

# UOC



---

## **Memoria 2018-2019**

Estudios de Ciencias de la  
Información y de la Comunicación

---

Universitat Oberta  
de Catalunya

---

# UOC

**Estudios de Ciencias de la Información  
y de la Comunicación (ECIC)**

Av. Tibidabo, 39-43  
08035 Barcelona

[uoc.edu](http://uoc.edu)

[ecic.uoc.edu](http://ecic.uoc.edu)



---

# 01

---

## **Presentación** 04

Jordi Sánchez-Navarro, director  
de los Estudios de Ciencias de la Información  
y la Comunicación

---

# 02

---

## **Equipo** 06

- Cifras 06
- Equipo académico 07
- Mánagers de programa 08
- Técnicos de gestión de programa 08
- Administradora de Estudios 08
- Equipo de investigación en formación  
y de apoyo 09
- El equipo por género 09

---

# 03

---

## **Docencia** 10

- Cifras 11
- Oferta académica 15
- Trabajos finales 24
- Prácticas profesionales 28

---

# 04

---

## **Investigación, innovación y transferencia** 29

- Cifras 31
- Destacados 34
- Líneas de investigación 37
- Grupos de I+i y cátedras 38
- Lista de proyectos 41
- Lista de publicaciones 43
- Actividades en congresos y jornadas 48
- Revista académica 55
- Estudios de doctorat 55

---

# 05

---

## **Difusión** 57

- Cifras 57
- Los Estudios en los medios 58
- Canales digitales 59
- Eventos de los Estudios 62
- Revista propia 66

---

# 1. Presentación



**El bienio  
2018-2019  
en los Estudios  
de Ciencias de la  
Información y de  
la Comunicación**

**JORDI SÁNCHEZ NAVARRO**

DIRECTOR DE LOS ESTUDIOS DE CIENCIAS DE  
LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

---

El bienio 2018-2019 ha representado la continuación de una etapa de novedades y crecimiento estratégico en los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación (ECIC). En estos dos años hemos consolidado la transformación de la estructura organizativa interna —con la incorporación de una nueva subdirección de los Estudios orientada a los programas emergentes, la competitividad y la empleabilidad— y se ha ampliado el número de programas oficiales, con los que hemos avanzado en la consolidación del mapa docente de los Estudios.

Con la implicación total de un equipo de profesionales de la docencia, la investigación y la gestión orientados a la calidad, la innovación y el compromiso con el alumnado y la sociedad, estos cambios nos han permitido centrar la actividad muy intensamente en el fortalecimiento de nuevas áreas de conocimiento, en los nuevos retos de futuro y en la transferencia del conocimiento a la sociedad. En este sentido, el bienio 2018-2019 ha supuesto un claro paso adelante en el fortalecimiento de la misión de los Estudios, que es generar conocimiento innovador en los ámbitos de la información y de la comunicación y devolverlo a la sociedad en todo el mundo mediante la formación de las personas a lo largo de la vida, de la investigación y de la divulgación, potenciando la centralidad que ocupan la información y la comunicación en la sociedad del conocimiento.

En plena sintonía con los valores de la UOC y situando al estudiante en el centro de su actividad docente, el equipo de los ECIC hace docencia, investigación, transferencia y divulgación del conocimiento orientado siempre por los valores de la creatividad, la actitud innovadora y el compromiso con el mundo profesional, con un carácter colaborativo y abierto al mundo, y con ética, rigor profesional y responsabilidad social.

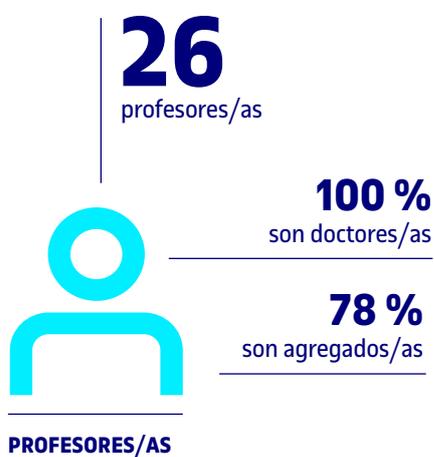
Cerramos un bienio celebrando el trabajo bien hecho y los logros alcanzados, tanto de manera colectiva por el conjunto de los Estudios como individualmente por cada uno de los profesionales que formamos parte de ellos. Pero no solo celebramos. También renovamos nuestro compromiso, esperando un bienio 2020-2021 lleno de retos que nos motivan y nos movilizan.

Apostaremos por la excelencia para la mejora de la calidad de los programas ya consolidados, con un impulso constante de la innovación, la investigación y la transferencia. En los ECIC de la UOC trabajaremos sin desfallecer para ser referentes de la creatividad y la innovación en los campos de la información y la comunicación, para mantener la fuerza de un modelo reconocido internacionalmente de una enseñanza avanzada conectada con la sociedad y el mundo profesional, y para desarrollar sólidas iniciativas de investigación de frontera en los ámbitos que nos son propios.

**Gracias a todas y a todos por hacerlo posible.**

# 2.El equipo

## Cifras



### INVESTIGACIÓN

Grupos de investigación	<b>3</b>
Grupos de investigación consolidados	<b>2</b>
Miembros del equipo de investigación en formación y de apoyo	<b>8</b>
Cátedra	<b>1</b>



### GESTIÓN

**8**  
profesionales de gestión

# Equipo académico



**Daniel Aranda  
Juárez**



**Ana Isabel Bernal  
Triviño**



**Víctor Cavaller  
Reyes**



**Judith Clares  
Gavilán**



**Anna Maria  
Clua Infante**



**Amalia Creus**



**Maria del Carmen  
Cruz Gil**



**Elisenda Estanyol  
Casals**



**Núria Ferran  
Ferrer**



**Efraín Foglia  
Romero**



**Montserrat  
García Alsina**



**Ferran Lalueza  
Bosch**



**Pablo Lara  
Navarra**



**Alexandre López  
Borrull**



**Francisco Lupiáñez  
Villanueva**



**Silvia Martínez  
Martínez**



**Sandra Martorell  
Fernández**



**Mireia Montaña  
Blasco**



**Candela Ollé  
Castellà**



**Eva Ortoll  
Espinet**



**Lluís Pastor  
Pérez**



**Antoni Roig  
Telo**



**Gemma San  
Cornelio Esquerdo**



**Jordi Sánchez  
Navarro**



**Sandra Sanz  
Martos**



**Sílvia Sivera  
Bello**

---

## Mánagers de programa



**Montse Atienza  
Alarcón**



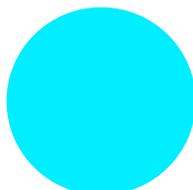
**Jesús de Molina  
Alas**

---

## Técnicos de gestión de programa



**Alejandra Armora  
Soriano**



**Mónica Cristina  
Benhamou Sabaté**



**Meritxell Martínez  
Fradera**



**Roser Nadal  
Renau**



**Roger Tomás  
Secall**

---

## Administradora de Estudios



**Núria Busquets  
Pérez**

# Equipo de investigación en formación y de apoyo



**Alkim Erol**  
Estudiante  
de doctorado



**Pedro María  
Fernández de Castro**  
Investigador  
de apoyo



**Núria Font**  
Investigador  
de apoyo



**Susana López**  
Investigador  
de apoyo



**Leila Mohammadi**  
Estudiante  
de doctorado



**Fernanda  
Pires de Sa**  
Investigador  
de apoyo



**Adam Server**  
Investigador  
de apoyo



**Ludovic Terren**  
Estudiante  
de doctorado

## El equipo por género



---

# 3. Docencia

---



## Compromiso con la calidad y la innovación docente

**AMALIA CREUS**  
SUBDIRECTORA DE DOCENCIA

Un eje prioritario de nuestra misión como Estudios universitarios es generar conocimiento a partir de la formación a lo largo de la vida en los ámbitos de la información y la comunicación.

En el bienio 2018-2019 hemos continuado mostrando este compromiso, no solo ampliando nuestra oferta de programas formativos, sino también a partir de una gran diversidad de proyectos e iniciativas que destacan por su excelencia docente, su contribución a la solución de problemas de la agenda social y su carácter innovador.

En el marco de las titulaciones oficiales, en 2018 pusimos en marcha el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad, orientado a formar profesionales capaces de dominar las nuevas formas de comunicación de marca en el actual ecosistema transmedia desde una doble visión: la estratégica y la creativa.

Otro aspecto destacado es la aprobación por parte de la Agencia de Calidad Universitaria (AQU) de la modificación del grado de Comunicación, proceso que nos permite poner en marcha una actualización sin precedentes del plan de estudios de esta titulación, adaptándola a las nuevas demandas y tendencias de la profesión comunicativa.

Queremos también poner de relieve el gran impulso que, en estos dos años, hemos dado a la transformación de asignaturas a partir de su rediseño o en el marco de un modelo pedagógico basado en retos profesionales, y a la renovación y la actualización de recursos de aprendizaje.

En esta memoria se recogen algunos de los muchos proyectos e iniciativas docentes creados en el marco de nuestros programas formativos, una muestra del compromiso de nuestro equipo docente con la innovación y la calidad docente.

# Cifras

## Programas formativos



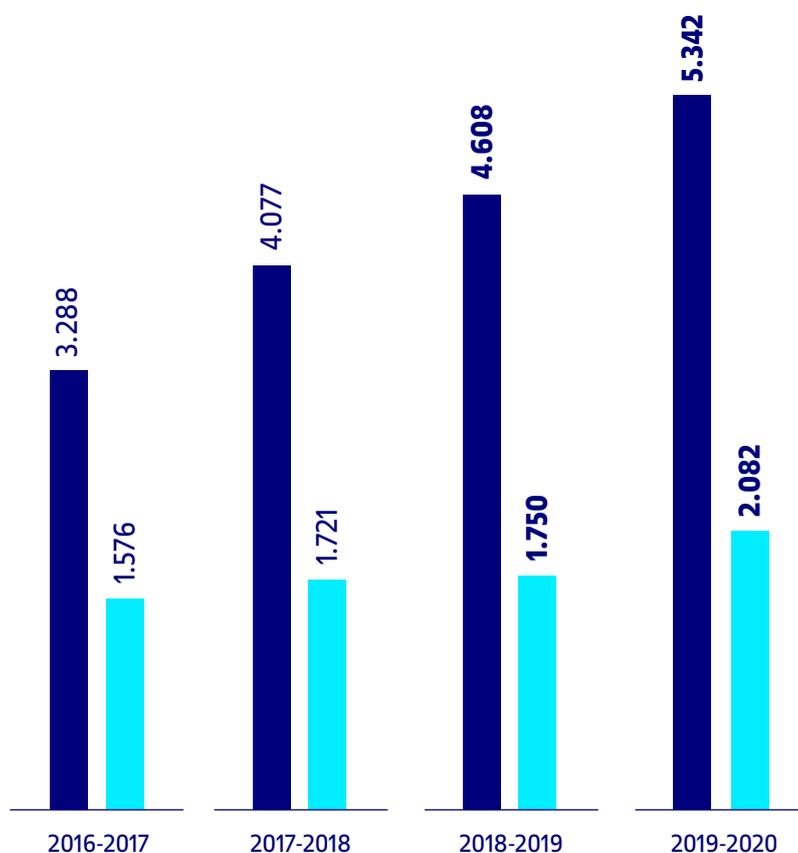
**13** programas formativos  
oficiales y propios

## El alumnado

### Evolución de las matriculaciones en programas de Grados y Másteres universitarios

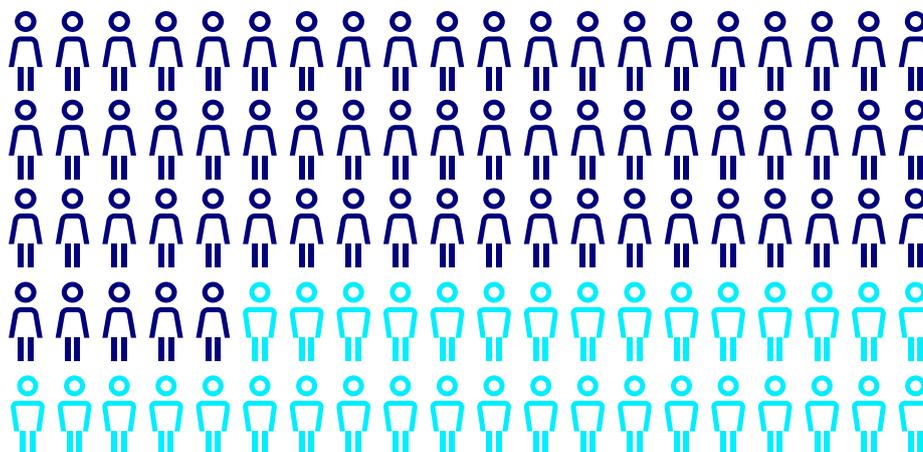
**5.342** estudiantes totales  
en el período 2019-2020

■ Estudiantes totales  
■ Nuevos estudiantes



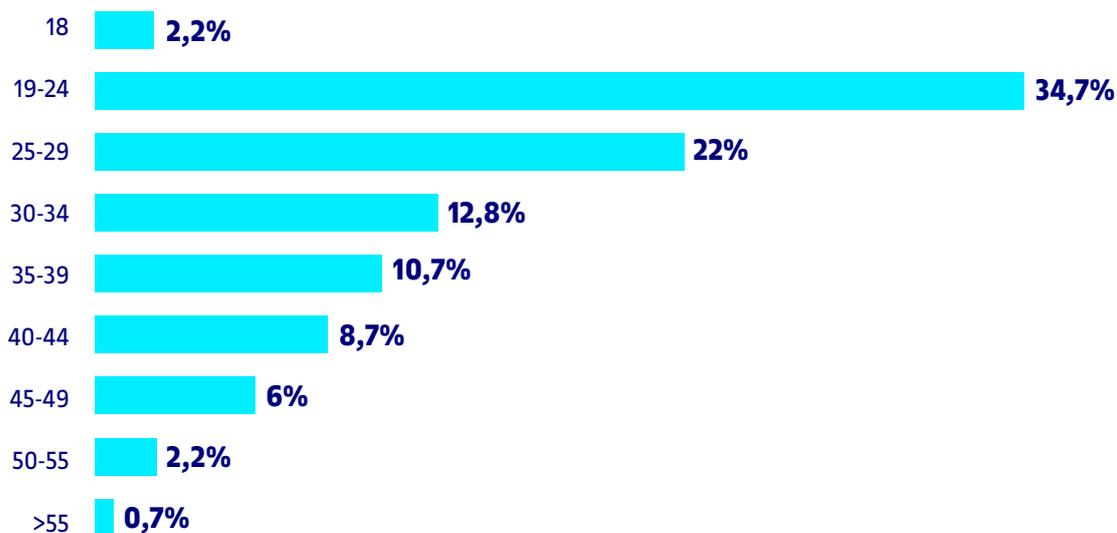
## Género del alumnado

(Datos correspondientes al curso académico 2019-2020)



## Franjas de edad del alumnado

(Datos recogidos en el curso académico 2019-2020)



## Procedencia del alumnado de los ECIC

(Datos correspondientes al curso académico 2019-2020)



Estudiantes procedentes de

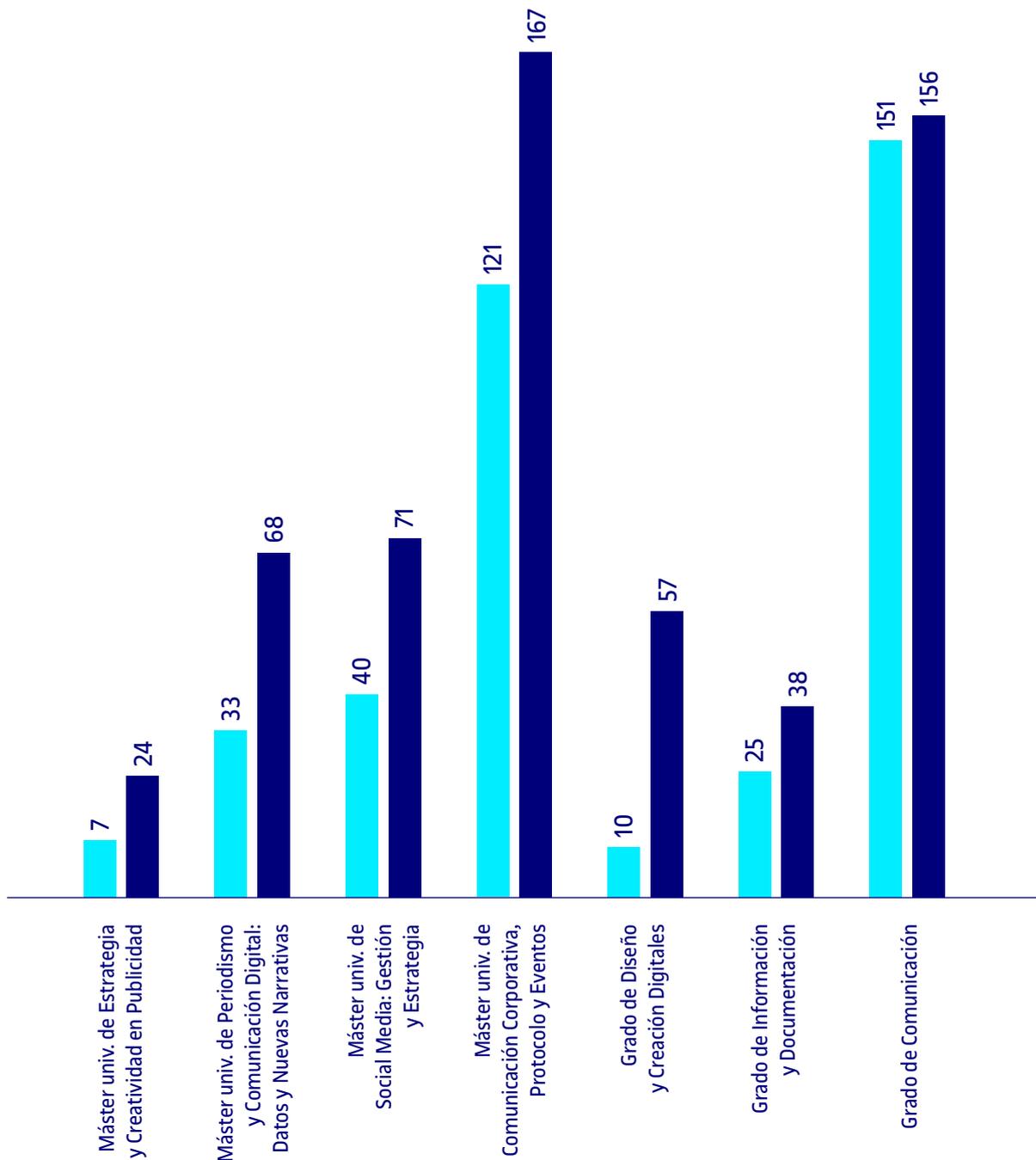
**29** países

## Graduaciones en programas de formación de larga duración (grados y másteres universitarios)

# 968

Graduadas y graduados en el  
curso 2018-2019 y 2019-2020

■ Graduacions al curs 2018-19  
■ Graduacions al curs 2019-20

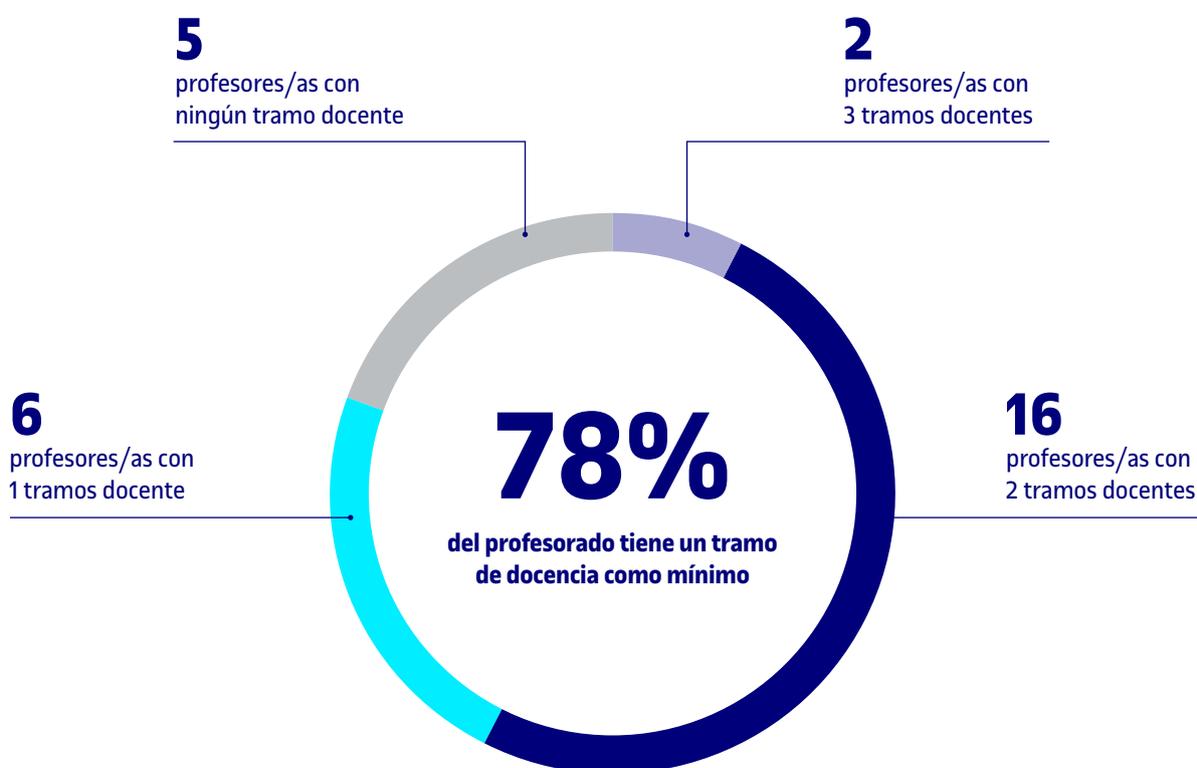


## El equipo docente



### Méritos en docencia

(Datos recogidos al inicio del curso académico 2019 a 2020)



---

# Oferta académica

Una de las misiones de los ECIC es generar nuevo conocimiento en los ámbitos de la información y de la comunicación y devolverlo a la sociedad de todo el mundo y formar a las personas a lo largo de la vida. La siguiente recopilación clasifica la oferta formativa de los ECIC.

---

## Grados

---

### Comunicación

El grado de Comunicación forma **profesionales expertos en la actividad comunicativa**, teniendo en cuenta tanto los diferentes medios y soportes (digitales, audiovisuales y escritos) como la diversidad de objetivos estratégicos (informativos, expresivos o persuasivos).

Además de una base generalista, este programa ofrece la posibilidad de especializarse en seis perfiles de optatividad: **Creatividad Publicitaria, Creación Audiovisual, Gestión Publicitaria, Gestión Audiovisual, Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas, y Comunicación Informativa**. Así pues, el objetivo de esta titulación es formar **comunicadores polivalentes** con una mentalidad creativa e innovadora y con capacidad de adaptación a diferentes contextos comunicativos.

---

### Diseño y Creación Digitales

El grado de Diseño y Creación Digitales es profesionalizador, está orientado a la creación del portafolio propio y aplica una metodología basada en proyectos.

Inspirado por **profesionales de un gran prestigio**, trata el diseño de manera holística; integra **diseño gráfico, comunicación y diseño de experiencia de usuario (UX)**, y añade una perspectiva humanista y cultural que lo conecta con el **movimiento maker, la ética hacker y la cultura libre**. El grado promueve una actividad profesional del diseño colaborativa, abierta, sostenible y responsable. El alumnado goza de un equipo docente formado por profesionales en activo y académicos con una amplia carrera docente, y dispone de los últimos avances tecnológicos y metodológicos.

---

### Informació i Documentació

El grado de Información y Documentación en línea forma **profesionales especializados en la gestión de servicios y sistemas** para facilitar información y documentación de valor en los **entornos digitales del siglo XXI**.

Estos entornos incluyen bibliotecas y archivos, pero también gestión de datos, macrodatos (*big data*), catalogación y metadatos, diseño de sistemas de información, documentación sanitaria, **gestión documental**, documentación audiovisual, gestión del conocimiento, **inteligencia competitiva, transparencia, datos abiertos (open data), gestión de comunidades (community management), curación de contenidos (content curation)**, repositorios documentales, **optimización natural (SEO) y analítica web, diseño centrado en el usuario**, y muchos más. El alumnado del grado de Información y Documentación se convierte en gestores y gestoras eficaces con competencias para actuar decisivamente, optimizar el valor de la información y evitar los riesgos de una mala gestión.

---

## Másteres universitarios

---

### Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

El máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos es una **titulación oficial** orientada a capacitar al alumnado para el ejercicio profesional de la **comunicación en empresas e instituciones**.

Este programa aporta al alumnado las competencias para **diseñar, ejecutar y evaluar proyectos de comunicación corporativa**. El máster también prepara al alumnado para la **organización de actos institucionales y de empresa**, y da los conocimientos para aplicar la **normativa protocolaria**. Se basa en una formación innovadora, enfocada a las necesidades cambiantes del mercado laboral, pensada para preparar un perfil profesional con las competencias necesarias para **dominar los nuevos entornos digitales** y poder adaptarse a las necesidades actuales y futuras del sector.

---

### Estrategia y Creatividad en Publicidad

El máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad proporciona la formación necesaria para **convertirse en profesional de la publicidad y dominar las nuevas formas de comunicación de marca**.

Con este máster se descubre que la publicidad actual es mucho más que publicidad y que no hay barreras entre las acciones en línea y fuera de línea. Con una **visión transversal**, capacita para hacer comunicación de marca, contenidos y publicidad social, nativa o programática, y dota de las herramientas necesarias para **crear mensajes y diseñar campañas** en todo tipo de medios o soportes, tanto convencionales como alternativos, incluyendo internet, el móvil y las redes sociales.

El plan de estudios profundiza en la publicidad a partir de los **dos ejes fundamentales** de los que consta: **la estrategia y la creatividad**. Por un lado, se aprende que la estrategia es un elemento clave para que las acciones comunicativas sean relevantes. Por el otro, que la creatividad es imprescindible para llamar la atención, persuadir y emocionar al consumidor en un entorno saturado de mensajes comerciales.

---

### Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas

El máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas da respuesta a la demanda de formación en el ámbito del periodismo y, en concreto, en los nuevos escenarios generados por los cambios que han aparecido como consecuencia de la irrupción de las **redes sociales y los nuevos modelos de consumo de medios**.

El máster se orienta a capacitar al alumnado para el ejercicio profesional del periodismo como redactores o redactoras —de información periodística profesional, por cuenta propia o ajena, en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico—, que desarrollan su actividad con textos y géneros y crean **contenidos periodísticos**. Además, este programa pone énfasis en el periodismo de innovación: el **periodismo de datos**, el **periodismo con móvil (*mobile journalism* o **MOJO**, muy extendido fuera de España)**, los **macrodatos** en comunicación y las **nuevas narrativas multimedia**; todo ello en un contexto de nuevos modelos de negocio en los que el emprendimiento es cada vez más un nicho del sector.

---

## Social Media: Gestión y Estrategia

El máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia* prepara al alumnado para que adquiera las competencias y los conocimientos especializados que requiere este sector líder en el contexto digital. Está **orientado al ejercicio profesional**, pero también tiene en cuenta la **investigación**, ya que posibilita el acceso posterior a un programa de doctorado.

A lo largo del máster el alumnado se capacitará para el desempeño de funciones concretas, que van desde **la creación de contenidos**, la **gestión de comunidades**, la **curación de contenidos**, el **marketing digital** y la monitorización de la **reputación digital** hasta funciones directivas que implican la coordinación de perfiles profesionales, el desarrollo de una visión estratégica y la capacidad de gestión, evaluación, prospección y detección de tendencias emergentes.

---

## Máster propio

---

### Cine Fantástico y Ficción Contemporánea

El máster de Cine Fantástico y Ficción Contemporánea (UOC, Sitges Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya) forma profesionales capaces de conocer en profundidad las claves del género fantástico, de descubrir las posibilidades existentes para la **innovación en el cine contemporáneo** y de generar nuevas ideas y proyectos para cine y otros medios audiovisuales.

El máster dota al alumnado de la capacidad de **plantear guiones** y **diseñar la preproducción** de un producto cinematográfico, y le proporciona conocimientos sobre la **producción**, el desarrollo y la **comercialización de productos de género**.

La **alianza** de la UOC y el [Sitges Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya](#) hace que el máster sea el ecosistema ideal para la innovación y la creatividad aplicada al audiovisual de género fantástico.

---

## Posgrados

- [Creación de Guion y Nuevas Narrativas de la Ficción Contemporánea](#) (UOC, Sitges Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya)
- [Desarrollo y Comercialización de Proyectos de Cine Fantástico y Ficción Contemporánea](#) (UOC, Sitges Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya)
- [Implantación de Proyectos de Gestión de Documentos Electrónicos \(EDRMS\)](#)

---

## Especializaciones

- [Diseño de Información, Infografía y Motion Graphics](#)
- [Documentalista Audiovisual y Film Researcher](#)

---

## Nueva oferta formativa

---

### Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

¡NUEVO! DESDE OCTUBRE DE 2018

El máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad persigue satisfacer la demanda de profesionales e investigadores especializados en el ámbito publicitario, especialmente en el contexto posdigital actual, que obliga a estar permanentemente al día de los cambios tecnológicos y de las oportunidades ubicuas para posicionar las marcas de manera destacada.

En este máster se supera definitivamente la mirada fragmentada que supuso el impacto de la digitalización en el sector y se da por asumida la realidad profesional: **para la comunicación de marcas ya no hay barreras entre la publicidad en línea y fuera de línea.**

Así pues, el objetivo principal del nuevo programa consiste en **dotar** al alumnado **de las herramientas y los conocimientos** necesarios para **crear, diseñar, ejecutar, planificar y evaluar campañas** publicitarias en **todo tipo de medios y soportes**, teniendo en cuenta el panorama y las posibilidades del **ecosistema transmedia** actual y también las nuevas tendencias en comunicación, con una mentalidad estratégica y habilidad para generar ideas creativas.

---

## Proyectos de innovación docente

---

### Prácticas virtuales en el grado de Comunicación

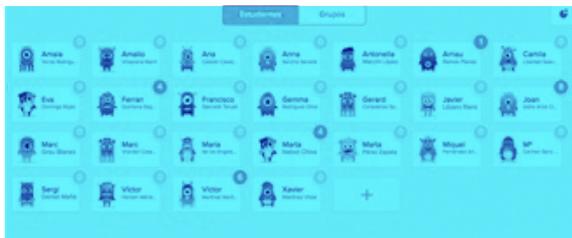


Los ECIC han sido pioneros en la implantación de prácticas virtuales. Actualmente en todas las titulaciones oficiales el alumnado tiene la posibilidad de hacer las prácticas curriculares de manera totalmente virtual, desarrollando proyectos reales y en contacto directo con el entorno profesional.

En el caso de Periodismo, se ha desarrollado una revista digital sobre tecnología y periodismo, *4 journalism*, con el sistema de gestión de contenidos (CMS) Atavist como herramienta de edición. Esta herramienta permite al alumnado de grado y de máster editar en línea noticias, entrevistas y reportajes en profundidad, desarrollando de manera práctica las dinámicas y las técnicas de un periodista profesional.

**Profesorado responsable:** Amalia Creus, Ferran Lalueza, Antoni Roig y Anna Bernal Triviño.

## Ludificación del retorno personalizado (*feedback*) con ClassDojo: diseño y creación sonora



El proyecto tenía como objetivo dar pautas al alumnado para ofrecer y gestionar retorno personalizado entre iguales de una manera motivadora, para transformar su práctica y mejorar el aprendizaje.

Se determinaron los siguientes objetivos:

- Tomar conciencia del valor del retorno personalizado.
- Formular demandas específicas para obtener retorno personalizado.
- Seleccionar y solicitar el tipo de retorno personalizado adecuado en el momento requerido.
- Utilizar el retorno personalizado recibido para mejorar la actividad y el proceso de aprendizaje.

Con esta actividad se proponía una dinámica lúdica que permitía que el alumnado valorara más fácilmente el trabajo de unos y otros, aportando la experiencia de los iguales y sumando puntos de vista. En efecto, la idea general de la dinámica era plantear al alumnado una serie de competencias o *skills* que había que valorar de un determinado trabajo o PEC. Esta valoración constaba de una parte cuantitativa y de otra cualitativa. La cuantitativa se visualizaba mediante ClassDojo, una clase virtual donde cada alumno tiene un avatar y se ven las puntuaciones obtenidas. La cualitativa, mediante un Google Forms.

**Profesorado responsable:** Daniel Aranda

## Club Crea-Lectura



Club Crea-Lectura

Per què aprendre sols si podem aprendre entre tots? En aquest club trobaràs una selecció de recursos d'aprenentatge sobre creativitat i innovació. Escull-ne un en exclusiva, fes un resum atractiu, comparteix-lo i segueix aprenent amb els comentaris i els altres resums de l'aula!

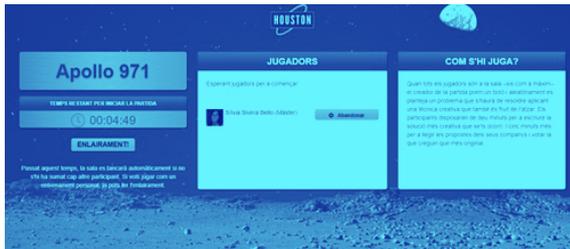
Libro paper    Libro digital    Artículos académicos    Recurs web    Vídeos

Plataforma integrada en las aulas de la asignatura Técnicas de creatividad e innovación, del grado de Diseño y Creación Digitales. Contiene tantos recursos de aprendizaje como estudiantes hay en cada aula, de manera que cada estudiante puede elegir el que quiera para hacer un resumen creativo del recurso. La plataforma permite colgar los resúmenes como en un escaparate, para que el resto del aula los pueda ver y votar.

**Profesorado responsable:** Sílvia Sivera

---

## Houston

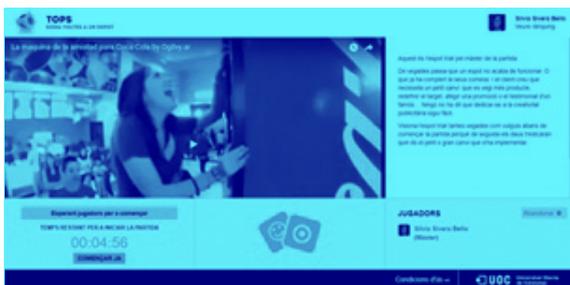


Juego que se utiliza en las aulas de la asignatura Pensamiento creativo, del grado de Comunicación, y en las de la asignatura Técnicas de creatividad e innovación, del grado de Diseño y Creación Digitales. Sirve para poner en práctica diferentes técnicas creativas, individualmente o en grupo, y también para resolver problemas cotidianos bajo presión temporal. Las técnicas y los problemas salen aleatoriamente en cada partida y al final se permite votar las mejores ideas.

**Profesorado responsable:** Sílvia Sivera

---

## TOPS



TOPS —*spot* ('anuncio' en inglés) al revés— es un juego digital incorporado a las aulas de la asignatura Creatividad publicitaria, del grado de Comunicación, en que se da vueltas a los espots de televisión que el alumnado quiera. El juego propone hacer cambios aleatorios en el *briefing* que ha inspirado un anuncio y, en partidas individuales o grupales, el alumnado debe presentar nuevas versiones bajo presión temporal. De esta manera se practica la flexibilidad creativa a la hora de cambiar los condicionantes publicitarios.

**Profesorado responsable:** Sílvia Sivera

---

## Cuaderno de pensar y maniquí de dibujo



El cuaderno de pensar se envía, junto con un maniquí de dibujo articulado, a todo el alumnado de la asignatura Técnicas de creatividad e innovación, del grado de Diseño y Creación Digitales. En el cuaderno se proponen ejercicios de creatividad para poner en práctica técnicas creativas diversas, teniendo siempre en cuenta el maniquí. De este modo, todo el alumnado trabaja con un mismo detonante para la creatividad y pueden compartir resultados muy diferentes, aunque partan de un mismo objeto.

**Profesorado responsable:** Sílvia Sivera

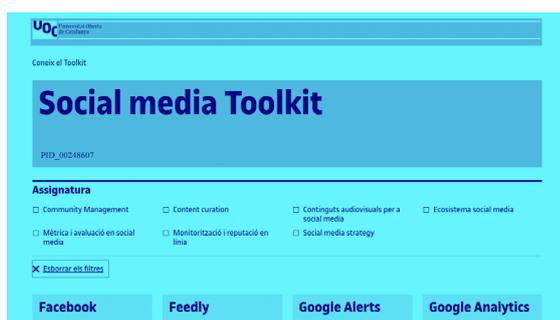
## Novelette



Una novela que permite aprender a gestionar la comunicación de crisis y de riesgo de manera efectiva, emocionante y mediante una experiencia inmersiva.

**Profesorado responsable:** Ferran Lalueza

## Social Media Toolkit



Herramienta transversal para varias asignaturas del máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia que contiene todo tipo de herramientas y recursos de los medios sociales descritos según sus utilidades, puntos fuertes y puntos débiles. Es esencial para las diferentes asignaturas que tratan de estos recursos.

**Profesorado responsable:** Ferran Lalueza, Àlex López, Sílvia Martínez i Eva Ortoll

## Premios Brava



Plataforma integrada en el aula de Dirección creativa ejecutiva, del máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad, que permite reproducir la dinámica de votaciones de un certamen creativo publicitario. De este modo, el alumnado analiza los anuncios actuales con una mirada crítica y va adquiriendo criterio profesional. Colaborativamente, se elige la campaña merecedora de ser considerada valiente porque lucha contra los estereotipos de género, innova y rompe con esquemas establecidos y aporta valores solidarios. A final de curso, se entrega el premio al anunciante y la agencia responsable.

**Profesorado responsable:** Sílvia Sivera

## Mi TEDtalk-PAC

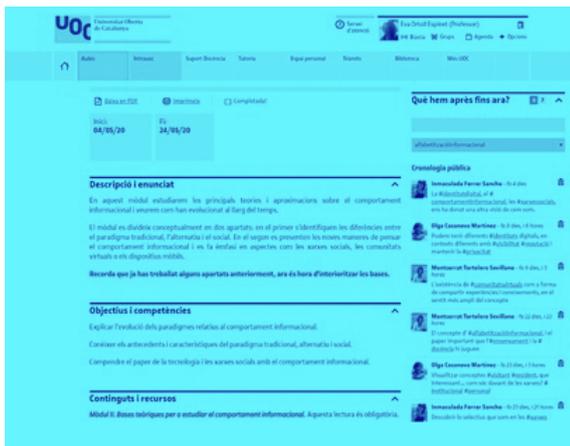


En la última PEC de la asignatura Comportamiento Informativo, del grado de Información y Documentación, el alumnado tiene que hacer una presentación en vídeo, en formato breve y siguiendo el modelo de las presentaciones TEDTalk, es decir, en clave divulgativa.

A partir de un hecho de actualidad elegido por el profesor responsable de la asignatura (PRA) y el profesor docente colaborador (PDC), y determinando el público al que va destinada la «charla», el alumnado tiene el contexto para hacer la práctica. La PEC consiste, por tanto, en que el alumnado vincule un hecho de actualidad con una o varias de las teorías explicadas durante el curso, teniendo en cuenta el público al que va destinado el discurso, para que el mensaje esté más enfocado, y mediante una presentación breve. El hecho de tenerlo que explicar en un tono divulgativo ayuda al alumnado a interiorizar los conceptos. A la vez, al vincularlo a un tema actual, le facilita encontrar más sentido a las teorías estudiadas.

**Profesorado responsable:** Eva Ortoll

## #quehemosaprendidohastahora

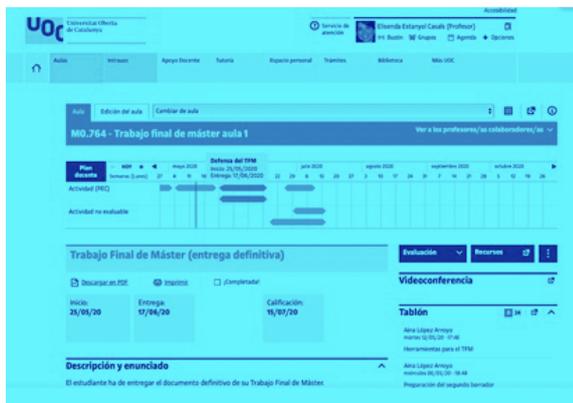


Actividad complementaria al microblog del aula, a mitad del semestre. Durante unos días, pactados previamente con el PRA y el PDC, el alumnado publica tuits con diferentes etiquetas breves sobre algún concepto que le haya gustado o sorprendido, que no haya entendido o sencillamente que quiera compartir en relación con los contenidos trabajados hasta el momento.

De esta manera se comparte el conocimiento de una manera ligera y ágil, a la vez que sirve para tomarle el pulso a la asignatura.

**Profesorado responsable:** Eva Ortoll

## Rúbrica colaborativa para la evaluación de trabajos finales



Desarrollo de una herramienta para la evaluación colaborativa por parte del tutor del trabajo final, el evaluador externo y el PRA y que permita, a la vez, que el alumno pueda visualizar el resultado en el REC.

**Profesorado responsable:** Elisenda Estanyol, con la colaboración del [eLearn Center](#) (Emi Fresneda y Francesc Santanach) y de Tecnología Educativa de la UOC (Núria Domènech)

# Trabajos finales

## Trabajos finales de grado (TFG) y de máster (TFM)

Durante los años 2018 y 2019, el alumnado de los ECIC ha desarrollado satisfactoriamente más de cuatrocientos trabajos finales de grado (TFG) y de máster (TFM).

 **408** trabajos (TFG y TFM)

**156**  
Grado de Comunicación



**5**  
Grado de Diseño y Creación Digitales

**25**  
Grado de Información y Documentación

**34**  
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas



**8**  
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

**42**  
Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

**138**  
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

---

## Trabajos premiados

---

### Grado de Comunicación

---

#### Año 2018:

- **1.er premio:** Victoria Suárez Mascareño. *Narrativa de videojuegos y su evolución en los últimos treinta años: Un estudio del caso particular de la saga Final Fantasy.*
- **2.º premio:** Daniel Eduardo Cullell Aranda. *Tècniques i procediments en la ficció sonora.*
- **3.er premio:** Celia Torija Maíllo. *Instagram como recurso para la generación de engagement. La experiencia de cinco casas-museo de Madrid.*

#### Año 2019

- **1.er premio:** Carla Campo Moreno. *Creación de marca para editoriales independientes de género. El camino del héroe para destacar en Twitter mediante técnicas de relaciones públicas.*
- **2.º premio:** Manuel Blanco Casal. *Periodismo de proximidad y transformación digital en los periódicos gallegos. Un nuevo paradigma.*
- **3.er premio:** Marta Piñeiro Borrajo. *Transmedia y renovación de audiencias en televisiones públicas.*

---

### Grado de Diseño y Creación Digitales

---

#### Año 2018

- **1.er premio:** Laura Milán Plaza. *AURORA, tu asistente meteorológico.*
- **2.º premio:** Clara Fabregat de Pablo. *Emma Health Platform.*

---

### Grado de Información y Documentación

---

#### Año 2018

- **1.er premio:** Rosa Tomàs Ejarque. *Pla lector municipal Biblioteca Marcellí Domingo de Tortosa.*
- **2.º premio:** Carlos Pino Andújar. *Disseny i desenvolupament d'una base de dades de mariners i vaixells del Masnou.*
- **3.er premio:** Juan José Zubia Muxika. *Preservación de información de redes sociales virtuales.*

---

**Año 2019**

- **1.er premio:** Laura Tomàs Valldepérez. *Ciència oberta i humanitats digitals: una aproximació des de l'arqueologia catalana.*
- **2.º premio:** Almudena Borrego Campos. *Nou servei de suport a la docència i la investigació a Biblioteca IQS (Universitat Ramon Llull): creació d'un nou apartat web.*
- **3.er premio:** Belén Motera Caturla. *Arxiu de Mutxamel: quadre de classificació, gestió de les taules de valoració documental i cicle de vida activa dels documents electrònics.*

---

**Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos**

---

**Año 2018**

- **1.er premio:** Núria Kearns Torredemer. *Pla de comunicació interna per a l'oficina de Londres d'una empresa d'educació financera.*
- **2.º premio:** Marta Bacarisas Augé. *Pla de comunicació de l'Arcos, centre mèdic integral.*
- **3.er premio:** Claudia Martí Tulla. *Mou la Barcelona sostenible! Pla de comunicació sobre mobilitat a Barcelona.*

---

**Año 2019**

- **1.er premio:** Mercè Romagosa. *El protocol de la Generalitat de Catalunya en democràcia (1980-2017).*
- **2.º premio:** Laura Medel Vivas. *La identificación de microinfluencias como elemento estratégico en las campañas de comunicación. Desarrollo de un modelo de identificación de microinfluencias en Twitter para el sector de la transformación digital.*
- **3.er premio:** Helena Blanch Pérez. *Pla de comunicació per al Museu del Ferrocarril de Móra la Nova.*

---

**Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital:  
Datos y Nuevas Narrativas**

---

**Año 2018**

- **1.er premio:** Antonio Axels Sánchez García. *Periodismo y Social Media: Estudio de la producción y las posibilidades narrativas de las videonews.*

---

**Año 2019**

- **1.er premio:** Anna Montero. *El repte d'informar-se en la societat digital: joves, nous consums i fake news.*
- **2.º premio:** Anna Yusà. *Supervivents. Històries Violència de Gènere.*
- **3.er premio:** Aina Gelabert. *L'estigma mental.*

---

## Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

---

### Año 2018

- **1.er premio:** Laura Medel Vivas. *Investigación de técnicas de crecimiento orgánico en Instagram a través de estrategias de growth hacking.*

---

### Año 2019

- **1.er premio:** Vicente Martínez Juan. *Estrategia electoral en Twitter de los principales líderes políticos durante las Elecciones Generales en España 2019.*
- **2.º premio:** Ariadna Arbós. *Hospital Universitari Sant Joan de Reus. Plan de Social Media y eHealth.*
- **3.er premio:** Fàtima Suàrez. *Curació de continguts i materials curriculars en la docència universitària.*

---

## Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

---

### Año 2019

- **1.er premio:** Alba Madero. *El mito y la retórica narrativa en la publicidad de perfumes.*

# Prácticas profesionales

El alumnado ha enriquecido y aplicado los conocimientos adquiridos en un entorno profesional mediante el programa de prácticas de los ECIC. En concreto, durante el 2018 y el 2019, más de cuatrocientos cincuenta estudiantes han sido acogidos en empresas para completar su formación con prácticas profesionales.

**225**

estudiantes de grado han cursado prácticas profesionales



**263**

estudiantes de máster han cursado prácticas profesionales

## Prácticas entre estudiantes de grado

Estudiantes del <b>grado de Comunicación</b>	<b>208</b>
Estudiantes del <b>grado de Información y Documentación</b>	<b>13</b>
Estudiantes del <b>grado de Diseño y Creación Digitales</b>	<b>4</b>

## Prácticas entre estudiantes de máster

Estudiantes del <b>máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos</b>	<b>226</b>
Estudiantes del <b>máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia</b>	<b>20</b>
Estudiantes del <b>máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas</b>	<b>13</b>
Estudiantes del <b>máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad</b>	<b>4</b>

---

# 4. Investigación, innovación y transferencia

---



## Investigación e innovación para un futuro sostenible, crítico y responsable

**DANIEL ARANDA JUÁREZ**  
SUBDIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Los ECIC ofrecen apoyo y oportunidades para mejorar la investigación del profesorado mediante las acciones que se contemplan en su Plan estratégico de investigación. Este plan apuesta por dar un impulso significativo a la cultura de la investigación entre nuestro equipo con el objetivo de potenciar el impacto social de una investigación de calidad que se apoya en la innovación y la transferencia del conocimiento socialmente relevante.

Entendemos que la investigación en información y comunicación aporta conocimientos esenciales y centrales en el contexto social actual, y también habilidades indispensables para entender, analizar y mejorar las desigualdades y ajustar el cambio social y tecnológico a unas necesidades sociales y culturales sostenibles, abiertas y accesibles.

El Plan estratégico de investigación toma como punto de partida y de llegada la sociedad con el objetivo de contribuir a la construcción de un futuro sostenible, crítico y responsable a partir de tres retos principales:

- **Compromiso efectivo con la investigación.** La optimización y el desarrollo sostenible del tiempo que el equipo de los ECIC dedica a la investigación.
- **Contribuir a la sociedad por ser un actor social.** Fomentar la producción de conocimiento, la visibilidad y su impacto social.
- **Calidad en investigación.** Aumentar la participación del equipo investigador en proyectos de investigación e innovación con impacto y socialmente relevantes.

# Plan estratégico de investigación 2018-2020



## Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación

### Plan estratégico de investigación 2018-2020

#### Misión y visión

#### **M** Nos dedicamos a la investigación para construir el futuro que queremos

Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación impulsan la investigación, la divulgación y la transferencia en comunicación y en gestión de la información como motor de cambio social. Creemos en la centralidad que ocupan la información y la comunicación en la sociedad actual como conocimientos y habilidades indispensables para analizar y ajustar el cambio social y tecnológico a unas necesidades sociales y culturales sostenibles, abiertas y accesibles.

#### **V** Construir un futuro sostenible de forma crítica y responsable

La centralidad de la investigación, la divulgación y la transferencia en comunicación, en gestión de la información, en industrias culturales creativas y en cultura digital son indispensables como motor de cambio social.

#### Reto A

#### Compromiso efectivo con la investigación

Optimización y desarrollo sostenible del tiempo dedicado a investigación del equipo de los Estudios.

##### Estrategia 1

Diseñar e implantar herramientas de visibilidad y gestión de la producción y actividad de los Estudios que permitan desplegar una política de investigación sostenible.

**Objetivo A.1** Implantar un Plan de dedicación a la investigación (DAI).

**Objetivo A.2** Diseñar e implantar una ficha del Plan individual de desarrollo de la investigación a cuatro años vista.

**Objetivo A.3** Implantar y gestionar el cuadro de mando para hacer un seguimiento, una visualización y una lectura trimestrales de la actividad de I+D de los Estudios.

**Objetivo A.4** Elaborar una política de gestión del presupuesto interno de investigación orientado a la productividad científica de calidad, abierta y de impacto social.

Apostamos por dar un impulso significativo a la cultura de la investigación entre nuestro equipo con el objetivo de potenciar el impacto social de una investigación de calidad.



#### Reto B

#### Contribuir a la sociedad para ser actor social

Fomentar la producción, la visibilidad y el impacto social del conocimiento.

##### Estrategia 2

Intensificar la visibilidad interna y externa de la actividad de I+D de los Estudios.

**Objetivo B.1** Visibilizar la actividad de I+D y la transferencia en la web de los Estudios.

**Objetivo B.2** Diseñar un Plan de comunicación de la investigación y la transferencia que incluya la comunicación interna y externa de la actividad de los Estudios.

**Objetivo B.3** Plan de transferencia. Fomentar actividades de impacto social de la investigación con el objetivo de potenciar el cambio social.

##### Estrategia 3

Incrementar la producción científica y la transferencia de calidad, abierta y con impacto social.

**Objetivo B.4** Incrementar el número de artículos, monografías y capítulos de libro publicados.

**Objetivo B.5** Establecer nuevas formas de evaluación de la calidad de la investigación.

**Objetivo B.6** Promover la difusión de outputs de la investigación que vayan más allá del artículo, el capítulo o la monografía.

#### Reto C

#### Calidad en investigación

Incrementar la participación del equipo investigador en proyectos de investigación, innovación e impacto socialmente relevantes.

##### Estrategia 4

Elaborar políticas de captación, acreditación, formación y colaboración.

**Objetivo C.1** Fomentar intercambios y estancias entre el personal de investigación.

**Objetivo C.2** Promover la acreditación del profesorado (acreditaciones y sexenios).

**Objetivo C.3** Captar talento y establecer colaboraciones externas para el fomento de la investigación inter/transdisciplinaria.

**Objetivo C.4** Implantar acciones de formación en investigación.

#### Líneas de investigación

La investigación de los ECIC se estructura en cuatro grandes áreas:



- Sociedad red
- Educación y TIC
- Creatividad y cultura digital
- Gobernanza del conocimiento

# Cifras

## Proyectos de I+i

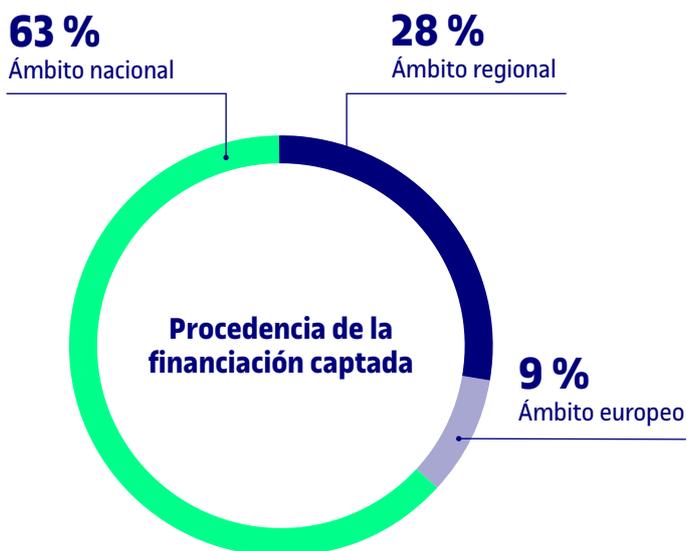
**11** proyectos ganados

### Proyectos en activo

**82 %** de los proyectos ganados lo han sido en **convocatorias competitivas**

**72 %** de los proyectos activos son **competitivos**

**429.298,13 €** captados



## Producción científica

Depositada en el O2 Repositorio UOC durante los años 2018 y 2019





## Métricas alternativas



Artículos con impacto en las <b>redes</b>	<b>28</b>
Tuits en <b>Twitter</b>	<b>479</b>
Publicaciones en <b>Facebook</b>	<b>16</b>
Artículos en <b>Mendeley</b>	<b>27</b>
Lectores en <b>Mendeley</b>	<b>949</b>
Citas recibidas en la plataforma <b>Dimensions</b>	<b>92</b>

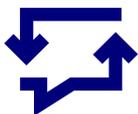
## Métricas tradicionales



Artículos <b>indexados</b>	<b>46</b>
Artículos indexados en <b>Scopus</b>	<b>34</b>
Citas recibidas en <b>Scopus</b>	<b>99</b>
Citas recibidas en <b>ISI</b>	<b>83</b>
Citas recibidas en <b>GSC</b>	<b>295</b>



## Transferencia



**1** *spin-off* (Open Evidence)

**1** cátedra (UOC-BSA)

**>300.000 €**

en contratos universidad-empresa desde 2016

## Participación

Actividades de investigación en que el personal investigador ha sido invitado



**34** congresos

**27** jornadas

**26** otros eventos

---

## Destacados

---

### Nuevos proyectos competitivos!

---

#### Ciencia abierta en España: un enfoque global para evaluar su implementación



**Investigador principal:**

Ernest Abadal (UB)

**Miembros de los ECIC:**

Candela Ollé y Alexandre López Borrull

Proyecto que quiere evaluar la situación actual relativa al desarrollo del modelo de ciencia abierta en el sistema investigador español respecto al modelo propuesto por la Comisión Europea. El proyecto se propone analizar con detalle las perspectivas de los diversos agentes implicados (investigadores, vicerrectores, gestores de programas, editores científicos y profesionales de los servicios bibliotecarios) e identificar ejemplos de buenas prácticas para, finalmente, elaborar recomendaciones que favorezcan la implantación, el desarrollo y la consolidación del modelo de ciencia abierta en España.

**Objetivos específicos:**

- Analizar el concepto de ciencia abierta propuesto por la Comisión Europea y sus implicaciones en las diferentes fases del proceso de investigación a partir de los modelos propuestos y los resultados de investigaciones propias ya terminadas.
- Identificar la percepción, el grado de conocimiento y la valoración de los diferentes agentes involucrados en el sistema investigador español sobre el nuevo modelo de ciencia abierta para prever los potenciales factores facilitadores y las barreras que intervienen en la puesta en práctica de estos procesos.
- Detectar modelos de buenas prácticas en ciencia abierta en España.
- Analizar las experiencias internacionales más relevantes sobre aplicación de políticas de ciencia abierta en entornos institucionales concretos para su uso como modelo de referencia en el caso español.
- Elaborar recomendaciones que favorezcan la implantación, el desarrollo y la consolidación del modelo de ciencia abierta en España.



---

## Educación social digital: jóvenes, ciudadanía activa e inclusión (ESDigital).

### **Educación social digital: una revisión sistemática**

**I+D Educación Social Digital: juventud, ciudadanía activa e inclusión - Septiembre de 2020**

#### **Investigador principal:**

Daniel Aranda (ECIC) y Víctor Sampedro

**Miembros de los ECIC:** Silvia Martínez, Sandra Sanz, Pablo Lara, Elisenda Estanyol, Mireia Montaña y Judith Clares

El proyecto explora cómo internet y los medios sociales pueden potenciar una ciudadanía activa y la participación política de la juventud. Identifica las líneas maestras de una educación social digital propia de centros de educación social para jóvenes (centros de educación en el tiempo libre o espacios e instituciones de educación no formal) que permitan estimular la participación y la ciudadanía activa de los jóvenes mediante el uso de internet y las redes sociales.

Dados los méritos de la educación social al apoyar a la juventud para que se conviertan en ciudadanos y ciudadanas activos y comprometidos en decisiones y acciones que les afectan no solo a ellos y ellas, sino también a su comunidad, los encargados de formular políticas deben poner más énfasis y dedicar más apoyo a la creación de métodos innovadores. El trabajo con los jóvenes en contextos socioculturales debe incluir las herramientas digitales que afiancen la mejora de las prácticas ya existentes, pero hay que dar un paso más: no podemos únicamente trabajar y fomentar la ciudadanía activa y crítica de nuestros jóvenes en los espacios tradicionales, sino que la educación social debe poblar el mundo digital, un mundo donde nuestros jóvenes son protagonistas en su contexto cotidiano.

#### **Objetivos generales:**

- Explorar cómo internet y las redes sociales se pueden utilizar en actividades socioeducativas con el objetivo de desarrollar nuevos métodos y herramientas de aprendizaje y enseñanza que favorezcan la participación política, social y cultural de los jóvenes.
- Establecer las habilidades y las competencias necesarias y proporcionar ejemplos de buenas prácticas y de formación sólida a los profesionales de la educación social para utilizar de manera efectiva las tecnologías digitales.

---

## ¡Nuevo programa de doctorado!

El **Doctorado de Humanidades y Comunicación** ofrece formación para investigar fenómenos de cambio social que se manifiestan en las prácticas y las ideologías. Mediante el estudio de nuevas formas de relación social, de comunicación y de expresión artística, queremos ampliar nuestra comprensión de fenómenos como la globalización, el neocolonialismo, las desigualdades, los movimientos sociales y la apropiación de las innovaciones tecnológicas. Este doctorado promueve el estudio de estos fenómenos desde una óptica interdisciplinaria e internacional, sobre la que ha constituido los grupos de investigación que lo integran.

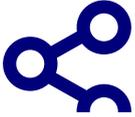
---

# Líneas de investigación

La investigación de los ECIC se vehicula alrededor de cuatro ámbitos de conocimiento:

---

## Sociedad Red



- El papel del entretenimiento y de su consumo como elemento fundamental en modelos emergentes de culturas colaborativas y participativas propias de la sociedad del conocimiento.
- La comunicación persuasiva en la sociedad del conocimiento.
- Los retos del periodismo cívico en la era de la información y el papel de los medios de comunicación comunitarios en el escenario comunicativo actual.

---

## Educación y TIC



- El análisis de patrones y necesidades emergentes de alfabetización digital.
- Los recursos educativos abiertos (OER, del inglés *open educational resources*).
- La indagación y la experimentación en entornos y procesos de aprendizaje basados en la colaboración, la creatividad, el entretenimiento y el uso de las tecnologías audiovisuales.
- La innovación en la enseñanza en línea de la comunicación.
- Las conductas y las decisiones en relación con el uso del entorno digital en los procesos de aprendizaje.

---

## Creatividad y Cultura Digital



- Las transformaciones en las formas específicas de la comunicación —el cine y el audiovisual, el periodismo, la comunicación corporativa y la publicidad— en el marco de la sociedad digital.
- La cultura visual en el ecosistema comunicativo contemporáneo.
- El análisis del diseño, la estructura y el uso del juego digital y el *gaming* como artefacto cultural y narrativo.
- La creatividad y la innovación en comunicación.

---

## Gobernanza del Conocimiento



- Gestión estratégica del conocimiento.
- Redes sociales y conocimiento.
- Nuevas formas de creación y difusión del conocimiento científico: *big science* y ciencia abierta.
- Inteligencia competitiva.
- Los datos como nuevas formas de generación, gestión y difusión de conocimiento: macrodatos, datos abiertos y datos para la investigación abierta (*open research data*).

---

## Grupos de I+i y cátedras

Los ECIC tienen una cátedra y tres grupos de investigación, dos de los cuales son grupos de investigación consolidados (GIC) por la Generalitat de Cataluña. Asimismo, nuestro personal investigador también forma parte de cuatro grupos de investigación externos a los ECIC.

---

### Grupos liderados por el profesorado de los ECIC

---

#### Ágora



#### Comunicación para la Transformación de la Esfera Pública

Ágora es un grupo interdisciplinario, con voluntad interuniversitaria y vocación de trabajo colectivo con arraigo en la sociedad. El grupo orienta su actividad al análisis del acceso de la ciudadanía a la esfera pública en el contexto de la sociedad digital. Su principal objetivo es explorar los retos que debe afrontar la comunicación como bien público en un contexto de rápidos cambios tecnológicos y de urgente reafirmación de los valores democráticos. En el centro de la atención del grupo se sitúan las crecientes desigualdades, las controversias y las contradicciones que deja al descubierto la crisis del concepto de justicia social como referente para la construcción del ideal de democracia. Nuestro interés de investigación se orienta especialmente hacia aquellos grupos o colectivos que quedan al margen de la esfera pública hegemónica.

---

#### GAME



#### Grupo de investigación en Aprendizajes, Medios de Comunicación y Entretenimiento (GAME)

Reconocido como GIC por la Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación (AGAUR), GAME se centra en el estudio de las transformaciones de las prácticas comunicativas asociadas al acceso y el uso generalizado de internet. Entre las diversas líneas de investigación del grupo destacan el papel del entretenimiento y de su consumo como elemento fundamental en modelos emergentes de culturas colaborativas y participativas propias de la sociedad del conocimiento, el análisis de patrones y necesidades de alfabetización digital y audiovisual, y las transformaciones en las formas específicas de la comunicación —el cine y el audiovisual, el periodismo, la comunicación corporativa y la publicidad— en el marco de la sociedad del conocimiento. Los miembros de GAME provienen de diferentes campos de estudio de la comunicación y la información.

---

## MEDIACCIONS



### Comunicación y cultura digital

MEDIACCIONS es un grupo de investigación interdisciplinario reconocido por la Generalitat de Cataluña que centra sus investigaciones en el estudio de las transformaciones sociales y culturales relacionadas con las tecnologías digitales y los medios. Con estudios empíricos sobre prácticas, colectivos y tecnologías, la investigación de MEDIACCIONS contribuye al análisis crítico de la cultura digital; al desarrollo de métodos de investigación basados en un enfoque etnográfico, cualitativo y participativo, y en la cocreación de conocimientos.

---

## Grupos de I+i externos con personal investigador de los ECIC

---

### CAS. Communication, Advertising, and Society

(Universidad Pompeu Fabra)



CAS es un grupo interdisciplinario que estudia los fenómenos de la comunicación en la intersección entre dos áreas: la comunicación y la publicidad, y el individuo y la sociedad. Su actividad se centra en tres ramas de estudio: las marcas turísticas y de lugar, la influencia de mensajes publicitarios sobre la imagen corporal de niños y adolescentes, y los estudios sólidos y las medidas psicofisiológicas. CAS promueve el uso combinado de técnicas cuantitativas y cualitativas para lograr una comprensión más profunda de cómo la comunicación y la publicidad influyen en la conducta individual y social de las personas.

---

### DIMMONS. Digital Commons

(Internet Interdisciplinary Institute, UOC)



Su investigación rigurosa y fronteriza estudia la economía colaborativa, desde la perspectiva del procomún y de la innovación en políticas públicas, y experimenta con metodologías participativas aplicadas a la investigación. La agenda de investigación de DIMMONS enlaza retos sociales con innovación y pluralidad metodológica. El equipo de investigadores tiene un fuerte componente multidisciplinario y sus miembros son especialistas en economía, ciencia política, derecho, humanidades, comunicación e ingeniería de computación.

---

## KIMO. Knowledge and Information Management in Organizations (UOC)



La actividad del grupo de investigación KIMO focaliza los aspectos estratégicos y organizativos de la gestión de la información y del conocimiento en las organizaciones. El enfoque de sus investigaciones es claramente interdisciplinario y tiene diferentes líneas, como, por ejemplo, el papel del conocimiento como elemento estratégico fundamental de las organizaciones; la creación, la transmisión y el uso del conocimiento en los grandes experimentos científicos; los flujos de información y de conocimiento en las redes sociales, y la función de la inteligencia competitiva y el uso del capital social en las organizaciones. KIMO está acreditado como GIC por la AGAUR.

---

## Open Evidence



### Providing scientific evidence for informed decision-making

Open Evidence es un grupo de investigación interdisciplinario especializado en ciencias sociales y del comportamiento. Su objetivo es entender y definir patrones de comportamiento que predigan las actividades humanas, tanto individuales como colectivas, en cualquier contexto de la esfera social. En este sentido, investigan en cuatro áreas específicas: salud, educación, gobernabilidad y ciudadanía, y economía del comportamiento.

El grupo, certificado como GIC por la Generalitat de Catalunya, dispone de una empresa derivada (spin-off), también llamada Open Evidence.

---

## Cátedra

---

### Cátedra UOC-BSA para la Investigación Aplicada y el Análisis de Datos en Salud

La misión de la cátedra UOC-BSA es desarrollar avances significativos en la aplicación de los macrodatos y el análisis de datos en el ámbito de la salud con un enfoque interdisciplinario y con la participación de todos los actores del sistema sanitario. Los objetivos de la cátedra UOC-BSA son la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y su participación en el proceso de toma de decisiones relacionadas con la salud, y también mejorar el acceso a la asistencia sanitaria, promover la igualdad y mejorar la eficiencia del sistema y su sostenibilidad.

# Lista de proyectos

Título del proyecto	Investigadoras/ es Principales	Miembros de los ECIC	Importe concedido (€)	Periodo	Entidad financiadora
<b>Reinventing Democracy in Europe: Youth Doing Politics in Times of Increasing Inequalities (EURYKA)</b>	Anna Clua	Núria Ferran	262.897 €	01/02/2017 - 31/01/2020	Comisión Europea
<b>Caçadors d'històries de futur</b>	Antoni Roig	Sílvia Sivera, Daniel Aranda, Gemma San Cornelio Elisenda Ardèvol	7.500 €	01/01/2018 - 31/12/2018	Ayuntamiento de Barcelona
<b>Culturas narrativas: storytelling digital, acción social y creación de públicos (D-STORIES)</b>	Antoni Roig i Jordi Sánchez Navarro	Sandra Martorell, Sílvia Sivera, Amalia Creus Gemma San Cornelio	36.300 €	01/01/2019 - 31/12/2021	Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades
<b>Beneficios de un <i>serious game</i> para la salud aplicado a pacientes con insuficiencia renal (doctorat industrial)</b>	Daniel Aranda	Daniel Aranda	33.960 €	13/09/2018 - 12/09/2021	Generalitat de Catalunya
<b>Educación social digital: jóvenes, ciudadanía activa e inclusión (ESDigital)</b>	Daniel Aranda i Víctor Sampedro	Sílvia Martínez, Sandra Sanz, Pablo Lara, Elisenda Estanyol, Mireia Montaña, Judi- th Clares	45.000 €	01/01/2019 - 31/12/2021	Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades
<b>Càtedra UOC-BSA</b>	Francisco Lupiáñez		150.000 €	17/06/2016 - 30/11/2018	Badalona Servicios Assistencials, SA
<b>mSalud: Retos y Oportunidades para los sistemas de salud</b>	Francisco Lupiáñez	Dimitra Tatiana Anastasiadou, Clara Fauli Molas, Alexandra Theben	96.279 €	01/03/2017 - 28/07/2019	Fundación "la Caixa"
<b>School Break</b>	Jordi Sánchez Navarro, Daniel Aranda	Sandra Martínez, Sílvia Sivera, Antoni Roig	37.253 €	31/12/2018 - 30/08/2021	Comisión Europea

<b>Título del proyecto</b>	<b>Investigadoras/ es Principales</b>	<b>Miembros de los ECIC</b>	<b>Importe concedido (€)</b>	<b>Periodo</b>	<b>Entidad financiadora</b>
<b>Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes (LUDOLITERACY)</b>	Jordi Sánchez Navarro, Daniel Aranda	Judith Clares, Amalia Creus, Elisenda Estanyol, Ferran Lalueza, Silvia Martínez, Mireia Montaña, Sandra Sanz	30.250 €	01/01/2015 - 30/09/2018	Ministerio de Economía y Competitividad
<b>Gestió de les dades obertes: models i protocols per al govern obert i reutilització</b>	Montserrat García Alsina	Montserrat Garcia Alsina, Eva Ortoll, Alex López	10.000 €	01/12/2018 - 02/12/2019	Escuela de Administración Pública de Cataluña - Generalitat de Cataluña
<b>Una propuesta de herramienta para el análisis y la planificación estratégica de innovación basada en el estudio de macrotendencias y en metodologías de diseño</b>	Pablo Lara	Jordi Sánchez Navarro	33.960 €	13/09/2018 - 12/09/2021	Generalitat de Catalunya
<b>Estudi i anàlisi dels factors d'èxit d'emprenedoria en estadis <i>early stage</i></b>	Pablo Lara		33.960 €	01/10/2018 - 30/09/2021	Generalitat de Catalunya
<b>(X-TREM) iLearn: Un nou paradigma per a l'educació al llarg de la vida</b>	Jordi Conesa	Montserrat Garcia	60.000 €	2018-2020	UOC

---

# Lista de publicaciones

---

## Artículos en revistas científicas

---

### Año 2019

- Montaña, M.; Jiménez Morales, M.; Vázquez, M. (2019). «**Food Advertising and Prevention of Childhood Obesity in Spain: Analysis of the Nutritional Value of the Products and Discursive Strategies Used in the Ads Most Viewed by Children from 2016 to 2018**». *Nutrients* (vol. 11, n.º 12).
- Bernal Triviño, A. (2019). «**La concienciación de los medios sobre la violencia machista. Una interpretación por parte de sus víctimas**». *Comunicación y Género* (vol. 2, n.º 1, págs. 15-31).
- López Borrull, A.; Sanz Martos, S. (2019). «**Desmontando fake news a través del conocimiento colaborativo**». *Anuario ThinkEPI* (vol. 13).
- López Borrull, A.; Ollé, C. (2019). «**La curación de contenidos como respuesta a las noticias y a la ciencia falsas**». *Anuario ThinkEPI* (vol. 13).
- Abadal Falgueras, E.; López Borrull, A.; Ollé, C.; Garcia Grimau, F. (2019). «**El plan S para acelerar el acceso abierto: contexto, retos y debate generado**». *Hipertext.net* (n.º 19, págs. 75-83).
- Creus Quinteros, A.; Clares Gavilán, J.; Sánchez Navarro, J. (2019). «**What's your game? Passion and precariousness in the digital game industry from a gameworker's perspective**». *Creative Industries Journal* (págs. 1-18).
- Mohammadi, L.; Aranda, D.; Martínez Martínez, S. (2019). «The narratives of fertility clinic's websites in Spain». *El profesional de la información* (vol. 28, n.º 2).
- González Campos, J. S.; Sánchez Navarro, J.; Arnedo Moreno, J. (2019). «**An empirical study of the effect that a computer graphics course has on visual-spatial abilities**». *International Journal of Educational Technology in Higher Education* (vol. 16, págs. 289-301).
- San Cornelio Esquerdo, G.; Gómez Cruz, E. (2019). «**Image-sharing and iconicity on social media during the Catalan conflict (2017)**». *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* (vol. 11, n.º 2, págs. 289-301).
- Estanyol Casals, E.; Montaña Blasco, M.; Planells de la Maza, A. J. (2019). «**Jóvenes y videojuegos. Percepciones sobre su tratamiento informativo en los medios de comunicación**». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (vol. 25, n.º 1, págs. 129-145).
- Martorell, S. (2019). «**El "todo en uno" del cinemagraph: fotografía, vídeo y diseño en un solo recurso gráfico para la comunicación visual persuasiva**». *EME Experimental Illustration, Art & Design* (vol. 7, n.º 7, págs. 52-59).
- Jiménez Morales, M.; Montaña, M.; Vázquez, M. (2019). «**Estrategias discursivas en la publicidad audiovisual de productos de bajo valor nutricional dirigidos al público infantil: felices, valientes y obesos**». *Palabra Clave* (vol. 22, n.º 3).
- Anastasiadou, D.; Folkvord, F.; Serrano Troncoso, E.; Lupiáñez Villanueva, F. (2019). «**Mobile Health Adoption in Mental Health: User Experience of a Mobile Health App for Patients With an Eating Disorder**». *JMIR mHealth and uHealth* (vol. 7, n.º 6).

- Bernal Triviño, A.; Clares Gavilán, J. (2019). **«Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita.es»**. *El profesional de la información* (vol. 28, n.º 3).
- Vázquez, M.; Ardanuy, J.; López Borrull, A.; Ollé, C. (2019). **«Scientific output in library and information science: A comparative study of the journals Anales de Documentación and BiD textos universitaris en biblioteconomia i documentació»**. *Journal of Librarianship and Information Science* (vol. 51, n.º 2, págs. 440-457).
- Folkvord, F.; Veltri, G. A.; Lupiáñez Villanueva, F.; Tornese, P.; Codagnone, C.; Gaskell, G. (2019). **«The effects of ecolabels on environmentally- and health-friendly cars: an online survey and two experimental studies»**. *International Journal of Life Cycle Assessment* (págs. 1-17).
- Sabillon, R.; Serra Ruiz, J.; Cavaller Reyes, V.; Cano, J. (2019). **«An Effective Cybersecurity Training Model to Support an Organizational Awareness Program: The Cybersecurity Awareness Training Model (CA-TRAM). A Case Study in Canada»**. *Journal of Cases on Information Technology* (vol. 21, n.º 3, págs. 26-39).
- Bernal Triviño, A. (2019). **«El tratamiento informativo del caso Juana Rivas. Hacia una definición de violencia mediática»**. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 697-710. doi: 10.5209/esmp.64797
- Terren, L.; Clua Infante, A.; Ferran Ferrer, N. (2019). **«Falling on Deaf Ears? An Analysis of Youth Political Claims in the European Mainstream Press»**. *American Behavioral Scientist* (págs.1-12).
- Ollé, C. (2019). **«La transición editorial a la ciencia abierta»**. *Telos, Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad* (n.º 112, págs. 18-2).

---

## Año 2018

- Abadal Falgueras, E.; Ollé Castellà, C.; Redondo, S. (2018). **«Publicación de monografías en acceso abierto por editoriales universitarias españolas»**. *El Profesional de la Información* (vol. 27, n.º 2, págs. 300-311).
- Aced Toledano, C.; Lalueza Bosch, F. (2018). **«Monologues in the conversational era: Assessing the level of dialogic communication that big firms are reaching on social media»**. *El Profesional de la Información* (vol. 27, n.º 6, págs. 1270-1280).
- Anastasiadou, D.; Folkvord, F.; Lupiáñez Villanueva, F. (2018). **«A systematic review of mHealth interventions for the support of eating disorders»**. *European Eating Disorders Review* (vol. 26, n.º 5, págs. 394-416).
- Anastasiadou, D.; Lupiáñez Villanueva, F.; Faulí Molas, C.; Arcal Cunillera, J.; Serrano Troncoso, E. (2018). **«Cost-effectiveness of the mobile application TCAApp combined with face-to-face CBT treatment compared to face-to-face CBT treatment alone for patients with an eating disorder: Study protocol of a Multi-Centre Randomised Controlled Trial»**. *BMC Psychiatry* (vol. 18, n.º 1, págs. 1-11).
- Aranda Juarez, D.; Sánchez Navarro, J.; Martínez Cerdá, J. F.; Meneses, J. (2018). **«The impact of digital practices on the perception of risks and benefits of digital gaming»**. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* (vol. 10, n.º 2, págs. 247-264).
- Aranda Juarez, D.; Sánchez Navarro, J.; Mohammadi, L. (2018). **«An overview of use, knowledge and perceptions of the Internet in Spain»**. *Data in Brief* (vol. 19, págs. 1498-1503).
- Carrión Ribas, C.; Folkvord, F.; Anastasiadou, D.; Aymerich, M. (2018). **«Cognitive Therapy for Dementia Patients: A Systematic Review»**. *Dementia and Geriatric Cognitive Disorders* (vol. 46, n.º 1-2, págs. 1-26).

- Clua Infante, A.; Ferran Ferrer, N.; Terren, L. (2018). **«El impacto de los jóvenes en la esfera pública: La disolución del Consejo de la Juventud de España en la prensa y en Twitter»**. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación* (vol. 16, n.º 55, págs. 49-57).
- Clares Gavilán, J.; Medina Cambrón, A. (2018). **«Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: El caso de Filmin»**. *El Profesional de la Información* (vol. 27, n.º 4, págs. 909-920).
- Cormenzana López, R.; López Borrull, A. (2018). **«Estudio de la adaptación a RDA y BIBFRAME en el ámbito de las bibliotecas españolas: Estudios de caso»**. *Anales de Documentación* (vol. 21, n.º 2, págs. 1-27).
- Fernández Ardèvol, M.; Ferran Ferrer, N.; Nieto-Arroyo, J.; Fenoll, C. (2018). **«The public library as seen by the non-users»**. *El Profesional de la Información* (vol. 27, n.º 3, págs. 659-670).
- Ferran Ferrer, N.; Fernández Ardèvol, M.; Nieto, J. & Fenoll, C. (2018). **«El Marc, la Maria i el David: el disseny d'experiència d'usuari (UX) aplicat a la biblioteca pública»**. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació* (n.º 40).
- Lara Navarra, P.; López Borrull, A.; Sánchez Navarro, J.; Yàñez Vilanova, Pau (2018). **«Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: propuesta SocialEngagement»**. *El Profesional de la Información* (vol. 27, n.º 4, págs. 899-908).
- López Borrull, A. (2018). **«Evolución de repositorios temáticos y megarrevistas: visión 2018»**. *Anuario ThinkEPI* (vol. 12, págs. 316-320).
- López Borrull, A.; Vives Gràcia, J.; Badell, J. I. (2018). **«Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?»**. *El Profesional de la Información* (vol. 27, n.º 6, págs. 1346-1356).
- Lupiáñez Villanueva, F.; Anastasiadou, D.; Codagnone, C.; Nuño Solinís, R.; Garcia-Zapirain Soto, B. (2018). **«Electronic Health Use in the European Union and the Effect of Multimorbidity: Cross-Sectional Survey»**. *Journal of Medical Internet Research* (vol. 20, n.º 6, págs. 1-14).
- Martínez Martínez, S.; García de Torres, E.; Sanz Martos, S. (2018). **«El derecho al olvido frente al acceso a la memoria periodística: derechos en conflicto en la gestión de la información de la hemeroteca digital»**. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació* (n.º 41).
- Martínez Martínez, S.; Sanz Martos, S. (2018). **«Los social media y su participación en la construcción y comprensión del relato interactivo de los videojuegos online»**. *Hipertext.net: Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva* (n.º 16).
- Pastor Pérez, L.; Linde Garcia, A.; Molas Castells, N.; Fuertes Alpiste, M. (2018). **«The use of novelettes for learning in a Criminology degree course»**. *Studies in Higher Education* (págs. 1-15).
- Roig, A.; Pires de Sá, F.; San Cornelio Esquerdo, G. (2018). **«Future Story Chasers: An experience with co-creation of fiction in the classroom through a collaborative storytelling game»**. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* (vol. 10, n.º 2, págs. 279-289).
- San Cornelio Esquerdo, G.; Roig, A. (2018). **«Selfies and Cultural Events: Mixed Methods for the Study of Selfies in Context»**. *International Journal of Communication* (vol. 12, págs. 2773-2792).
- Sanz Martos, S.; Martínez Martínez, S.; Creus Quinteros, A. (2018). **«Talking about games: Gamers' digital communication spaces as the object of study»**. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* (vol. 10, n.º 2, págs. 231-245).
- Senabre Hidalgo, E.; Ferran Ferrer, N.; Perelló, J. (2018). **«Diseño participativo de experimentos de ciencia ciudadana»**. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación* (vol. 26, n.º 54, págs. 29-38).

---

## Libros

---

### Año 2019

- Clares Gavilán, J. (coord); Merino Álvarez, C.; Neira, E. (2019). *La revolución over the top: Del vídeo bajo demanda (VOD) a la televisión por internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Bernal Triviño, A. (2019). *Hacia una comunicación feminista. Cómo informar e informarse sobre violencia machista*. Barcelona: Editorial UOC.
- Bernal Triviño, A. (2019). *No manipuléis el feminismo. Una defensa contra los bulos machistas*. Barcelona: Editorial Espasa Calpe.

---

### Año 2018

- Abadal, E.; Aleixandre, R.; Canals, A.; Ferrer, A.; Garrigós, I.; Hernández, T.; Ollé, C. (2018). «Maredata: red temática sobre datos de investigación en abierto». A: *Ecosistemas del acceso abierto*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Aranda Juarez, D.; Sánchez Navarro, J.; Planells de la Maza, A. J.; Sanz Martos, S.; Estanyol Casals, E.; Montaña Blasco, M. (2018). *Game & Play: La cultura del juego digital*. Sevilla: Egregius Ediciones.
- Estanyol, E.; Montaña, M. (2018). *Jóvenes y videojuegos. Percepciones sobre su tratamiento informativo en los medios de comunicación*. Sevilla: Egregius Ediciones.
- Hermosilla, P.; Creus Quinteros, A. S. (2018). *Relatos de formación y saberes docentes. Historias de vida de profesores principiantes en Chile y España*. Santiago de Chile: RIL editores.

---

## Capítulos de libro

---

### Año 2019

- Conesa, J.; Batalla-Busquets, J. M.; Bañeres, D.; Carrion, C.; Conejero-Arto, I.; Cruz Gil, M. C.; Garcia Alsina, M.; Gómez Zúñiga, B.; Martínez-Argüelles, M. J.; Mas, X.; Mono, T.; Mor, E. (2019). «Towards an Educational Model for Lifelong Learning». A: Barolli, L.; Hellinckx, P.; Natwichai, J. (eds); *Advances on P2P, Parallel, Grid, Cloud and Internet Computing. 3PGCIC 2019. Lecture Notes in Networks and Systems* (vol. 96). Springer, Cham.
- López Borrull, A.; Vives Gràcia, J.; Badell Guijarro, J. I. (2019). «Professionals de la informació, la comunicació i l'educació davant la infoxicació i les fake news: col·laborem?». Cerdanyola: Editorial Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- San Cornelio Esquerdo, G.; Gómez Cruz, E. (2019). «Notas para una visualidad política. Imagen y redes sociales en el caso del procés catalán». A: Martínez Noriega, D. A.; Sánchez Martínez, J. A. *Viralidad. Política y estética de las imágenes digitales*. Mèxic D. F.: Gedisa.

---

## Año 2018

- Gómez Cruz, E.; San Cornelio Esquerdo, G. (2018). «Imagining discontent: Political images and civic protest». A: Bohr, M.; Sliwinska, B. (Eds.). *The Evolution of the Image: Political Action and the Digital Self* (págs. 51-61). Nova York: Routledge.
- González Campos, J. S.; Arnedo Moreno, J.; Sánchez Navarro, J. (2018). «The Use of Digital Games to Teaching Computer Graphics: an Open Opportunity». A: *Proceedings of IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON2018)* (págs. 1988-1996). Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society.
- López Borrull, A.; Vives Gràcia, J.; Badell Guijarro, J. I. (2018). «La irrupció de les fake news en l'ecosistema informacional, oportunitat o amenaça per al professional de la informació i la documentació?». A: *15es Jornades Catalanes de Biblioteconomia i Documentació*. Barcelona, COBDC.
- Sabillon, R.; Serra Ruiz, J.; Cavaller i Reyes, V.; Cano, J. J. (2018). «Digital Forensic Analysis of Cybercrimes: Best Practices and Methodologies». A: Khosrow-Pour, M. *Digital Multimedia: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. Hershey, PA: IGI Global.
- Sabillon, R.; Serra Ruiz, J.; Cavaller i Reyes, V.; Cano, J. (2018). «A Comprehensive Cybersecurity Audit Model to Improve Cybersecurity Assurance: The CyberSecurity Audit Model (CASAM)». A: *Proceedings of International Conference on Information Systems and Computer Science (INCISCOS)*. Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society.
- Willis, P.; Estanyol, E. (2018). «Collaborative Creativity, Leadership and Public Relations: Identifying and Addressing Research Limitations». A: Bowman, S.; Crookes, A.; Romenti, S.; Ihlen, Ø (ed.). *Public Relations and the Power of Creativity (Advances in Public Relations and Communication Management)* (vol. 3, págs. 135-148). Emerald Publishing Limited.

---

## Conference papers

---

### Año 2019

- Abadal, E.; López Borrull, A.; Ollé, C. (2019). «**La educación en Biblioteconomía y Documentación en España: evolución y perspectivas**».

---

### Año 2018

- Rosales Climent, A.; Fernández Ardèvol, M.; Ferran Ferrer, N. (2018). «**Long-Term Appropriation of Smartwatches Among a Group of Older People**». *Lecture Notes in Computer Science* (vol. 10926, págs. 135-148).
- San Cornelio Esquerdo, G. (2018). «**Imágenes post-matern en instagram: el selfie como narrativa personal**». *I Congreso Internacional sobre fotografía. Nuevas propuestas en investigación y docencia de la fotografía* (págs. 436-447). Editorial Universitat Politècnica de València.
- García Alsina, M.; Canals, A.; Cobarsi, J.; Martínez, J. A.; Ortoll, E.; Cermeno, L.; Sardà, J.; Santanach, D. (2018). «**El back-office de la Transparencia: su puesta en marcha en Cataluña**». A: Sánchez de Diego Fernández de la Riva, M. (coord.) *Apuntes sobre la transparencia* (págs. 107-130). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

# Actividades en congresos y jornadas

## Congresos

Título	Fecha	Lugar de celebración
<u>CIDICO: Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior</u>	20-22/11/2019	Madrid
<u>2nd Annual International Conference of Education, Research and Innovation</u>	11-13/11/2019	Sevilla
<u>Congreso Internacional del Comité de Apoyo a las Bibliotecas</u>	9/11/2019	Atenas, Grecia
<u>Congreso CUICIID 2019</u>	23-24/10/2019	Universidad Complutense de Madrid, Madrid
<u>Simposio: La representación de la trata con fines de explotación sexual en el espacio público</u>	21-22/10/2019	Universidad Rey Juan Carlos, Madrid
<u>ECREA section conference 2019</u>	21-22/10/2019	Helsinki, Finlandia
<u>9.º Encuentro Internacional de Grupos de Investigación de Arte, Ciencia y Tecnología</u>	21/09/2019 - 04/10/2019	São Paulo, Brasil
<u>IAMCR 2019 Post-Conference. Journalism: Critical issues in media ethics</u>	12/07/2019	Blanquerna, Universidad Ramon Llull, Barcelona
<u>IX Encuentro Ibérico de la Asociación de Educación e Investigación en Ciencia de la Información de Iberoamérica y el Caribe (EDICIC)</u>	9-11/07/2019	Universidad de Barcelona, Barcelona
<u>Congreso AIMC</u>	7-11/07/2019	Universidad Complutense de Madrid, Madrid
<u>Barcelona International Critical PR Conference #9</u>	1-2/07/2019	Universidad Pompeu Fabra, Barcelona
<u>XXV Congreso Internacional de la SEP</u>	30-31/06/2019	Bilbao
<u>9.ª Conferencia Internacional sobre Revistas de Ciencias Sociales y Humanidades</u>	23-24/06/2019	Logroño
<u>VII Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales</u>	9-10/06/2019	Santander

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>XIV Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas</u></b>	22-24/04/2019	Universidad de las Azores, Portugal
<b><u>IV Congreso Internacional: Comunicación y Pensamiento</u></b>	11/04/2019	Sevilla
<b><u>Open Science Conference</u></b>	19-20/03/2019	Berlín
<b><u>Congreso Nacional: Hacia una sociedad sin violencia de género</u></b>	14/03/2019	Universidad de Salamanca, Salamanca
<b><u>X Congreso Internacional Latina de Comunicación Social</u></b>	3-7/12/2018	La Laguna, Tenerife
<b><u>International Conference of Research in Business &amp; Management</u></b>	28/11/2018	Arequipa, Perú
<b><u>II Congreso sobre Violencia contra las Mujeres de Aragón</u></b>	22-23/11/2018	Universidad de Zaragoza, Zaragoza
<b><u>Congreso Internacional de Ciberperiodismo</u></b>	19-20/11/2018	Bilbao
<b><u>Congreso Mediaflows 2018</u></b>	14-16/11/2018	Universidad Internacional Menéndez Pelayo, València
<b><u>ECREA section conference 2018</u></b>	31/10/2018 - 03/11/2018	Lugano, Suiza
<b><u>Congreso CUICID 2018</u></b>	24-25/10/2018	Universidad Complutense de Madrid, Madrid
<b><u>II Congreso Nacional e Internacional de Gerencia Organizacional</u></b>	27-28/09/2018	Campus Universitario Montería, Colombia
<b><u>X Congreso CIDUI</u></b>	4-6/07/2018	Palacio de Congresos de Girona
<b><u>Staff Week on Designing and Developing Learning in Distance Education</u></b>	18-22/06/2018	Universidad a Distancia de Hagen, Alemania
<b><u>Congreso Internacional Instagram Conference 2018</u></b>	01/06/2018	Universidad de Middlesex, Londres
<b><u>XXIII Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas</u></b>	11-13/04/2018	Universidad de Girona, Girona
<b><u>BEPHOTO Congreso Internacional de Fotografía Contemporánea</u></b>	15/03/2018	Centro Cultural Las Cigarras, Alicante

---

## Mesas redondas

Título	Fecha	Lugar de celebración
<u>Periodismo científico para combatir las fake news y la desinformación</u>	01/07/2019	Barcelona School of Management (BSM-UPF), Barcelona
<u>Periodistas feministas. Cuál es su papel?</u>	07/02/2019	Universidad de Valencia, Valencia
<u>Día E: Educando en creatividad</u>	24/10/2018	Madrid
<u>Universo Frankenstein. Dos siglos de la criatura inmortal de Mary Shelley</u>	27/06/2018	Real Círculo Artístico, Barcelona
<u>Debate sobre la Formación en el Ámbito Universitario en Protocolo</u>	19/06/2018	Barcelona
<u>Ciclo Cineforum Narrativas de Antropoceno</u>	22/03/2018	CCCB, Barcelona

---

## Jornadas

Título	Fecha	Lugar de celebración
<u>Jornada de formación para el empleo audiovisual</u>	16/12/2019	PalmaActiva, Palma
<u>Desinformación y amenazas a la libertad de expresión: Retos del periodismo ante la irrupción de los extremismos</u>	28-29/11/2019	Santiago de Compostela
<u>DISPLAY: Ciclo de experiencias de innovación social digital</u>	26/11/2019	Hangar, Barcelona
<u>Jornada Derechos y Trabajo Sexual</u>	26/11/2019	Universitat Autònoma de Barcelona
<u>III Jornadas de Bibliotecas y Salud de Cataluña</u>	14-15/11/2019	Biblioteca de Ciencias de la Salud de Cataluña, Barcelona
<u>Fiesta de la Ciencia 2019</u>	26-27/10/2019	Moll de la Fusta, Barcelona

---

# Jornadas

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>CHI PLAY 2019</u></b>	22-25/10/2019	Universidad Pompeu Fabra, Barcelona
<b><u>28.ª Escuela de verano de CCOO de Cataluña: Comunicación, identidad, credibilidad y fake news</u></b>	9-10/07/2019	Terrassa
<b><u>XVI Jornadas Españolas Información y Documentación</u></b>	16-17/06/2019	World Trade Center, Barcelona
<b><u>VII Jornadas de Periodismo Digital</u></b>	17/06/2019	Palacio de Colomina, Valencia
<b><u>Jornada de análisis. WhatsApp, noticias falsas y política en el horizonte electoral</u></b>	11/04/2019	Universidad Pompeu Fabra, Barcelona
<b><u>Jornada UAB</u></b>	30/11/2018	Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona
<b><u>Derechos humanos: ¿Avance o retroceso?</u></b>	14/11/2018 - 10/12/2018	Instituto de Derechos Humanos de Cataluña, L'Hospitalet
<b><u>XXIII Encuentro de Formación y Reflexión Feminista</u></b>	12/11/2018	Centro de Formación Feminista Carmen de Burgos, Baeza
<b><u>Brokerage H2020</u></b>	08/11/2018	Varsovia, Polonia
<b><u>Jornadas Universitarias sobre Igualdad de Género e Ideología en la Comunicación Mediática y la Publicidad</u></b>	25/10/2018	Universidad de Sevilla, Sevilla
<b><u>10.ª Conferencia Internacional de Reutilización de Información del Sector Público</u></b>	22/10/2018	Madrid
<b><u>Open science: from values to practice. Building a roadmap for transformative change</u></b>	4-5/10/2018	CosmoCaixa, Barcelona
<b><u>Jornada sobre Ciència Oberta</u></b>	03/10/2018	Museo de Ciencias Naturales de Barcelona, Barcelona
<b><u>Jornadas Periodismo e Igualdad, responsabilidad con perspectiva de género</u></b>	26/09/2018	Pamplona

---

## Jornadas

---

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<u>Jornada Alumni Madrid 2018: La realidad en clave de género</u>	11/07/2018	Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, Madrid
<u>Ciclo Del cómic al cine: viñetas para un tráiler explosivo</u>	02/07/2018	ESCAC, Terrassa
<u>Seminario Maredata</u>	21/06/2018	Valencia
<u>Entreconferencias CRECS</u>	07/06/2018	Universidad Complutense de Madrid, Madrid
<u>Jornadas Catalanas de Información y Documentación</u>	11/05/2018	Universidad Pompeu Fabra, Barcelona
<u>IX Jornada de Investigación de la Sociedad Catalana de Comunicación</u>	01/03/2018	Institut d'Estudis Catalans, Barcelona
<u>Congreso Mundos Imaginados</u>	21-23/02/2018	Universidad de Valencia, Valencia

---

---

## Talleres

---

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<u>Open Conference day: Playing with data</u>	22/11/2019	Sede de la UOC, Barcelona
<u>Fitness Creativo: taller de técnicas creativas</u>	16/12/2019	Sede de la UOC en Palma, Islas Baleares
<u>Escuela de verano sobre fake news y posverdad</u>	19-21/06/2019	Jávea, Alicante
<u>En las fronteras de lo urbano: espacios urbanos extremos</u>	30-31/05/2019	Ateneu Popular de Nou Barris, Barcelona

---

---

## Talleres

---

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<u>IV Seminario de Edición Científica de la UOC</u>	22/10/2018	Sede de la UOC, Barcelona
Seminario Big Data: aplicaciones y oportunidades.	17/09/2018	Bogotá, Colombia
Seminario Gestión y explotación de grandes volúmenes de datos	17/09/2018	Bogotá, Colombia
X Seminario Nacional y II Internacional de Actualización en Gestión Documental: La archivística y la gestión de la información hoy	20-22/09/2018	Universidad Pontificia Bolivariana, Montería, Colombia
<u>Taller Fitness creativo</u>	18/04/2018	Centro Cultural La Laguna, Andorra

---

---

## Otros eventos

---

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<u>EURYKA - Reinventing Democracy in Europe: Youth Doing Politics in Times of Increasing Inequalities</u>	01/02/2017 - 21/01/2020	Bruselas
Estancia de investigación en la School for Mass Communication Research	01/07/2019 - 30/09/2019	Universidad Católica de Lovaina, Bélgica
<u>MozFest 2019</u>	24/10/2019	Londres, Reino Unido
<u>Festival de Cine Fantaelx</u>	14/11/2019	Elche
<u>Festival Sònar+D</u>	17-19/07/2019	Barcelona
<u>Res no és mentida. Jóvenes y ficción en tiempos digitales</u>	07/03/2019	Sala Beckett, Barcelona

---

---

## Otros eventos

---

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>Caso de Estudio 1989. IVAM</u></b>	24/01/2019 - 09/06/2019	Instituto Valenciano de Arte Moderno, Valencia
<b><u>USVK 2018</u></b>	22-26/10/2018	Universidad Politécnica de Madrid, Madrid
<b><u>Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña</u></b>	5-13/10/2018	Sitges
<b><u>ROSFilm Fest</u></b>	14-15/09/2018	Las Naves, Valencia
<b><u>Premio Prat Gaballí 2018</u></b>	25/05/2018	Collegi del Màrqueting i la Comunicació de Catalunya, Barcelona
<b><u>Ponencia: El Tratamiento de las violencias machistas</u></b>	22/05/2018	IES Molí del Sol, Valencia
<b><u>Reunión Plenaria del Comité de normalización de ISO</u></b>	14/05/2018	Lisboa, Portugal
<b><u>Festival Espal</u></b>	05-21/04/2018	Santa Lucía de Tirajana, Canarias
<b><u>Presentación del libro Paraísos perdidos. La infancia en 50 películas, de Jordi Picatoste Verdejo</u></b>	09/04/2018	Filmoteca de Catalunya, Barcelona

---

---

## Revista académica

---

### **BiD. Textos universitarios de biblioteconomía y documentación**

Revista científica especializada en información y documentación. Se creó en 1998 en la Facultad de Biblioteconomía y Documentación, de la Universidad de Barcelona, y en 2013 los ECIC comenzaron a coeditar las publicaciones. Recientemente, se ha incorporado la comunicación como otro eje temático de la revista.

BiD tiene un sistema de publicación avanzado con dos números anuales y se organiza en monográficos temáticos, aunque también publica contenidos fuera de estos. Está presente en Scopus, tiene el Sello de Calidad de las revistas científicas españolas de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) (2019) y dispone del *BlokdeBiD*, que publica los miércoles reseñas de actualidad en el ámbito de la información hechas por personas expertas.

En el periodo 2018-2019 se han publicado los números [40](#), [41](#), [42](#) i [43](#) y las temáticas han sido:

Se pueden seguir los contenidos y las novedades desde el perfil de Twitter [@revistaBiD](#) o mediante la suscripción al boletín semestral.

---

## Estudios de doctorado

La investigación de los ECIC se estructura en cuatro grandes áreas de investigación: Sociedad Red, Educación y TIC, Creatividad y Cultura Digital, y Gobernanza del Conocimiento. Estas áreas están integradas en los tres siguientes programas de doctorado de la UOC:

---

### **Sociedad de la Información y el Conocimiento**

El programa de doctorado de Sociedad de la Información y el Conocimiento se ofreció por primera vez en el año 2000. Fue uno de los primeros que se crearon en el campo de la investigación de la sociedad de la información y el conocimiento y el primero que se ofreció completamente en red.

---

### **Educación y TIC (e-Learning)**

El programa de doctorado de Educación y TIC (e-Learning) ofrece la opción de elaborar tesis doctorales en el marco de los proyectos de investigación que se ajustan a las líneas prioritarias del eLearn Center. Asimismo, el doctorado está abierto a contribuciones de investigación inéditas en el ámbito del aprendizaje virtual o *e-learning* y garantiza la calidad metodológica y el compromiso con el progreso del conocimiento en este campo de investigación. El objetivo principal del programa es la recopilación de acciones y decisiones argumentadas empíricamente sobre el factor tiempo en la enseñanza en línea, con la intención de mejorar el aprendizaje.

---

## Humanidades y Comunicación

El doctorado de Humanidades y Comunicación ofrece formación para investigar fenómenos de cambio social que se manifiestan en las prácticas y las ideologías. Mediante el estudio de nuevas formas de relación social, de comunicación y de expresión artística, queremos ampliar nuestra comprensión de fenómenos como la globalización, el neocolonialismo, las desigualdades, los movimientos sociales y la apropiación de las innovaciones tecnológicas. Este doctorado promueve el estudio de estos fenómenos desde una óptica interdisciplinaria e internacional, sobre la que ha constituido los grupos de investigación que lo integran.

# 5. Difusión

## Cifras

### Impacto en medios



**145** núm. de informaciones en 2018

**783** núm. de informaciones en 2019



**28.867.232** impactos en audiencia en 2018

**170.264.337** impactos en audiencia en 2019

**2.º** estudios de la UOC con más audiencia de **2019** (7.º en 2018)

### Jornadas y eventos



---

## Los Estudios en los medios

El año 2019, los ECIC ocuparon la segunda posición en audiencia del conjunto de los Estudios de la universidad. Se han emitido **783 informaciones** con **170.264.337 impactos en audiencia**, un **aumento del 490% en relación con 2018**.

---

## Los expertos con mayor visibilidad

En el marco de la **clasificación de los 25 docentes con más visibilidad de la UOC**, los ECIC consiguen tener un número muy elevado de expertos y expertas en las posiciones más altas de la tabla. Estos son:



---

### Ana Isabel Bernal Triviño

Periodismo y género, violencia mediática, retos virales.

**1.ª posición (2019)**

**2.ª posición (2018)**



---

### Elena Neira

Cine, reproducción en continuo (*streaming*), maratones de series (*binge-watching*), plataformas de vídeo bajo demanda (*video on demand*).

**3.ª posición (2019)**

**18.ª posición (2018)**



---

### Ferran Lalueza Bosch

Redes sociales, Snapchat, nuevos consumos.

**5.ª posición (2019)**

**4.ª posición (2018)**



---

### Jordi Sánchez Navarro

Cine.

**5.ª posición (2018)**



---

### Mireia Montaña Blasco

Generación Z y tecnología, youtubers, consumo de las TIC.

**25.ª posición (2018)**

---

## Los temas propios más mediáticos (2019)

---

**Temas propios**

**Audiencia:** (Espectadores)

---

1. <u>El 81 % de los bebés tiene presencia en la red antes de cumplir los seis meses</u>	<b>27.804.812</b>
2. <u>Un Instagram sin likes reduce la angustia de los jóvenes</u>	<b>18.186.768</b>
3. <u>El 60 % de los niños entre 8 y 11 años juega a Fortnite</u>	<b>15.330.649</b>
4. <u>Un consumo obsesivo de series aumenta los niveles de dopamina</u>	<b>11.886.267</b>
5. <u>Tik Tok, la primera red social china que triunfa en Occidente</u>	<b>10.730.365</b>

---

## Canales digitales

Los ECIC tienen presencia en línea tanto con respecto a las plataformas de difusión (blog y revista) como a las redes sociales propias.

---

## Todo Comunica

El blog de los ECIC es una plataforma que reúne todos los contenidos creados y desarrollados dentro de todos los ámbitos de los Estudios. Así pues, tiene una visión abierta con voluntad de compartir, transmitir y visibilizar la actividad en relación con fenómenos emergentes de la comunicación con énfasis en la creatividad y el impacto social.

**Palabras clave:** periodismo digital, periodismo móvil, periodismo de datos, transparencia y neutralidad de los medios, *fake news*, posverdad, ética informativa, *big data*, algoritmos, *blockchain* en los medios de comunicación, desinformación, inteligencia artificial, realidad virtual, internet de las cosas, narrativas transmedia, plataformas multicanal, podcasts (motores de búsqueda de audio), nuevos formatos comunicativos breves (emoji, gifs, memes, microvídeos), creatividad en publicidad, innovación en publicidad, *influencers*, *branded content*, publicidad nativa, *user-generated content*, redes sociales, cine digital, nuevas tendencias de consumo audiovisual (Netflix), cine 3D, nuevas narrativas audiovisuales, diversidad en el cine (#MeToo), narrativas interactivas, diseño con impacto social, industria del diseño, *pbranding*, innovación en comunicación corporativa.

**Cifras de 2019.** El blog *Todo Comunica* nació en **abril de 2019**. Desde entonces y hasta diciembre de 2019 alcanzó las siguientes cifras:



**3.645**

sesiones

**5.967**

páginas vistas

**2.755**

usuarios únicos

---

## Blog ComCorporativa

El blog *ComCorporativa* es un espacio en línea destinado a los profesionales del ámbito de la comunicación, al alumnado actual del máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolos y Eventos, a antiguos y futuros estudiantes del máster y al profesorado. Tiene una visión divulgativa del ámbito de la comunicación, ya que quiere participar en la conversación en línea en torno a los ámbitos del máster (comunicación corporativa, protocolo y eventos) y convertirse en un espacio de referencia dentro del sector.

**Palabras clave:** ACPRI, artículo de actualidad, asignaturas, comunicación corporativa, congresos y entrevistas, entidades colaboradoras, ImaginOn, información del máster, marketing, medios de comunicación, mundo laboral, novedades editoriales.

Cifras de 2019:



**42.056**  
sesiones

**54.000**  
páginas vistas

**37.108**  
usuarios únicos

---

## Web dels Estudis

Espacio, dentro del portal de la UOC, en que se integra información relevante y de actualidad sobre la actividad docente, de investigación, de difusión y de transferencia impulsada por los ECIC.

Cifras:



**2.738**  
usuarios (2018)

**3.434**  
usuarios (2019)

---

## Boletín de información de los ECIC

Publicación mensual destinada al profesorado docente colaborador y al equipo interno, que recoge las noticias destacadas sobre docencia, investigación y actividades de los Estudios.

Cifras del 2018:



**362**  
suscriptores (septiembre de 2018)

# Redes sociales

Los ECIC mantienen una conversación con su comunidad alrededor del conocimiento que generan desde los siguientes canales:

**Facebook** @UOCInfoCom:



**831**

seguidores

**167**

nuevos me gusta

**Twitter** @UOCInfoCom:



**4.566**

seguidores

**1.486**

seguidores ganados en 2019

## Cifras de 2019

**3.925**

retuits

**7.882**

me gusta

**11.807**

interacciones

**8.214**

menciones

## Tuits con más impacto

**UOC Estudios InfoCom** @UOCInfoCom · 12 mar. 2019

¡Hoy es el #DíaInternacionalDeTwitter: felicidades a los que comunicamos en 280 caracteres!

En @UOCInfoCom reflexionamos sobre cómo ha cambiado la comunicación gracias a Twitter con este hilo que recoge artículos de la revista #COMeIN sobre la red social nacida en 2006 📌



UOCUniversidad y 7 más

3 45 46

**UOC Estudios InfoCom** @UOCInfoCom · 7 mar. 2019

Hoy, en el marco del Día de la Mujer y de la Jornada #GenderUOC, los estudios de @UOCInfoCom hacemos un ejercicio de transparencia con esta infografía, mostrando qué porcentaje representan las mujeres en los estudios y en el ámbito de la comunicación 📌 #8M2019



UOCUniversidad y 8 más

1 27 45

**UOC Estudios InfoCom** @UOCInfoCom · 2 oct. 2019

¡Nos hace mucha ilusión anunciar que la periodista @MonicaCarrillo se une como ponente del #MoJoEFEUOC!

Con ella y @anaibernal hablaremos sobre móvil y redes sociales como imagen de marca.

📌 Inscripción gratuita: [bit.ly/ZXtqXMI](https://bit.ly/ZXtqXMI) #periodismodigitalUOC



UOCUniversidad y 8 más

21 54

---

# Eventos de los Estudios

Durante el periodo 2018-2019, desde diversas áreas de conocimiento de los ECIC, se han organizado más de cuarenta eventos.

---

## Congresos

Título	Fecha	Lugar de celebración
<u>Open Conference day: Playing with data</u>	22/11/2019	Sede de la UOC, Barcelona
<u>Barcelona International Critical PR Conference #9</u>	01/07/2019	Universidad Pompeu Fabra, Barcelona
<u>Barcelona International Critical PR Conference #8</u>	02/07/2018	Universidad Pompeu Fabra, Barcelona

---

## Mesas redondas

Título	Fecha	Lugar de celebración
<u>La Transparencia en Comunicación Corporativa</u>	17/12/2019	Sede de la UOC, Barcelona
<u>3.er #mustvertisingUOC: Nuevos retos para el branding</u>	28/05/2019	Palau Robert, Barcelona
<u>2.o #mustvertisingUOC Valencia marca</u>	06/02/2019	Octubre Centro de Cultura Contemporánea, Valencia
<u>La Voz de los jóvenes en la esfera pública</u>	31/01/2019	Sede de la UOC, Madrid
<u>Universo Frankenstein. Dos siglos de la criatura inmortal de Mary Shelley</u>	27/06/2018	Real Círculo Artístico, Barcelona

# Jornadas

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>II Jornada Ciclo Tendencias en Sociedad Digital: Influencers como nuevos mediadores de la información y el conocimiento</u></b>	04/12/2019	Centro de Estudios Jurídicos y Formación Especializada. Departamento de Justicia, Barcelona
<b><u>City Sound. La construcción sonora de la ciudad</u></b>	12/11/2019	MACBA, Barcelona
<b><u>III Jornada de Periodismo Móvil - MoJoMAD</u></b>	17/10/2019	Museo EFE, Barcelona
<b><u>BingeTalkingUOC: «La revolución seriéfila. El impacto del streaming y el boom de la producción original»</u></b>	10/07/2019	CaixaForum, Barcelona
<b><u>Wikipedia y mujeres editoras</u></b>	20/12/2018	Sede de la UOC, Barcelona
<b><u>Tendencias en Sociedad Digital. Deconstruyendo la realidad: impacto de las Fake News y la Posverdad</u></b>	04/12/2018	Centro de Estudios Jurídicos y Formación Especializada. Departamento de Justicia, Barcelona
<b><u>III Jornada sobre conocimiento compartido Almazora Comparte</u></b>	08/11/2018	Escuela del Mármol de Fines, Almería
<b><u>Factoría creativa: I jornada de creatividad en la Coma Cross *</u></b>	10/11/2018	Salt, Girona
<b><u>Travelling Light-Create&amp;Connect *</u></b>	31/10/2018	Torroella de Montgrí, Girona
<b><u>Biennal Olot-fotografía 2018 *</u></b>	27/07/2018	Olot, Girona
<b><u>II Jornada de Periodismo Móvil</u></b>	08/06/2018	Movistar Centre, Barcelona
<b><u>Behavioural Design</u></b>	06/06/2018	Centro Cultural La Farinera del Clot, Barcelona
<b><u>Nuevos modelos de negocio e innovación en periodismo</u></b>	17/05/2018	Sede de la UOC, Madrid
<b><u>Jornada Alumni Comunicación</u></b>	17/02/2018	Espacio Pujades, Barcelona

\* Participan los ECIC

## Otros eventos

Título	Fecha	Lugar de celebración
<b><u>Acto de entrega de premios a los mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario</u></b>	12/12/2019	Sede de la UOC, Barcelona
<b>Taller: <u>Introducción al periodismo de datos</u></b>	21/11/2019	Sede de la UOC, Barcelona
<b><u>Hackaton Almazora Comparte</u></b>	10/10/2019	Escuela del Mármol de Fines, Almería
<b><u>«Familiarizados», Premio Brava a la Publicidad Valiente</u></b>	08/10/2019	Sede de la UOC, Barcelona
<b><u>Rompiendo estereotipos gracias a YouTube: una tarde con Haifa Beseisso</u></b>	03/07/2019	Barcelona
<b><u>Visualización dinámica de datos y periodismo digital</u></b>	26/06/2019	Sede de la UOC, Madrid
<b><u>Escuela de verano: Deconstruyendo la realidad. Impacto de las fake news y la posverdad</u></b>	19/06/2019	Jávea, Alicante
<b><u>Experiencias de transición: Oportunidades y retos de los social media en el ámbito del diseño</u></b>	18/06/2019	Centre Cultural La Farinera del Clot, Barcelona
<b><u>Conecta (en directo) con tu público</u></b>	11/04/2019	U-Lab, Alacant
<b>Taller: <u>Informar sobre violencia machista**</u></b>	11/04/2019	Seu de la UOC, Barcelona
<b><u>Inteligència colectiva en social media en campanya electoral</u></b>	09/04/2019	Facebook
<b><u>Píndoles Social Media: La relació de mitjans i xarxes socials més enllà de Facebook</u></b>	27/2/2019	Seu de la UOC, Madrid
<b><u>1.er Claustro abierto: Mucho más que una sesión informativa del máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad</u></b>	20/02/2019	Seu de la UOC, Barcelona
<b>Sesión formativa: <u>Comunicación y violencia machista</u></b>	13/12/2018	Seu de la UOC, Barcelona

## Otros eventos

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>Acto de entrega de premios a los mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario</u></b>	29/11/2018	Sede de la UOC, Barcelona
<b><u>1.er #mustvertisingUOC: «Abuelo... ¿por qué somos freelance?» Charla #masterpubliUOC entre Toni Segarra y Jorge Martínez</u></b>	09/10/2018	Palau Robert, Barcelona
<b><u>Encuentro con Ángel Sala, director del Sitges - Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya</u></b>	13/09/2018	Sede de la UOC, Madrid
<b><u>Técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos</u></b>	13/06/2018	Sede de la UOC, Madrid
<b><u>Visita a betevé</u></b>	03/05/2018	Estudios betevé, Barcelona
<b><u>Visita a RAC1</u></b>	27/04/2018	Estudios RAC1, Barcelona
<b><u>Visita a Nació Digital</u></b>	18/04/2018	Redacción de Nación Digital, Barcelona
<b><u>Taller Informar sobre violencia machista **</u></b>	03/04/2018	Sede de la UOC, Barcelona
<b><u>Píldoras Social Media: Redes sociales: de la web 2.0 a la posverdad</u></b>	07/03/2018	Octubre Centro de Cultura Contemporánea; Valencia
<b><u>Sesión informativa del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia</u></b>	20/02/2018	Sede de la UOC, Barcelona

\*\* Organizan el Instituto Catalán de Mujeres y el Consejo del Audiovisual de Cataluña. Participan los ECIC de la UOC.

---

# Revista propia

---

## COMeIN



*COMeIN* es la revista divulgativa de los ECIC de la UOC. Se llama así, sobre todo, porque constituye una invitación: Adelante, pasen, no se queden fuera, ¡come *in*. La revista os invita a adentraros en los Estudios y a descubrir qué piensa el profesorado sobre un amplio abanico temático vinculado en un sentido muy amplio a las grandes áreas de conocimiento de la comunicación y la información: medios sociales, periodismo, relaciones públicas, documentación, cine, televisión, publicidad, diseño, gestión de la información, videojuegos, biblioteconomía, comunicación política, entretenimiento, protocolo, inteligencia competitiva, comunicación de crisis, políticas comunicativas, *lobbying*, cómic y un largo etcétera.

Como instrumento de transferencia que es, la revista permite al equipo docente de los Estudios poner su conocimiento al alcance de un público amplio y no necesariamente especializado, con rigor pero sin rigideces. Cada semana publica dos nuevos artículos en dos lenguas: catalán y castellano.

El año 2019 *COMeIN* puso en marcha un plan de acción trienal en el marco del plan de mejora de la calidad de las revistas académicas de la UOC. Este plan concluirá el año 2021, coincidiendo con el 10.º aniversario de la publicación.

Enlace para suscribirse a la revista [aquí](#).

Uoo

---

**Barcelona**  
**Ciutat de Mèxic**  
**Madrid**  
**Palma de Mallorca**  
**Sevilla**  
**València**

**Seu central**  
Av. del Tibidabo, 39-43  
08035 Barcelona  
(+34) 932 532 300

Totes les seus a  
**seus.uoc.edu**

---

**uoc.edu**

 **@UOCuniversitat**  
 **@UOCrespon**

 **UOC**  
 **UOC.universitat**



**Universitat Oberta  
de Catalunya**

---