba por asentimiento el siguiente ACUERDO:

ACUERDO ÚNICO. Solicitar un proyecto de Innovación Docente Tipo A, con el objetivo de promover la difusión de diferentes asignaturas del Grado en Periodismo

3. Aprobación orden de actuación de los tribunales evaluadores de TFG

La directora del Departamento para explicar que desde la Secretaría del Centro se nos piden los tribunales evaluadores de TFG y TFM y el orden de intervención de los mismos en las correspondientes convocatorias. Posteriormente, da la palabra al secretario del Departamento, el profesor Paniagua Rojano, que explica que en los días previos a la reunión se ha llevado a cabo un proceso de diálogo con los diferentes miembros de los tribunales para conocer sus agendas y disponibilidad en cada convocatoria, y evitar así realizar un nuevo sorteo que podría suponer que algunos docentes tengan varios tribunales de manera continuada. Se explica que la profesora Gómez Aguilar sustituye en el tribunal 5 a la profesora González Cortés, de baja actualmente, por maternidad.

Tras estudiar la disponibilidad de todos, la propuesta que se hace al consejo de Departamento es la siguiente, que SE APRUEBA POR ASENTIMIENTO:

Orden de intervención de tribunales evaluadores de Trabajo Fin de Grado:

NÚMERO DE TRIBUNAL	PRESIDENTE/A	VOCAL	SECRETARIO/A	ORDEN DE INTERVENCIÓN
1	JUAN ANTONIO GARCÍA GALINDO	BERNARDO GÓMEZ CALDERÓN	VICENTE ALMENARA MARTÍNEZ	1
2	MANUEL CHAPARRO ESCUDERO	CARMEN DEL ROCIO MONEDERO MORALES	ANTONIO MÉNDEZ NIETO	2
3	PEDRO FARIAS BATLLE	NATALIA MELÉNDEZ MALAVÉ	AGUSTÍN RIVERA HERNÁNDEZ	5





4	JUAN FRANCISCO GUTIÉRREZ LOZANO	FRANCISCO JAVIER PANIAGUA ROJANO	JUAN TOMÁS LUENGO BENEDICTO	6
5	TERESA VERA BALANZA	MARISOL GÓMEZ AGUILAR	MARÍA SÁNCHEZ GONZÁLEZ	4
6	MARI ÁNGELES CABRERA CONZÁLEZ	LAURA LÓPEZ ROMERO	FERNANDO GONZÁLEZ ARANDA	3
7	BELLA PALOMO	SERGIO ROSES CAMPOS	EDUARDO RAMOS RODRÍGUEZ	7
SUPLENTES		LAURA TERUEL RODRÍGUEZ	EUGENIA GONZÁLEZ CORTÉS	

4. Aprobación orden de actuación de tribunales evaluadores de TFM

Se explica que los coordinadores del Máster, la profesora Vera Balanza y el profesor Paniagua Rojano, harán las veces de secretarios y suplentes en todos los tribunales.

Siguiendo el mismo proceso que en el punto anterior, para los tribunales de TFG, se aprueba por sentimiento el siguiente ACUERDO:

Orden de intervención de tribunales evaluadores de Trabajo Fin de Máster:

Nº Tribunal	PRESIDENTE/A	VOCAL	SECRETARI O/A	ORDEN DE INTERVENCIÓN
1	MANUEL CHAPARRO ESCUDERO	NATALIA MELÉNDEZ MALAVÉ	FRANCISCO JAVIER PANIAGUA ROJANO	6
			TERESA VERA BALANZA	
2	BELLA PALOMO	CARMEN DEL ROCÍO MONEDER O MORALES		2
3	BERNARDO DÍAZ NOSTY	MARI ÁNGELES CABRERA GONZÁLEZ		1
4	PEDRO FARIAS BATLLE	JUAN FRANCISCO GUTIÉRREZ LOZANO		3





5	JUAN ANTONIO GARCÍA GALINDO	LAURA TERUEL RODRÍGUEZ		5
SUPLENTES	MARIA EUGENIA GONZÁLEZ CORTÉS	LAURA LÓPEZ ROMERO		
	SERGIO ROSES CAMPOS			

5. Webmaster del Departamento de Periodismo

Toma de nuevo la palabra la directora del Departamento para explicar que, como se indicó en el consejo de 25 de octubre de 2016, la profesora Marisol Gómez Aguilar manifestó su interés por responsabilizarse de la página web del Departamento tras su baja por maternidad, por lo que una vez incorporada se convierte en la nueva webmaster. Durante estos meses, asumió dichas tareas el secretario del Departamento, Francisco Javier Paniagua, a quien la directora agradece la labor y el trabajo realizado.

Igualmente se informa que ha concluido el contrato de Antonio Cuartero que realizaba tareas de apoyo en la web del departamento también y que desde este día asume estas labores Manuel García Borrego.

Se aprueba por asentimiento el cambio de webmasters.

Siendo las 14,20 del día 23 de mayo de 2017, sin más temas que tratar se levanta la sesión.

Prof. Bella Palomo
Directora del Departamento



Pro. Francisco Paniagua
Secretario Académico del Departamento



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



DEPARTAMENTO DE PERIODISMO
Dirección

SALIDA	
Departamento de Periodismo UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	
Fecha	24/05/2017
Nº	80

Como Directora del Departamento de Periodismo, adjunto remito, solicitud para participar en el proyecto de Innovación Educativa, convocatoria 2017-2019, aprobada el 23/05/2017 en Consejo Extraordinario.
Atentamente,

Málaga, 24 de mayo de 2017



Fdo.: M.ª. Bella Palomo Torres
Directora del Departamento de Periodismo

FORMACIÓN PDI
VICERRECTORADO DE PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



EFQM AENOR



Facultad de Ciencias de la Comunicación
C/ León Tolstói s/n - Campus de Teatinos 29071
Tel.: 952 13 29 90 // 953 13 34 54 - Fax: 952 13 73 13
E-mail: bellapalomo@uma.es // periodismo@uma.es

Guion del proyecto

(Se podrá utilizar un máximo de 10 páginas A4)

Código: **PIE17-053**

Incluir el código asignado por la aplicación

Apellidos, nombre del coordinador/a:	PALOMO TORRES, MARÍA BELLA TERUEL RODRÍGUEZ, LAURA
--------------------------------------	---

1. Título del proyecto **EL USO DE YOUTUBE PARA LA PROMOCIÓN CURRICULAR. DISEÑO Y DIFUSIÓN DE GUÍAS DOCENTES AUDIOVISUALES EN PERIODISMO**

2. Tipo de proyecto

A B C D

3. Rama de conocimiento a la que se adscribe el proyecto a efectos de valoración

- Artes y Humanidades Ciencias Ciencias de la Salud
 Ciencias Económicas Ciencias Jurídicas
 Ciencias Sociales y de la Educación Ingenierías y Arquitectura

4. Resumen (máximo de 2000 caracteres con espacios incluidos)
Dos tercios de los adolescentes recurren a las redes sociales para contrastar opiniones sobre centros universitarios antes de matricularse, y el 42% observa en Youtube un recurso creíble para seleccionar universidad. Estos datos justifican que desde el Departamento de Periodismo se proponga el diseño de guías docentes audiovisuales que se difundan a través de la web del Departamento y de redes sociales como Youtube usando el hashtag #periodismoUMA, con el objetivo de actualizar la imagen de estos estudios, hacer más atractiva la oferta curricular en el ámbito nacional e internacional, dotar de una mayor transparencia a las actividades académicas, orientar a los potenciales estudiantes de nuevo ingreso y conectar mejor con los hábitos de consumo juvenil. Se elaborarán unas píldoras informativas, esto es, vídeos de duración breve que sinteticen y complementen el contenido de las guías didácticas de las asignaturas, prioritariamente de las 17 optativas, incluyendo opiniones de antiguos estudiantes para que los futuros alumnos tengan un mejor conocimiento de las mismas para la elección de su itinerario curricular.

La celebración del 25 aniversario de los estudios de Periodismo en la UMA representa a través de este proyecto una oportunidad para renovar el compromiso con los estudiantes.



5. Contexto (describir las características de la/s titulación/es, asignatura/s y realizar una estimación del número de estudiantes implicados)

Los estudios de Periodismo son necesariamente dinámicos; están en constante actualización para adaptarse a las nuevas realidades comunicativas. Esta experimentación permanente se observa tanto en aspectos técnicos (uso de nuevas herramientas y redes sociales) como de contenido (creación de nuevas narrativas y áreas de especialización). Un compromiso con la calidad docente que ha convertido a la UMA en la quinta mejor universidad de España para estudiar Periodismo.¹

En la última década, un elevado porcentaje de profesores de Periodismo han participado en más de una decena de proyectos de innovación educativa de la Universidad de Málaga, aunque la mayoría de ellos han sido transversales y en colaboración con otros departamentos. Durante el curso 2017/2018, el Departamento de Periodismo de la UMA cumple su 25º Aniversario y, entendemos que la mejor forma de celebrarlo es aprovechando la inteligencia colectiva y la experiencia acumulada en estos años para crear un proyecto común, integrador, de todos los miembros del departamento, que beneficie la imagen externa de la carrera aprovechando nuestra fortaleza: el dominio de la comunicación profesional en el siglo XXI.

La evolución de los planes de estudios de Periodismo en estos 25 años ha otorgado a los contenidos multimedia un papel protagonista en el programa curricular. Así, junto a materias específicamente centradas en la creación y edición de contenidos para el entorno web (Información en Internet, Diseño y Edición Periodística Digital, Periodismo Ciudadano y Redes Sociales, Tecnología de los Medios Escritos), en la mayoría de las asignaturas se potencia el uso de herramientas digitales para crear y difundir contenidos, construir espacios colaborativos de aprendizaje, obtener referencias teóricas actualizadas e internacionales. Con estos antecedentes, la utilización del entorno web para promocionar y aumentar la visibilidad de los estudios de Periodismo, creando contenidos audiovisuales de calidad, nos ha parecido una evolución natural para captar a los mejores estudiantes nacionales e internacionales.

Este proyecto de Innovación Educativa plantea realizar y difundir vídeos informativos de las 17 asignaturas optativas del Grado de Periodismo (que cursan los alumnos de tercero y cuarto) y otra que, por su naturaleza, concita especialmente las preguntas de los alumnos: Trabajo Fin de Grado. Así pues, los destinatarios de esta iniciativa son, en primer lugar, los 560 estudiantes del Grado de Periodismo, y en segundo lugar, todos aquellos estudiantes de otras titulaciones o de movilidad, nacional o internacional, que planteen estudiar estos cursos en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Tras esta experiencia piloto, en posteriores convocatorias de Proyectos de Innovación Educativa planteamos extender esta iniciativa al resto de materias de la titulación así como al Máster.

Este proyecto no tiene sentido sin la implicación de todo el departamento, sin discriminar categorías. Por eso se aporta hoja con las 30 firmas de los siguientes profesores:

- Catedráticos (3): Bernardo Díaz Nosty, Juan Antonio García Galindo y Manuel Chaparro Escudero

¹ Según el ranking de 2017 publicado por *El Mundo*, aunque nuestra oferta educativa contempla 130 plazas de nuevo acceso, el curso pasado se recibieron 1.730 solicitudes para cursar el Grado en Periodismo. Véase <http://www.elmundo.es/especiales/ranking-universidades/>. Capturado el 18 de mayo de 2017.¹



- Titulares (6): María Bella Palomo Torres (coord.), Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Pedro Farias Batlle, M.^a de los Ángeles Cabrera González, Elena Blanco Castilla y Teodoro León Gross.
- Contratados doctores (5): Bernardo José Gómez Calderón, M.^a Eugenia González Cortés, Laura López Romero, Laura Teruel Rodríguez (coord.), Natalia Meléndez Malavé, Sergio Roses Campos
- Ayudantes doctores (1): Marisol Gómez Aguilar
- Asociados (8): María Sánchez González, Vicente Almenara Martínez, Antonio Méndez Nieto, Agustín Rivera Hernández, Ferran Fernández Muñoz, Juan Tomás Luengo Benedicto, Eduardo Ramos Rodríguez, Rafael Romo Mesa
- Contratos posdoctorales y FPU (4): Silvia Olmedo Salar, Ramón Martínez García, Manuel García Borrego, Gloria Hoyos López
- PAS (3): Miguel Ángel Rocker Machuca, Jaime Domech Giménez, Juan Carlos Castillo Planes

La propuesta de PIE fue aprobada por unanimidad en Consejo de Departamento Extraordinario celebrada el 23 de mayo de 2017.

ASIGNATURAS OPTATIVAS DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

Curso	Cuatr.	Tipo	Asignatura
3	1	Optativa	Géneros periodísticos interpretativo y de opinión
3	1	Optativa	Periodismo y construcción europea
3	2	Optativa	Periodismo ciudadano y redes sociales
3	2	Optativa	Periodismo político y económico
4	2	Optativa	Alfabetización mediática
4	1	Optativa	Análisis comp. de sistemas de medios Europa
4	1	Optativa	Cine informativo y documental
4	1	Optativa	Creación y gestión de empresas informativas
4	2	Optativa	Estrategias de com. y análisis prospectivo
4	2	Optativa	Fotoperiodismo
4	2	Optativa	Información en internet
4	2	Optativa	Locución periodística
4	2	Optativa	Medios públicos
4	2	Optativa	Periodismo científico y medioambiental
4	1	Optativa	Periodismo español contemporáneo
4	1	Optativa	Tipografía y grafismo digital
4		Optativa	Prácticas Profesionales

6. Descripción del proyecto

A. Justificación (describir los motivos que justifican el proyecto con especial énfasis en los aspectos innovadores)

Este proyecto está respaldado por el siguiente contexto:

1) Hábitos de consumo mediático de los estudiantes: Según el Estudio General de Medios de la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) de



marzo de 2017, el 93,1% de los jóvenes españoles de entre 20 y 24 años, cohorte que abarca a la mayoría de nuestros estudiantes, consume internet cada día. También según este informe, el sitio de internet más visitado en España es Youtube.com con 23.642.000 usuarios únicos en treinta días (seguido muy de lejos por Elpais.com, con 5.218.000 y Marca.com, 4.519.000). Este podium ejemplifica a la perfección cómo los medios de comunicación tradicionales están siendo superados en consumo por los espacios audiovisuales y las redes sociales, que también ejercen de portales informativos.

Un reciente estudio sobre consumo informativo publicado tras las elecciones estadounidenses subraya que el 35% de los jóvenes entre 18 y 29 años considera que la fuente de información más fiable son los medios sociales². No podemos, por tanto, como estudiosos de la comunicación soslayar esta evolución en las formas de consumos de los jóvenes y el valor informativo de los nuevos medios (*social media*). Debemos tomar la iniciativa en la creación de contenidos audiovisuales sobre los estudios de Periodismo y difundirlos a través de Youtube, plataforma gratuita de alcance mundial porque sintoniza con los hábitos de consumo de los estudiantes.

En el ámbito específico de la universidad, un estudio desarrollado por el portal académico anglosajón Zinch en 2012 demostraba ya que dos tercios de los adolescentes recurrían a las redes sociales para contrastar opiniones sobre centros universitarios antes de matricularse³. Y, en concreto, el 42% encontraba Youtube creíble para seleccionar universidad.

2) Internacionalización de la titulación: El reciente trabajo de Pham, Farrell, Vu, Vuong y Napier sobre el uso de Youtube como herramienta comunicativa de universidades demuestra su eficacia como instrumento de márketing. Analizadas 140 universidades anglosajonas y asiáticas, concluyen que las que están trabajando para aumentar su visibilidad internacional han encontrado realmente útiles los vídeos promocionales para alcanzar a los estudiantes potenciales. Por ejemplo, con estilos muy diferentes y apelando a sus valores diferenciales, New York University o Mount Holyoke son dos muestras exitosas de construcción de imagen de marca de los centros a través de breves presentaciones audiovisuales disponibles en Youtube. El grado de movilidad transfronteriza del corpus de universitarios es un indicador de la internacionalización de la educación superior. En 2014 la Universidad de Málaga recibió a más de setecientos alumnos mediante el programa de intercambio europeo Erasmus y estas presentaciones audiovisuales de las materias les facilitarán el proceso de elección meses antes de llegar a la universidad de destino. Los investigadores observan, además, que para los universitarios asiáticos estos contenidos son especialmente idóneos y no se puede obviar cómo, de un tiempo a esta parte, son asiduos a los estudios de posgrado en España.

3) Coordinación docente, horizontal y vertical, en una titulación oficial: El trabajo en grupo de los profesores y PAS que forman parte del proyecto permitirá detectar solapamientos entre las materias, colaborando así con el trabajo que viene realizando ya en esta materia la Coordinadora de Grado, y favorecerá el trabajo en equipo. Todo ello redundará en una mejor calidad de la oferta formativa.

Paralelamente, se perfecciona uno de los objetivos del **Plan de Mejora** de la titulación. Según éste, una de las acciones realizadas el presente curso fue reunir a estudiantes

² Véase Pew Research <http://www.journalism.org/2016/02/04/the-2016-presidential-campaign-a-news-event-thats-hard-to-miss/> Capturado el 10 de noviembre de 2016.

³ Véase <https://www.digitaltrends.com/social-media/college-grads/> Capturado el 10 de mayo de 2017.



de 3º y 4º para que cada profesor explicara en septiembre su asignatura optativa y tuviesen más información antes de realizar la elección. Solo acudieron a este encuentro una veintena de estudiantes. Con este proyecto se moderniza la oferta de las guías docentes y se maximiza la estrategia ya que cualquiera puede visionar el vídeo cualquier día del año y a cualquier hora (24/7).

4) Se intensifica la colaboración profesor-alumno: Se ofrece la posibilidad a los alumnos matriculados del TFG de participar de la construcción de estos mensajes informativos y persuasivos sobre contenidos académicos. Como recoge Quagliata, les permite trabajar en equipo con los profesores para realizar productos comunicativos reales y profesionales para Youtube, en un entorno de baja presión, a partir de la preparación y documentación previa⁴.

5) Coherencia metodológica en Comunicación: En la Facultad de Comunicación es especialmente necesario utilizar las mejores herramientas comunicativas para transmitir su oferta didáctica. Del mismo modo que no se entendería una Facultad de Traducción e Interpretación sin una web con contenidos bilingües, en la materia Comunicación Institucional se explican los instrumentos de que disponen las empresas e instituciones para darse a conocer y difundir sus valores, y el vídeo es una de las más potentes.

B. Objetivos (describir qué se pretende conseguir con el proyecto en los ámbitos de la enseñanza, del aprendizaje, de la organización docente, etc.)

1. Dar respuesta a las siguientes recomendaciones recogidas en el informe de verificación y en los de seguimiento de la titulación:

- 1) Mejora de la información pública disponible de la titulación de Periodismo.
- 2) Facilitar más información para los estudiantes de movilidad.
- 3) Ampliar el uso institucional de las redes sociales.
- 4) Reducir el número de competencias que se adquieren en cada asignatura y son mostradas al estudiante.
- 5) Perfeccionar el sistema de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso. Las encuestas de los alumnos y alumnas revelan cierto descontento con la orientación académica y profesional.

2- Implantar nuevos compromisos pedagógicos, conectados con los hábitos de consumo mediático de los estudiantes. Atraer la atención de los jóvenes debe ser una constante en la universidad, por lo que se elaborarán y distribuirán a través de redes sociales guías docentes audiovisuales del grado de Periodismo.

3- Facilitar la elección de asignaturas optativas mostrando experiencias previas y creando expectativas reales del contenido de las mismas. Si bien toda la información relativa al contenido de las materias y los criterios de evaluación ya están recogidos en las guías docentes escritas, entendemos que el formato audiovisual proporcionará una mayor transparencia y una mejor comprensión de dichos aspectos a los estudiantes ya complementaría dicha información observando trabajos de

⁴ Quagliata, A. (2014): "Move Your Audience to Action: Using YouTube to Teach Persuasion" en *Communication Teacher* Volume 28, 2014 - Issue 3
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17404622.2014.911336>



estudiantes de cursos previos e incluso recopilando algunas de sus opiniones sobre el valor de la asignatura dentro del programa de Periodismo.

4- Aprovechar las ventajas que las nuevas tecnologías y las plataformas gratuitas de vídeo ofrecen para diseñar y difundir productos informativos de calidad. En una facultad de Ciencias de la Comunicación y, más aún, en unos estudios de Periodismo, es necesario utilizar las mejores herramientas comunicativas como carta de presentación de lo que se aprende en el Grado.

5 Fomentar la internacionalización y aumentar la visibilidad de los estudios de Periodismo. Alojar los vídeos en una plataforma como Youtube permitirá que los estudiantes Erasmus y Séneca que quieran venir a la Universidad de Málaga tengan un mejor conocimiento de lo que pueden estudiar aquí. Igualmente, servirá para superar fronteras y proyectar nuestra oferta formativa mundialmente.

6- Intensificar la colaboración docente-alumno, incrementando las posibilidades de desarrollar contenidos informativos multimedia profesionales con los que poner en práctica los conocimientos adquiridos en el Grado de Periodismo. Los becarios de colaboración del Departamento y aquellos estudiantes que decidan enfocar su Trabajo Fin de Grado a la comunicación institucional o a la creación de contenidos televisivos pondrán en práctica sus conocimientos para elaborar vídeos dirigidos a un público fundamentalmente joven y potencialmente mundial.

7.- Mejorar la valoración que hacen los estudiantes del Grado de Periodismo. El proyecto pretende elevar la puntuación de 2.84 (sobre 5) que alcanzó el grado como valoración global en la encuesta de satisfacción del Sistema de Gestión de Calidad en el curso 2015-2016.

Estos objetivos específicos, están directamente relacionados con seis objetivos generales de la convocatoria:

1. Apoyar iniciativas de mejora de las titulaciones oficiales de Graduado y Máster.
2. Estimular, facilitar y apoyar acciones de coordinación docente.
3. Propiciar nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje e incentivar buenas prácticas docentes.
4. Fomentar el uso de las TIC y del Campus Virtual de la Universidad de Málaga en la docencia y en el aprendizaje.
5. Difundir los resultados obtenidos en los proyectos desarrollados.
6. Reconocer proyectos que hayan tenido un gran impacto en la mejora de la docencia y una proyección más allá del ámbito de la Universidad de Málaga.

C. Metodología (describir la forma de llevar a cabo el proyecto: diseño, actividades, procedimiento de recogida de datos, evaluación de resultados, etc.)

Todo el departamento se implicará en el diseño de piezas de vídeo breves (duración entre 1 y 2 minutos) en las que se explicará lo sustancial de las materias optativas que forman parte del Grado de Periodismo. Estas piezas informativas estarán alojadas en Youtube, se difundirán por Twitter y Facebook con el hashtag #periodismoUMA, y estarán visibles en la web del Departamento (<http://www.uma.es/departamento-de-periodismo/>) y el Grado (<http://www.uma.es/grado-en-periodismo>).



Para el diseño de estos vídeos se visionarán previamente los de universidades de referencia especialmente europeas, dado el flujo de estudiantes Erasmus que regularmente se reciben en el centro, y norteamericanas, en tanto son los centros que más innovan en esta materia. A partir de ello se realizarán varias propuestas narrativas en función del contenido de las materias: aquellas que se ofrecen en talleres de redacción requerirán planos de dichas instalaciones mientras que las centradas en la estructura de la comunicación empresarial pueden optar por una presentación con un primer plano del docente, por ejemplo. Para la definición de la identidad corporativa se tendrá en cuenta las guías de comunicación de la Universidad de Málaga y para las exigencias técnicas el proyecto ha integrado a tres miembros del PAS del centro encargados de imagen, iluminación y sonido.

Una vez realizadas la propuesta de los diferentes tipos de vídeos, los miembros del proyecto decidirán cuál se adapta mejor a las características de las materias y procederán a diseñar el guion para cada una de ellas. Es decir, cada miembro del proyecto será responsable de redactar el texto que se usará como narración del vídeo de la materia que imparte. En la locución también puede intervenir el docente. Para el proceso de grabación se contarán con los becarios de colaboración del Departamento y los alumnos de TFG, pues se ofrecerá como línea de trabajo en el área de comunicación institucional y televisión informativa. Los profesores expertos en comunicación institucional, técnicas del mensaje en radio y televisión, periodismo audiovisual y locución supervisarán el proceso de creación y montaje para garantizar resultados de calidad.

Respecto a la evaluación de los resultados, se realizará a través de dos procedimientos. Por una parte, se planteará una encuesta anónima a los alumnos para conocer el grado de utilidad le otorgan a los vídeos. En segundo lugar, se medirán las reproducciones de dichos contenidos en Youtube y su difusión en redes sociales.



D. Temporalización y cronograma (describir la organización temporal de las actividades que se llevarán a cabo)

Actividades	Meses						
	Octubre- diciembre 2017	Enero-Marzo 2018	Abril- junio 2018	Julio – septiembre 2018	octubre – enero 2019	Febrero – junio 2019	Julio- septiembre 2019
Actividad 1	Visualización experiencias previas + propuesta de modelo						
Actividad 2	Adquisición de material técnico						
Actividad 3	Reunión alumnos TFG y becarios colaboración				Reunión alumnos TFG y becarios colaboración		
Actividad 2		Diseño guiones audiovisuales			Diseño guiones audiovisuales		
Actividad 3		Reunión coordinación y propuestas			Reunión coordinación y propuestas		
Actividad 4		Grabación vídeos piloto	Grabación vídeos		Grabación vídeos		
Actividad 5			Evaluación vídeos y propuestas de mejora	Montaje final de vídeos		Evaluación vídeos y montaje final	
Actividad 6				Difusión en web y Redes Sociales			
Actividad 7						Evaluación del proyecto	Redacción de memoria final del proyecto
Actividad 8						Redacción y presentaci ón de una comunicaci ón sobre el PIE	

E. Líneas prioritarias de la convocatoria con las que se relaciona el proyecto
(indicar las líneas prioritarias de las bases de la convocatoria relacionadas con el proyecto)

- Propuesta metodológica integradora que potencia la coordinación en una titulación oficial.



- Coordinación docente, horizontal y vertical, en una titulación oficial. Los vídeos permitirán también detectar solapamientos y realizar propuestas consensuadas.
- Aspectos prácticos de las asignaturas y de los prácticums, dirigidos a la adquisición de competencias profesionales.
- Mejora de la orientación de los estudiantes, especialmente a los de nuevo ingreso.
- Movilidad académica de los estudiantes e internacionalización de la Universidad de Málaga.
- Aspectos incluidos en los Sistemas de Garantía de la Calidad de los Centros.

F. Control y evaluación de la ejecución del proyecto (describir cómo se va a controlar y realizar el seguimiento del cumplimiento de los objetivos y la marcha del proyecto)

El control del desarrollo del proyecto se realizará en las reuniones de coordinación que tendrán lugar una vez al mes y en los encuentros de todo el equipo fijados en el cronograma. Existe, especialmente, tres reuniones importantes para la valoración del trabajo realizado hasta la fecha. La primera, en diciembre de 2017, permitirá fijar el modelo de vídeo que se producirá. En ella colaborarán todos los investigadores y colaboradores del equipo. Además, una vez realizado el primer prototipo de vídeo, se proyectará en una reunión del departamento en mayo de 2018 para incorporar posibles mejoras. La tercera, en junio de 2019, servirá para valorar el impacto real del PIE.

Paralelamente, la evaluación del alcance de este proyecto se realizará a través de dos procedimientos en sus últimos meses de vigencia. Por una parte, se planteará una encuesta anónima a los alumnos para conocer el grado de utilidad que le otorgan a los vídeos y su valoración como consumidores. En segundo lugar, se realizará un informe de métricas, para conocer cómo ha evolucionado las reproducciones de dichos contenidos en Youtube y su difusión en redes sociales.

G. Proyección: transferencia a otras materias, asignaturas, etc. (describir en qué medida se pueden transferir las innovaciones previstas en el proyecto a otras materias, asignaturas, titulaciones, etc.)

Este proyecto se puede exportar a cualquier grado y posgrado de la Universidad, donde se favorecería la captación de nuevos estudiantes al mostrar de forma transparente en qué consisten las distintas asignaturas. Se trata de una experiencia pionera que permite converger los nuevos escenarios comunicativos y didácticos, sin limitaciones de áreas. Desde el Departamento de Periodismo podríamos asesorar al resto de iniciativas, ya que contemplamos una oportunidad para liderar la implantación de esta innovación.

Consideramos recomendable una evolución en la implantación de las guías docentes audiovisuales: en una primera fase a asignaturas optativas; en la segunda fase a las asignaturas obligatorias; y en la tercera fase a la oferta de posgrado.



Existen, además, dos apartados en los que este tipo de guía didáctica audiovisual nos parece especialmente útil. Por una parte, para elaborar un tutorial o respuestas a preguntas frecuentes (FAQ's) sobre el Trabajo de Fin de Grado, que concita las dudas de los alumnos de forma destacada y que afecta a todos los estudiantes de la UMA.

H. Recursos humanos y materiales necesarios para la ejecución del proyecto (descripción de los recursos materiales y humanos no disponibles y necesarios para la ejecución del proyecto)

La realización de este proyecto requiere del trabajo coordinado de todo el profesorado, técnicos de imagen y sonido, y alumnos. Los primeros serán los responsables de determinar el contenido de las piezas audiovisuales, seleccionar los mejores trabajos de cursos previos y avisar cuáles son los mejores momentos para grabar en el aula. Los segundos, con dilatada experiencia en los laboratorios del centro, coordinarán las exigencias técnicas de las grabaciones y asesorarán en la edición, iluminación y sonido. Y los alumnos, tanto becarios de colaboración como quienes realicen el TFG, se encargarán de la grabación y la edición de los vídeos.

Con respecto a la logística, es necesario adquirir material para realizar vídeos de calidad y que permitan grabar fuera de las instalaciones del centro, pues consideramos que para materias como Prácticas Profesionales puede ser necesario trasladarse a medios de comunicación. Se trata de material de rodaje -imagen, sonido e iluminación- y edición de vídeos. Este material complementará otros recursos disponibles en el centro, como las cámaras de vídeo profesionales, los micrófonos y los platós.

I. Ayuda económica solicitada (indicar y justificar la cuantía que se solicita, sin superar la dotación máxima posible según el tipo de proyecto A: 1.700 €; B: 1.500 €; C: 2.000 €; D: 2.000 €;

PRESUPUESTO PIE DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

Concepto	Coste
Cámara Theta de 360°	350 euros
Monopie con base	85 euros
Software para edición de vídeo y audio	100 euros
Kit de iluminación led portátil Fotima o Nanguang	665 euros
Dron con cámara HD	300 euros
Asistencia a un congreso de innovación para presentar la experiencia	200 euros
TOTAL	1700 euros

La finalidad del presupuesto solicitado es obtener la máxima calidad e innovación en la producción audiovisual de las guías docentes. Así, está previsto grabar imágenes de 360° para que al visionarlo se genere una experiencia inmersiva; el kit de iluminación portátil permitirá grabar entrevistas en exteriores o a los profesores en sus despachos. Las maquetas de edición o el audio también tiene un coste que se ha contemplado en el presupuesto. Además de la adquisición de todo este material útil para la ejecución profesional del proyecto, finalmente está previsto dar visibilidad a la experiencia presentándola en algún congreso nacional o internacional.