



# UOC

---

## Memoria 2020-2021

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)**

Avda. 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 de la Comunicación

# 02

## **El equipo** 06

- Cifras 06
- Equipo académico 07
- Mánager 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
- Mejora e innovación docente 18
- Trabajos finales premiados 20
- Prácticas profesionales 24

# 04

## **Investigación e innovación** 26

- Líneas de investigación 28
- Grupos de I+i y cátedras 29
- Lista de proyectos 34
- Lista de producciones científicas 36
- Actividades en congresos y jornadas 48
- Revista académica 51
- Estudios de doctorado 52

# 05

## **Difusión** 53

- Cifras 49
- Los Estudios en los medios 54
- Canales digitales 56
- Actos de los Estudios 58
- Revista propia 61



---

# 1. Presentación



**El bienio  
2020-2021  
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

---

A lo largo del bienio 2020-2021 se ha continuado llevando a cabo la transformación estratégica de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, consolidando tanto la evolución de la estructura organizativa interna como el desarrollo de las titulaciones oficiales y las iniciativas de formación continua. El trabajo en estas dos dimensiones, con la incorporación de nuevo talento en profesorado y gestión, nos ha permitido avanzar en la consolidación de un mapa docente en los Estudios. Este aspira a ofrecer formación en todas las áreas consolidadas y emergentes de la comunicación y al fortalecimiento de nuevas áreas de conocimiento. También aspira a mirar y encarar con optimismo los nuevos retos de futuro y a desempeñar un papel relevante en la transferencia del conocimiento a la sociedad. Más que nunca en los Estudios tenemos muy presente nuestra misión, que es la de generar conocimiento innovador en los ámbitos de la información y de la comunicación y devolverlo a la sociedad de todo el mundo a través de 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 realiza 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.

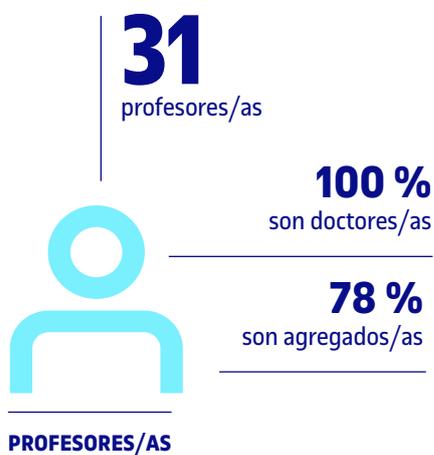
Debemos celebrar el trabajo bien hecho y los éxitos logrados en el bienio 2020-2021, tanto de manera colectiva por el conjunto de los Estudios como individualmente por cada uno de los profesionales que formamos parte de ellos. Pero no solo celebramos. También renovamos nuestro compromiso, esperando un bienio 2022-2023 lleno de retos organizativos, tecnológicos y sociales que nos motiven y que guíen nuestros pasos.

Tal y como hemos hecho hasta ahora, en los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC apostaremos por la excelencia docente, por la mejora de la calidad de los programas ya consolidados, con un impulso constante de la innovación, la investigación y la transferencia. En el bienio que se nos presenta, el equipo de los Estudios trabajará 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. Equipo

## Cifras



# Equipo académico



**Daniel  
Aranda Juárez**



**Ana Isabel  
Bernal Triviño**



**Víctor  
Cavaller Reyes**



**Judith  
Clares Gavilán**



**Anna Maria  
Clua Infante**



**Amalia  
Creus**



**María del Carmen  
Cruz Gil**



**Marc  
Compte Pujol**



**Elisenda  
Estanyol Casals**



**Núria  
Ferran Ferrer**



**Mireia  
Fernández-  
Ardèvol**



**Efraín  
Foglia Romero**



**Montserrat  
García Alsina**



**Jennifer  
García Carrizo**



**Ferran Lalueza  
Bosch**



**Pablo  
Lara Navarra**



**Alexandre  
López Borrull**



**Francisco Lupiáñez  
Villanueva**



**Silvia Martínez  
Martínez**



**Sandra Martorell  
Fernández**



**Lluç Massaguer  
Busqueta**



**Mireia  
Montaña Blasco**



**Candela  
Ollé Castellà**



**Lluís  
Pastor Pérez**



**Cristina  
Pujol Ozonas**



**Antoni  
Roig Telo**



**Andrea  
Rosales Climent**



**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**



**Roger  
Tomás Secall**



**Carla Moreno  
Esparrach**



**Irene  
Lozano Hodas**



**Laura  
Prats Ferrer**



**Diana  
Grau Felipe**

---

## Administradora de estudios



**Núria  
Busquets Pérez**

## Equipo de investigación en formación y de apoyo



**Alkim Erol**  
Estudiante de doctorado



**Pedro María Fernández de Castro**  
Estudiante de doctorado



**Núria Font**  
Investigadora de apoyo



**Susana López**  
Investigadora de apoyo

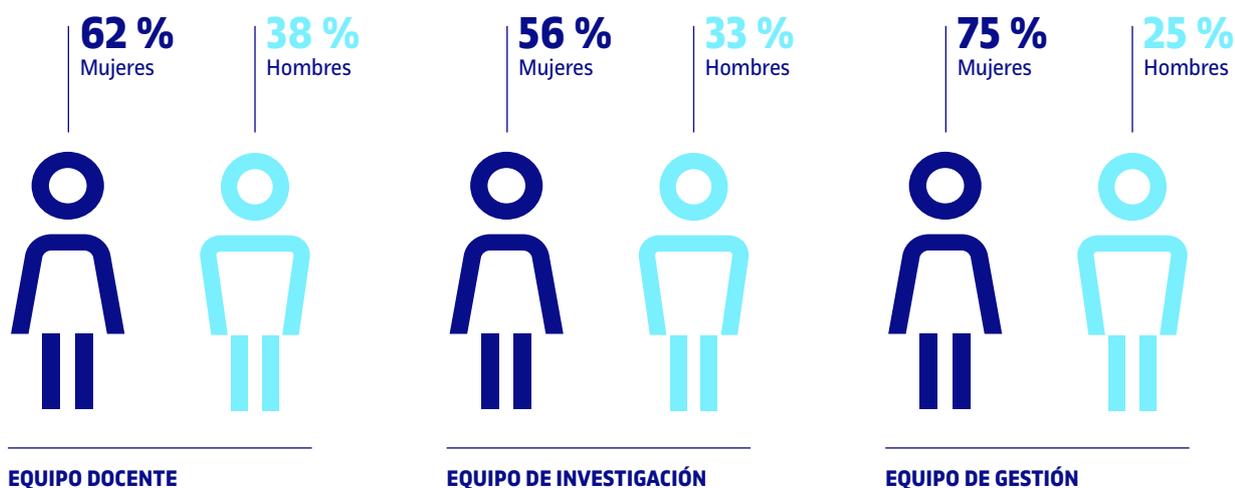


**Adam Server**  
Investigador de apoyo



**Ludovic Terren**  
Estudiante de doctorado

## El equipo de los ECIC por género



---

# 3. Docencia

---



## Compromiso con la innovación y la excelencia docente

**AMALIA CREUS**  
SUBDIRECTORA DE DOCENCIA

En el bienio 2020-2021 los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación mantuvimos y fortalecimos el compromiso con la excelencia docente y la formación a lo largo de la vida. Este compromiso se refleja en una oferta formativa que da respuesta a las necesidades de una sociedad en transformación y un entorno profesional en el que las competencias de información, comunicativas, creativas y digitales adquieren cada vez más protagonismo. En este ámbito destacamos la implementación en 2020 del nuevo máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca, que enriquece y completa nuestro portafolio de titulaciones oficiales en el ámbito profesional del diseño.

También queremos poner de relieve la gran diversidad de proyectos e iniciativas de innovación y mejora docente que se llevaron a cabo en los Estudios, con el fin de contribuir a la formación de una ciudadanía responsable y a la construcción de una economía y una sociedad más equitativa, inclusiva y sostenible. Un hito importante en este sentido es la incorporación de la competencia transversal de compromiso ético y global en todas nuestras titulaciones oficiales. Esta competencia nos ha permitido poner el foco en la perspectiva de género, mediante iniciativas como la elaboración del Toolkit de género o la coorganización de un taller sobre comunicación y violencia machista dirigido a estudiantes y al equipo docente de los Estudios. En esta misma línea, destacamos también la ampliación del proyecto de prácticas virtuales, que permite a nuestro estudiantado realizar prácticas curriculares en un entorno de trabajo virtual, implicándose en la comunicación de iniciativas y proyectos sociales.

Otro foco relevante de trabajo durante el bienio 2020-2021 es la reflexión sobre los procesos de evaluación, en un momento clave en que nuestra universidad consolida la implementación de pruebas finales 100 % en línea. Esta reflexión, transversal y continuada, tuvo como hito destacado la organización de una jornada-taller sobre evaluación formativa impulsada por los Estudios en coordinación con el eLinC, donde pudimos debatir y aportar soluciones compartidas a retos emergentes vinculados a la virtualización de los procesos de evaluación.

Estos son solo algunos ejemplos de las numerosas iniciativas y proyectos que recoge esta memoria en el ámbito de la docencia, y que evidencian el compromiso de todo el equipo de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación con la innovación y la excelencia docente.

# Cifras

## Programas formativos



**16** programas formativos  
oficiales y propios

## El estudiantado

### Evolución de las matriculaciones en programas de grados y másteres universitarios

**6.722**

estudiantes en los periodos 2017-2018,  
2018-2019, 2019-2020, 2020-2021 y  
2021-2022

■ Total de estudiantes  
■ Estudiantes nuevos

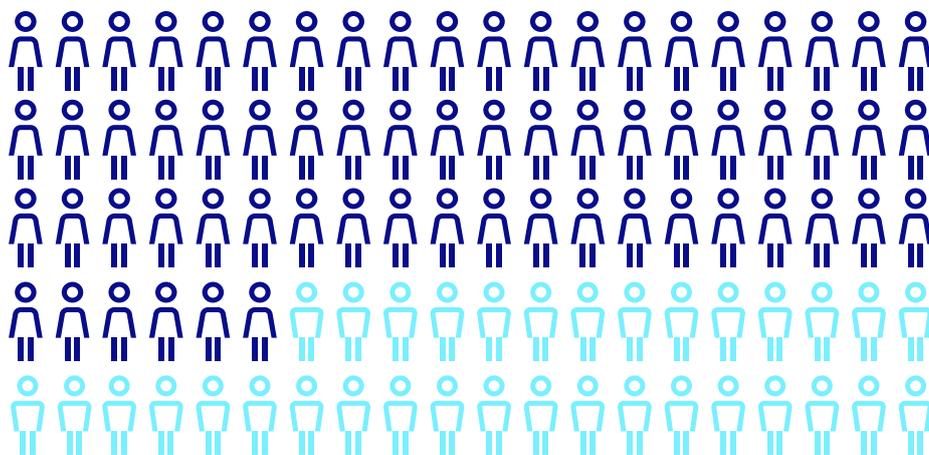


## Género del alumnado

(datos correspondientes al curso académico 2020-2021)

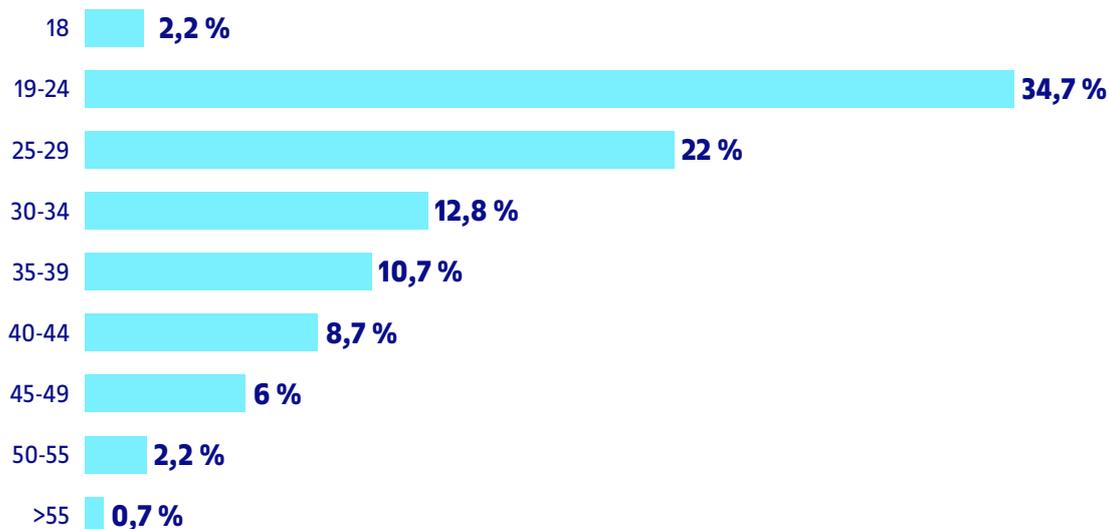
 **66,1 %**  
Mujeres

 **33,9 %**  
Hombres



## Franjas de edad del alumnado

(datos recogidos en el curso académico 2020-2021)



## Procedencia del alumnado de los ECIC

(datos correspondientes al curso académico 2020-2021)



Estudiantes procedentes de

**47**

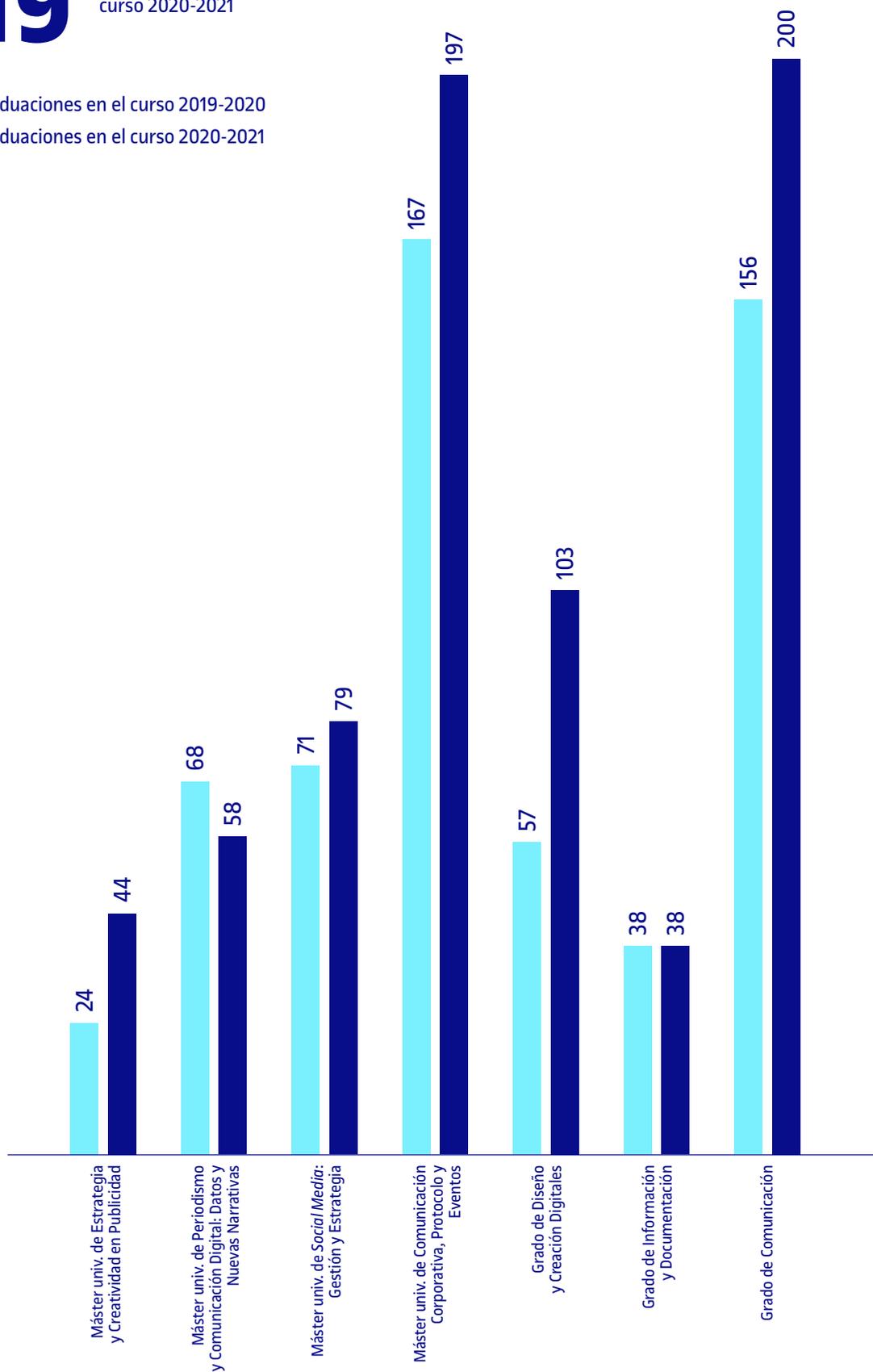
países

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

# 719

Graduadas y graduados en el  
curso 2020-2021

■ Graduaciones en el curso 2019-2020  
■ Graduaciones en el curso 2020-2021

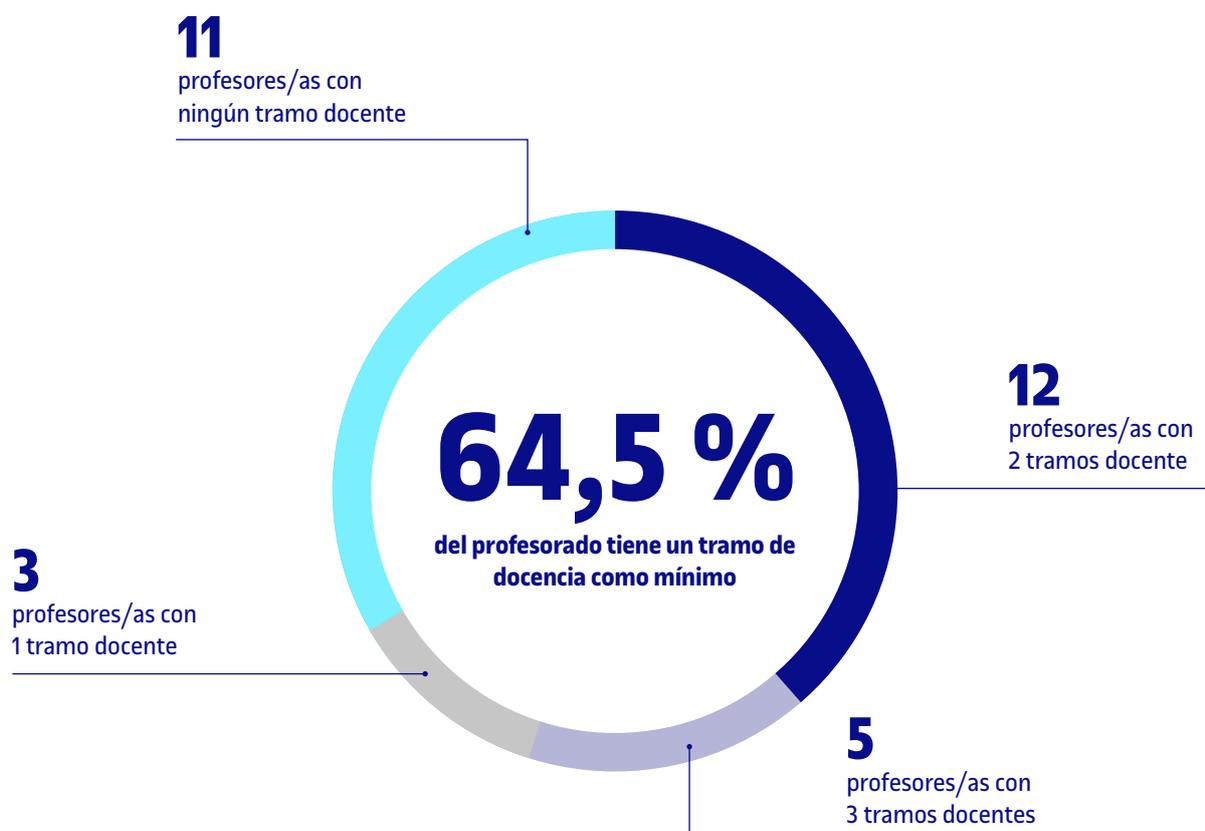


## El equipo docente



### Méritos en docencia

(datos recogidos en el inicio del curso académico 2020-2021)



---

# 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 formando 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 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.

---

### Información y Documentación

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, así como 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), responsable de contenidos (content curator)**, repositorios documentales, **SEO y analítica web, diseño centrado en el usuario**, y muchos más. Los estudiantes del *grado de Información y Documentación* se convierten 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 en línea 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 realizar 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, a 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 (big data)** 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**, puesto 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** (*community management*), la **curación de contenidos** (*content curation*), 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.

---

## **Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca**

El máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca se propone formar profesionales e investigadores del ámbito del diseño, focalizados en la **creación, desarrollo y comunicación de la marca** y de la identidad corporativa.

Esta titulación forma especialistas en el **proceso de creación de una marca**, desde el concepto inicial pasando por el  *naming*, su representación gráfica y las diferentes aplicaciones. Permite al alumnado abordar con una **visión global y estratégica** un proyecto de construcción de marca (etapas, agentes y recursos implicados), entendiendo el **diseño gráfico** como una herramienta para transmitir los valores estratégicos para las marcas y que tenga en cuenta las problemáticas sociales y las tendencias del mercado.

---

## **Máster propio**

---

### **Cine Fantástico y Ficción Contemporánea**

El máster de Cine Fantástico y Ficción Contemporánea (UOC, Sitges Festival Internacional de Cinema Fantástico de Cataluña) forma profesionales capaces de conocer en profundidad las claves del género fantástico, descubrir las posibilidades existentes para la **innovación en el cine contemporáneo** y 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 Fantástico de Cataluña permite 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](#)
- [Desarrollo y Comercialización de Proyectos de Cine Fantástico y Ficción Contemporánea \(UOC, Sitges Festival Internacional de Cinema Fantástico de Catalunya\)](#)
- [Implantación de Proyectos de Gestión de Documentos Electrónicos \(EDRMS\)](#)

## Especializaciones

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

## PDP

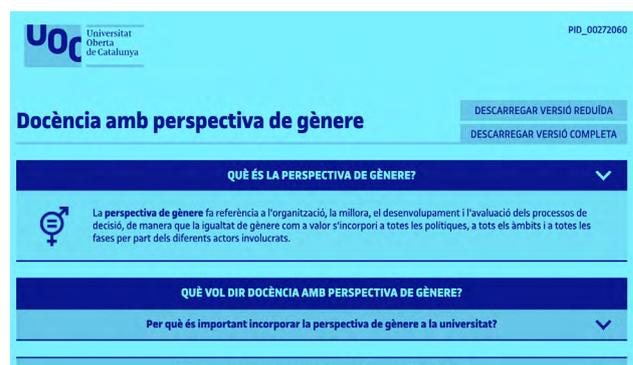
- PDP: Reputación digital para empresas
- PDP: Estrategia en *social media*

## Mejora e innovación docente

### Docencia con perspectiva de género



**Elaboración del Toolkit de género.** Es una compilación de recursos para la comunicación con perspectiva de género que se incorporó como material de aprendizaje a todas las asignaturas de grado y máster.



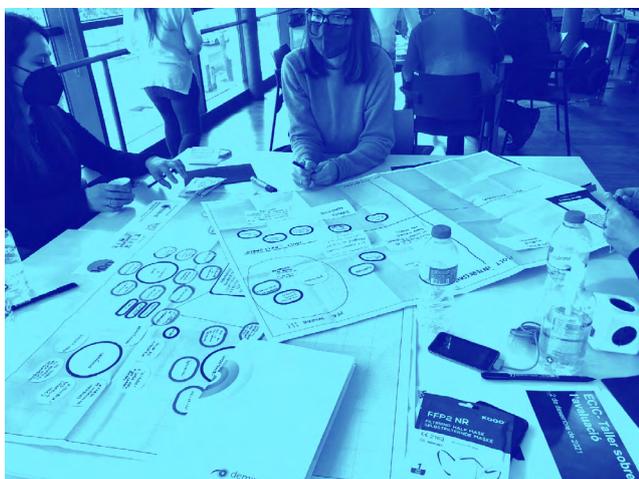
**Formación de todo el profesorado propio** de los Estudios sobre la competencia de compromiso ético y global.

**Taller sobre comunicación y violencia machista** dirigido a estudiantes y personal docente de los Estudios, coorganizado con el Instituto Catalán de las Mujeres (ICD) y el Consejo de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

## Taller docente: Retos de la evaluación

Alineados con el proceso de cambio que se impulsa en el ámbito institucional alrededor de la virtualización de la evaluación, en diciembre de 2022 organizamos el taller Retos de la evaluación. En este taller, que se celebró presencialmente en el espacio Can Jaumandreu con todo el equipo de los Estudios (académico y de gestión), reflexionamos acerca de ocho retos:

1. ¿Cómo evaluar la competencia de compromiso ético y global?
2. ¿Cómo podemos asegurar la validación de la autoría y la identidad durante la evaluación continua y la evaluación final?
3. ¿Cómo podemos evaluar procesos y/o productos creativos?
4. ¿Cómo podemos diseñar las asignaturas para fomentar la retroacción dialógica?
5. ¿Cómo podemos potenciar una experiencia de aprendizaje amable y próxima en el marco de una relación de evaluación asíncrona?
6. ¿Cómo podemos flexibilizar la evaluación continua para adaptarnos a los diferentes ritmos de aprendizaje?
7. ¿Cómo podemos diseñar la evaluación para incluir procesos en que las estudiantes son también parte activa de su propia evaluación y la de sus compañeras?
8. ¿Cómo podemos diseñar nuevos formatos de pruebas finales en un contexto 100 % en línea?



---

# Trabajos finales premiados

---

---

## Grado de Comunicación

---

### Año 2020

- **1.º premio:** Anna Cepeda Molero. El pes de la comunicació dels polítics en la decisió de vot dels ciutadans.
- **2.º premio:** Mireia Clapés González. El viatge de l'heroi. Anàlisi estructural del guió i de la sèrie Mr. Robot
- **3.º premio:** Olga García Marín. BANKSY ¿una marca o una estrategia de Branding?

---

### Año 2021

- **1.º premio:** Marlena Cuenca Aliaga. Uso de Twitch en la información y comunicación política. Estudio de los casos de Alexandria Ocasio-Cortez y Emilio Doménech
- **2.º premio:** Ariadna Silva Fernández. O intruso (El intruso). Dirección, producción y plan de distribución de un cortometraje documental autobiográfico
- **3.º premio:** Jaime González Gómez. Publicidad para la ciudadanía: un nuevo compromiso. Ampliación de funciones, sostenibilidad y gestión pública en los soportes de publicidad exterior

---

## Grado de Diseño y Creación Digitales

---

### Año 2020

- **1.º premio:** Ana Belén Chillerón Gómez. Zeo Pay: Una nueva experiencia de compra inteligente
- **2.º premio:** Francesc Macià Mó. COMUNICA, una solució per a la comunicació de les aules de la UOC
- **3.º premio:** Jonás Pérez. ABC BOX: Mindfulness out of the box a través del diseño editorial

---

### Año 2021

- **1.º premio:** Laura Llerda Sala. Sunya!
- **2.º premio:** Judit Costa Pinadella. Della Studio
- **3.º premio:** Manel Puig Palmer. La postal fotogràfica com a reflex de la transformació social i urbana del municipi

---

## Grado de Información y Documentación

---

### Año 2020

- **1.º premio:** Anna Pérez García. Projecte previ de desenvolupament d'una plataforma de gestió en l'Àrea d'Educació del Zoo de Barcelona
- **2.º premio:** Núria Campos Eito. Clasificación y recuperación de contenidos en páginas de verificadores
- **3.º premio:** Mariona Noè Colomer. CULTURA ENTRE REIXES. Guia pràctica per a dinamitzar un club de lectura a la Biblioteca del Centre Penitenciari Quatre Camins

---

### Año 2021

- **1.º premio:** María de los Reyes González Báez. El profesional de la información en las actividades de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva de las empresas de servicios TIC de Canarias
- **2.º premio:** Sergi Guardiola Martínez. Ús de fonts d'informació digital i estratègies de cerca utilitzades pels estudiants universitaris menors de 25 anys en un escenari de docència exclusivament on-line
- **3.º premio:** Jordi Muñiz Roca. Blockchain: la solució actual vers el vídeo hipertrucat

---

## Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

---

### Año 2020

- **1.º premio:** Marta Cabot Navarro. Pla de comunicació del CIRD: Centre d'Informació i Recursos per a les Dones i servei d'atenció a la diversitat sexual i de gènere de l'Ajuntament de Mataró
- **2.º premio:** Antonio Vázquez Pérez. Plan de Comunicación Interna: Una propuesta para el Centro del Profesorado de Alcalá de Guadaíra
- **3.º premio:** Xènia Ruiz Cebrià. Pla de comunicació per l'empresa **Eureka-kids: Un referent en el sector de les joguines educatives i sostenibles.**

---

### Año 2021

- **1.º premio:** Elena Pardinás Duró. Últimas tendencias de la comunicación interna en el ámbito corporativo. Análisis de la XI edición de los Premios del Observatorio de Comunicación Interna
- **2.º premio:** Sonia De Luis. La llegada de las mujeres al poder: ¿Un nuevo estilo de comunicación política?
- **3.º premio:** Isabel María Gallego López. Técnicas, servicios y herramientas que mejoran la experiencia en los eventos híbridos/virtuales post-Covid-19. Pautas para organizadores de eventos corporativos

---

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

---

### Año 2020

- **1.º premio:** Mar Ferragut. SIN MASCARILLAS contra la depresión
- **2.º premio:** Tania González. El periodismo de datos, la discapacidad y el género en la prensa deportiva. Análisis de las informaciones deportivas de los medios Marca, As y Mundo Deportivo
- **3.º premio:** M.ª Auxiliadora Rodríguez. Creación de un medio de comunicación digital dirigido a la ciudad de Sevilla

---

### Año 2021

- **1.º premio:** Alba Cobos Medina. Representación de la salud mental en los medios de comunicación. Un análisis de la evolución de la información sobre salud mental en El País y El Mundo (años 2011 y 2019)
- **2.º premio:** Cristina Chacón Moratalla. Mujeres esenciales: las mascarillas violetas que frenaron la pandemia en la Comunitat Valenciana
- **3.º premio:** Khadija Ftah Ftah. Estrategia de Marketing de Contenidos Inclusiva: accesibilidad de las campañas de Marketing para personas con discapacidades sensoriales

---

## Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

---

### Año 2020

- **1.º premio:** Miquel Moyà Pericàs. Percepció sobre la representació del cos femení a Instagram en dones joves i adolescents

---

### Año 2021

- **1.º premio:** Carlos Tavera Alonso. Cámaras de eco de la ultraderecha en España: VOX y su ecosistema digital en Youtube
- **2.º premio:** Irune Cruchaga Donazar. Sharenting. De la exposición a la sobreexposición de menores de edad en Instagram
- **3.º premio:** Estefanía Soledad Sarzosa Rivera. Análisis de contenidos en redes sociales para la prensa digital de la zona 5-Ecuador

---

## Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

---

### Año 2020

- **1.º premio:** Maider Amondarain. Plan estratégico de comunicación para la startup Egan
- **2.º premio:** Gemma Llopis. PLANTA'T: La #REVOLUCIÓNSILVESTRE una campaña de publicitat conscient per a una cooperativa conscient
- **3.º premio:** Damián Martín. Publicidad y estereotipos de género en el siglo XXI. El caso de la marca AXE

---

### Año 2021

- **1.º premio:** Ana Cristina Valarezo Luzuriaga. Branded Content en el contexto universitario de Ecuador: claves para su implementación como estrategia creativa
- **2.º premio:** Ángela Gámez Gómez. Influencias e intertextualidades del arte pictórico y otros ámbitos artísticos en la obra fotográfica de Annie Leibovitz
- **3.º premio:** Eduardo Gómez Rodríguez. Manual de Publicidad Ética no a nivel legal, sino moral. Una demanda actual y real

---

## Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca

---

### Año 2021

- **1.º premio:** Vanessa Nicole Marquina Alvis. STUDIO: la agencia de branding especulativo del 2090
- **2.º premio:** Cristina Angulo González. Diseño de la identidad corporativa gráfica y los elementos visuales de un parque acuático inclusivo para personas con visibilidad reducida
- **3.º premio:** Xiomara Yanque. Rebranding de la Universidad Nacional Diego Quispe Tito del Cusco

# 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 los cursos académicos 2020-2021 y 2021-2022, más de 300 estudiantes han sido acogidos en empresas para completar su formación con prácticas profesionales.

**148**

**estudiantes de grado**  
han cursado prácticas  
profesionales



**333**

**estudiantes**  
han cursado prácticas  
profesionales

**185**

**estudiantes de máster**  
han cursado prácticas  
profesionales

## Prácticas entre estudiantes de grado

Estudiantes del <b>grado de Comunicación</b>	<b>122</b>
Estudiantes del <b>grado de Información y Documentación</b>	<b>5</b>
Estudiantes del <b>grado de Diseño y Creación Digitales</b>	<b>21</b>

## Prácticas entre estudiantes de máster

Estudiantes del <b>máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos</b>	<b>101</b>
Estudiantes del <b>máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia</b>	<b>24</b>
Estudiantes del <b>máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas</b>	<b>41</b>
Estudiantes del <b>máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad</b>	<b>19</b>

## Prácticas profesionales virtuales

Los ECIC han sido pioneros en la implantación de prácticas virtuales. Desde el año 2012, nuestro estudiantado tiene la posibilidad de realizar las prácticas curriculares de diferentes programas oficiales en un entorno de trabajo virtual que reproduce la dinámica de una agencia de comunicación real (La Agencia), desarrollando proyectos comunicativos encargados por entidades sin ánimo de lucro de manera totalmente altruista. Los estudiantes que realizan las prácticas en la agencia trabajan a partir de casos y clientes reales, experimentando dinámicas y circunstancias propias de un contexto profesional, como el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la organización del tiempo por objetivos. El espacio de trabajo que comparten los estudiantes y los docentes implicados en este proyecto es un entorno 2.0 diseñado y desarrollado por la UOC que integra diferentes herramientas de gestión y comunicación que facilitan y potencian la colaboración en línea y los procesos cocreativos. Desde su creación La Agencia ha acogido a más de 250 estudiantes en prácticas y ha atendido a más de 60 entidades del tercer sector.

### Ejemplos de proyectos desarrollados

Rubikids

Aprenent x Educar

Technovation Girls Catalonia

### Entidades atendidas por La Agencia en 2020 y 2021

Aethnic

Ayudar Jugando

Esplai Blanquerna

Tertúlies de Criança

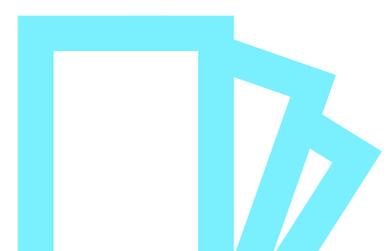
Transpirenaica Social i Solidària

Technovation Girls Catalonia

Ouseburn Farm

Fundación Oncolliga

Asociación Aprenent x Educar



---

# 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, basándose 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:

- Encaje efectivo con la investigación. La optimización y el desarrollo sostenible del tiempo que el equipo de los ECIC dedica a la investigación.
- Retorno 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.



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

### Plan estratégico de investigación 2018-2021

#### 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

##### Encaje 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 trimestral de la actividad de I+i 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

##### Retorno 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+i de los Estudios.

**Objetivo B.1** Visibilizar la actividad de I+i 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.

#### Reto D

##### Investigación con perspectiva de género

Promocionar la perspectiva de género en la investigación.

##### Estrategia 5

Formar y promocionar en perspectiva de género.

**Objetivo D.1** Formar al personal investigador para incorporar la perspectiva de género en la investigación.

**Objetivo D.2** Promocionar los Trabajos finales relacionados con el género.

**Objetivo D.3** Detectar y visibilizar materiales que sensibilicen sobre perspectiva de género en emprendimiento.

#### 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



---

# 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 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 arraigado 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 nuestra atención situamos 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

Reconocido como grupo de investigación consolidado (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 uso generalizado de internet. Entre las múltiples 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 a la cocreación de conocimientos.

---

## NODES



Nodes es un grupo de investigación de la Universitat Oberta de Catalunya que investiga retos sociales contemporáneos desde una perspectiva transdisciplinaria, integrando tres focos de interés principales: la comunicación, la educación y el urbanismo. Investigamos desde una aproximación crítica, considerando la relación intrínseca entre ontología, epistemología, metodología y ética, diseñando proyectos de investigación que tienen como elemento central la participación y la cocreación con las personas.

---

## 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: comunicación y publicidad, e individuo y 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 influyen la comunicación y la publicidad 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, ciencias políticas, 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, transmisión y 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 la utilización del capital social en las organizaciones. KIMO está acreditado como grupo de investigación consolidado por la AGAUR.

---

## **Open Evidence Research Group**



### **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, realizan investigaciones en cuatro áreas específicas: salud, educación, gobernabilidad y ciudadanía, y economía del comportamiento.

El grupo, certificado como grupo de investigación consolidado por la Generalitat de Catalunya, también cuenta con una serie derivada, también denominada Open Evidence.

---

## Adaptabit (UB)



Adaptabit es un grupo de innovación docente consolidado GIN-DOC-UB/141, cuyo objetivo principal es la accesibilidad digital en docencia, investigación e innovación docente. El grupo está compuesto por investigadores de diferentes ámbitos, como biblioteconomía y documentación, historia del derecho, matemática aplicada y análisis. Esta interdisciplinariedad del grupo hace posible la sinergia con otros agentes y aporta una visión global a la investigación también dentro de la propia universidad. Así pues, establece colaboraciones con la Universidad de Barcelona, con los servicios generales (SAE, CRAI e ICE) y está conectado con otros grupos (INDOMAIN) y organismos (comisión UNIDISCAT).

---

## Learning, Media & Social Interactions (UB)



Learning, Media & Social Interactions es un grupo de investigación consolidado, interuniversitario, y reconocido por la Generalitat de Cataluña (2017 SGR379), especializado en educación, comunicación audiovisual y acción social.

---

## Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea (UB)



El grupo de investigación Arte y Ciudad es un grupo UCM consolidado cuyos objetivos generales apuntan al desarrollo de estudios de carácter transversal sobre el papel del arte, la comunicación y la arquitectura en la configuración de la ciudad contemporánea.

---

## Media Discourse Centre (DMU, UK)



El Media Discourse Centre (MDC), reconocido por su fuerte foco en la dimensión global de los eventos públicos, la cultura y la política, se dedica al análisis crítico del orden social contemporáneo.

Los miembros de su personal interdisciplinario se dedican a una gran variedad de proyectos, desde el estudio de la "marca nacional" de China hasta el análisis de la música electrónica de baile.

Otros ámbitos de interés actuales son la crisis independentista catalana, los movimientos de protesta, las culturas de vigilancia y el estado "profundo", el ascenso de la extrema derecha, la resistencia a la austeridad en el sur de Europa, la raza y el poscolonialismo y el periodismo de investigación.

---

## CCD: Cultura y Contenidos Digitales (SGR 2017-422) (UB)



Centre de Recerca en Informació,  
Comunicació i Cultura  
UNIVERSITAT DE BARCELONA

CCD es un grupo consolidado con financiación, que también forma parte del Centro de Investigación en Información, Comunicación y Cultura (CRICC) de la Universidad de Barcelona.

Las líneas del grupo, que tiene como antecedente el grupo i-VIU: Grupo de estudios métricos sobre el valor y el uso de la información, se centran en la investigación del acceso abierto a la ciencia; la preservación digital; la organización y recuperación de información; los estudios métricos sobre el valor y uso de la información y los mercados y dimensión económica de los contenidos digitales culturales.

# Lista de proyectos

Título del proyecto	Investigador/a principal	Importe financiado	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Investigadores participantes	Grupo de investigación
<b>Modelo de enseñanza-aprendizaje tecnohumanista a través del proceso de diseño para potenciar las habilidades blandas a profesionales para las demandas laborales del futuro. Candidata: Marina Ojan</b>	Pablo Lara Navarra	33960	01/09/2021	31/08/2024	Lara Navarra, Pablo	GAME
<b>MOBILITY LAB ANOIA</b>	Pablo Lara Navarra; Jordi Serra-Ruiz	257741,65	01/05/2021	31/12/2022	Lara Navarra, Pablo; Serra-Ruiz, Jordi; Arnedo Moreno, Joan; Fitó Bertran, Àngels; Martínez Martínez, Silvia; Martorell Fernández, Sandra; Megías Jiménez, David; Prieto Blázquez, Josep; Roig Telo, Antoni; Sánchez Navarro, Jordi; Sanz Martos, Sandra; Serradell López, Enric	GAME; KISON
<b>EUROPEAN MEDIA PLATFORMS: ASSESSING POSITIVE AND NEGATIVE EXTERNALITIES FOR EUROPEAN CULTURE</b>	Francisco Lupiáñez Villanueva	235775	01/03/2021	28/02/2024	Lupiáñez Villanueva, Francisco; López Forés, Laura	OpenEvidence
<b>Safer Cities for Girls in Belgium &amp; Spain</b>	Candela Ollé Castellà	10300	30/01/2020	31/10/2021	Ollé Castellà, Candela; Mohammadi, Leila; Martínez Martínez, Silvia	GAME
<b>Digital Youth Work</b>	Daniel Aranda Juárez	48400	01/01/2019	30/09/2022	Fernández de Castro Sanabria, Pedro María; Aranda Juárez, Daniel; Bretones Peregrina, Eva; Clares Gavilán, Judith; Estanyol Casals, Elisenda; Lara Navarra, Pablo; Martínez Martínez, Silvia; Moyano Mangas, Segundo; Sanz Martos, Sandra; Solé Blanch, Jordi; Farne, Alessandra; Erol, Alkim; Montaña Blasco, Mireia	GAME

<b>Título del proyecto</b>	<b>Investigador/a principal</b>	<b>Importe financiado</b>	<b>Fecha de inicio</b>	<b>Fecha de finalización</b>	<b>Investigadores participantes</b>	<b>Grupo de investigación</b>
<b>Culturas narrativas: storytelling digital, acción social y creación de públicos</b>	Antoni Roig Telo; Jordi Sánchez Navarro	36300	01/01/2019	31/12/2021	Roig Telo, Antoni; Sánchez Navarro, Jordi; Ardèvol Piera, Elisenda; Creus Quinteros, Amalia Susana; Martorell Fernández, Sandra; San Cornelio Esquerdo, Gemma; Sivera Bello, Sílvia; Tomasena Glennie, José Miguel; Sora Domenjó, Carles; Herrera Ferrer, Raquel; Leibovitz Libedinsky, Talia; Erol, Alkim; Hofman Matusevich, Vanina Yael; Lanzeni, Debora; Bogdanov Ivanov, Rosen; Mazzeo, Arianna; Pires de Sá, Fernanda	MEDIACCIONS
<b>Technical Offer</b>	Francisco Lupiáñez Villanueva	17400	10/12/2018	09/04/2020	Lupiáñez Villanueva, Francisco	OpenEvidence
<b>School Break</b>	Jordi Sánchez Navarro, Daniel Aranda	37253	31/12/2018	31/8/2021	Sánchez Navarro, Jordi; Roig Telo, Antoni; Martorell Fernández, Sandra; Sivera Bello, Sílvia; Aranda Juárez, Daniel	GAME
<b>Conveni de col·laboració entre la FUOC i l'empresa COSTAISA, SA</b>	Francisco Lupiáñez Villanueva	0	04/10/2018	03/10/2021	Lupiáñez Villanueva, Francisco	OpenEvidence
<b>Una propuesta de herramienta para el análisis y la planificación estratégica de innovación basada en el estudio de macro-tendencias y en metodologías de diseño</b>	Pablo Lara Navarra	33960	13/09/2018	12/09/2022	Lara Navarra, Pablo; Manetti, Alessandro	GAME
<b>Estudi i anàlisi dels factors clau d'èxit d'emprenedoria en estadis 'early stage'</b>	Pablo Lara Navarra	33960	01/10/2018	30/09/2021	Lara Navarra, Pablo; Font Cot, Francesc	GAME
<b>Estudi de la gamificació i dels beneficis d'un Serious Game per e-Health</b>	Daniel Aranda Juárez	33960	13/09/2018	12/09/2021	Aranda Juárez, Daniel; Bonet Papell, Carles	GAME
<b>Reinventing Democracy in Europe: Youth Doing Politics in Times of Increasing Inequalities</b>	Anna Maria Clua Infante	262896,84	01/02/2017	31/1/2020	Clua Infante, Anna Maria; Ferran Ferrer, Núria; Moré López, Joaquim; Peña López, Ismael	E-INFCOM
<b>Ciencia abierta en España: un enfoque global para evaluar su implementación</b>	Ernest Abadal Falgueras	0	01/01/2019	31/12/2021	Abadal Falgueras, Ernest; KIMO López Borrull, Alexandre; Ollé Castellà, Candela	

---

# Lista de producciones científicas

---

## 2021

---

**Abadal Falgueras, Ernest; Ollé Castellà, Candela; López Borrull, Alexandre**

Biblioteconomía y Documentación en España: balance de 40 años de estudios universitarios  
*El Profesional de la Información*, 2021, vol. 30, núm. 2, pp. 1-20

---

**Alcaraz Martínez, Rubén; Massaguer Busqueta, Lluç**

¿Qué papel juega el diseño gráfico en la accesibilidad web?  
*Grafica*, 2021, vol. 9, núm. 18, pp. 95-104

---

**Ardèvol Piera, Elisenda; Martorell Fernández, Sandra; San Cornelio Esquerdo, Gemma**

El mito en las narrativas visuales del activismo medioambiental en Instagram  
*Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 2021, vol. 29, núm. 68, pp. 1-11

---

**Barreiro, M. Soliña; Clares Gavilán, Judith**

Public policies and strategies to foster access to films in a minority language. Catalonia and film subtitling 2015-2017  
*International Journal of Cultural Policy*, 2021, vol. 27, núm. 3, pp. 282-297

---

**Bogliacino, Francesco; Codagnone, Cristiano; Montealegre, Felipe; Folkvord, Frans; Gómez Cangrejo, Camilo Ernesto; Charris, Rafael; Liva, Giovanni; Lupiáñez Villanueva, Francisco; Veltri, Giuseppe Alessandro**

Negative shocks predict change in cognitive function and preferences: assessing the negative affect and stress hypothesis  
*Scientific Reports*, 2021, vol. 11, núm. 1, pp. 1-10

---

**Cavaller i Reyes, Víctor**

Dimensional Taxonomy of Data Visualization: A Proposal From Communication Sciences Tackling Complexity

*Frontiers in Research Metrics and Analytics*, 2021, vol. 6, pp. 1-22

---

**Cavaller i Reyes, Víctor**

Foreword

*Cyber Security Auditing, Assurance, and Awareness Through CSAM and CATRAM.*

Editorial: IGI Global , 2021, pp. 7-8

---

**Clua Infante, Ana Maria**

Las alcaldesas de Robadors. Resistencia, compromiso y voz de las trabajadoras sexuales del Raval de Barcelona

*Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 2021, vol. 25, núm. 2, pp. 37-56

---

**Clua Infante, Anna Maria; López León, Susana; Ferran Ferrer, Núria**

Knocking on the public sphere door: Does online political participation make a difference for young people in Spain?

*Youth and Politics in Times of Increasing Inequalities.*

Editorial: Springer Nature, 2021, pp. 183-206

---

**Codagnone, Cristiano; Bogliacino, Francesco; Gómez Cangrejo, Camilo Ernesto; Folkvord, Frans; Liva, Giovanni; Charris, Rafael; Montealegre, Felipe; Lupiáñez Villanueva, Francisco; Veltri, Giuseppe Alessandro**

Restarting "Normal" Life after Covid-19 and the Lockdown: Evidence from Spain, the United Kingdom, and Italy

*Social Indicators Research*, 2021, vol. 158, núm. 1, pp. 241-265

---

**Conesa Caralt, Jordi; Batalla Busquets, Josep M.; Cruz Gil, María del Carmen; Garcia Alsina, Montserrat; Gómez Zúñiga, Benigna; Martínez Argüelles, M.ª Jesús; Monjo Palau, Tona; Mor Pera, Enric**

A Vision About Lifelong Learning and Its Barriers

*International Journal of Grid and Utility Computing*, 2021, pp. -

---

**Febrer, Núria; Folkvord, Frans; Lupiáñez Villanueva, Francisco**

Cost-Effectiveness Assessment of Internet of Things in Smart Cities

*Frontiers in Digital Health*, 2021, vol. 3, pp. 1-11

---

---

**Fernández de Castro Sanabria, Pedro María; Aranda Juárez, Daniel; Moyano Mangas, Segundo; Sampetro Blanco, Víctor**

Digital youth work: a systematic review with a proposal

*Social Work Education*, 2021, pp. -

---

**Fischer, Björn; Östlund, Britt; Dalmer, Nicole K.; Rosales Climent, Andrea; Peine, Alexander; Loos, Eugène; Neven, Louis; Marshall, Barbara**

Co-Design as Learning: The Differences of Learning When Involving Older People in Digitalization in Four Countries

---

**Font Cot, Francesc; Lara Navarra, Pablo; Serradell López, Enric**

An Integrative Framework for Startups at Early Stage: Promoting Evidence-Based Design and Evaluation in Early Stage Startups

*Research and Innovation Forum 2020 : Disruptive Technologies in Times of Change.*

Editorial: Springer Nature, 2021, pp. 445-458

---

**González Campos, José Saúl; Arnedo Moreno, Joan; Sánchez Navarro, Jordi**

GTcards: A Video Game for Learning Geometric Transformations: A cards-based video game for learning geometric transformations in higher education

*TEEM'21: Ninth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'21).*

Editorial: Association for Computing Machinery, 2021, pp. 205-209

---

**Gallego, Alba; Gaeta, Eugenio; Karinsalo, Anni; Ollikainen, Ville; Koskela, Pekka; Peschke, Lutz; Folkvord, Frans; Kaldoudi, Eleni; Jämsä, Timo J.; Lupiáñez Villanueva, Francisco; Pecchia, Leandro; Fico, Giuseppe**

Human Computer Interaction Challenges in Designing Pandemic Trace Application for the Effective Knowledge Transfer Between Science and Society Inside the Quadruple Helix Collaboration

*Lecture Notes in Computer Science*, 2021, vol. 12763, pp. 390-401

---

**Jiménez Morales, Mònika; Montaña Blasco, Mireia**

Presence and strategic use of the Mediterranean Diet in food marketing: Analysis and association of nutritional values and advertising claims from 2011 to 2020

*NFS Journal*, 2021, vol. 24, pp. 1-6

---

**López Borrull, Alexandre**

¿Es la ciencia abierta una respuesta válida para la lucha contra la desinformación científica?

*Anuario ThinkEPI*, 2021, vol. 15, pp. 1-7

---

---

**López Borrull, Alexandre; Váñez Letrado, Mari; Ollé Castellà, Candela; Pérez-Montoro Gutiérrez, Mario**

Publisher Transparency among Communications and Library and Information Science Journals: Analysis and Recommendations

*Publications*, 2021, vol. 9, núm. 4, pp. 1-12

---

**Manetti, Alessandro; Ferrer Sapena, Antonia; Sánchez Pérez, Enrique A.; Lara Navarra, Pablo**

Design Trend Forecasting by Combining Conceptual Analysis and Semantic Projections: New Tools for Open Innovation

*Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2021, vol. 7, núm. 1, pp. 1-26

---

**Martínez Corcuera, Raúl; Fernández Rovira, Cristina; Compte Pujol, Marc**

L'ús del llenguatge bèl·lic en el futbol. Els casos del clàssic Barça-Madrid i del derbi Espanyol-Barça en sis emissores

*Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 2021, vol. 38, núm. 2, pp. 9-28

---

**Martorell Fernández, Sandra; Roig Telo, Antoni**

El relato de actualidad contado desde la parodia en Twitter. El caso de @coronavirus19

*Digital Media. El papel de las redes sociales en el ecosistema educacional en tiempos de Covid-19.*

Editorial: McGraw-Hill, 2021, pp. 471-486

---

**Massaguer Busqueta, Lluç; Alcaraz Martínez, Rubén; Ribera Turró, Mireia; Salse Rovira, Marina; Satorras Fioretti, Rosa Maria**

La educación post-Covid y el alumnado con discapacidad o con necesidades específicas de apoyo educativo: marco normativo y experiencias

*Revista de Educación y Derecho = Education and Law Review*, 2021, núm. 1 Extraordinario, pp. 484-513

---

**Massot Mesquida, Mireia; Folkvord, Frans; Seda, Gemma; Lupiáñez Villanueva, Francisco; Torán Monserrat, Pere**

Cost-utility analysis of a consensus and evidence-based medication review to optimize and potentially reduce psychotropic drug prescription in institutionalized dementia patients

---

**Megías Jiménez, David; Kuribayashi, Minoru; Rosales Climent, Andrea; Mazurczyk, Wojciech**

DISSIMILAR: Towards fake news detection using information hiding, signal processing and machine learning

*ARES 2021: The 16th International Conference on Availability, Reliability and Security.*

Editorial: Association for Computing Machinery, 2021, pp. 1-9

---

---

**Minguillón Alfonso, Julià; Meneses Naranjo, Julio; Aibar Puentes, Eduard; Ferran Ferrer, Núria; Fàbregues Feijóo, Sergi**

[Exploring the gender gap in the Spanish Wikipedia: Differences in engagement and editing practices](#)

*PLoS ONE*, 2021, vol. 16, núm. 2, pp. 1-21

*BMC Geriatrics*, 2021, vol. 21, núm. 1, pp. 1-12

---

**Mohammadi, Leila; Martínez Martínez, Silvia; Aranda Juárez, Daniel**

[You Have a New Super Power: Ethics of Oocyte Cryopreservation](#)

*Infertility and Assisted Reproduction*.

Editorial: InTech. Open Access Publisher, 2021, pp. 111-126

---

**Montaña Blasco, Mireia**

[Breakfast Food Advertisements in Mediterranean Countries: Products' Sugar Content in the Adverts from 2015 to 2019](#)

*Children*, 2021, vol. 8, núm. 1, pp. 1-8

---

**Montaña Blasco, Mireia; Jiménez Morales, Mònika**

[Breakfast Food Advertising and Prevention of Obesity: Analysis of the Nutritional Value of the Products and Discursive Strategies Used in the Breakfast Ads from 2015 to 2019](#)

*Nutrients*, 2021, vol. 13, núm. 1, pp. 1-9

---

**Neira Borrajo, Elena; Clares Gavilán, Judith; Sánchez Navarro, Jordi**

[Nuevas dimensiones de audiencia en las plataformas de streaming: la segunda vida de La casa de papel en Netflix como estudio de caso](#)

*El Profesional de la Información*, 2021, vol. 30, núm. 1, pp. 1-18

---

**Ortoll Espinet, Eva; Cobarsí Morales, Josep; Canals Parera, Agustí; Connaway, Lynn**

[Information behavior in an online university](#)

*Future Directions in Digital Information: Predictions, Practice, Participation*.

Editorial: ELSEVIER, 2021, pp. 127-144

---

**Piera Jiménez, Jordi; Etzelmueller, Anne; Kolovos, Spyros; Folkvord, Frans; Lupiáñez Villanueva, Francisco**

[Guided internet-based cognitive behavioral therapy for depression: Implementation cost-effectiveness study](#)

*Journal of Medical Internet Research*, 2021, vol. 23, núm. 5, pp. 1-13

---

---

**Roig Telo, Antoni; Clares Gavilán, Judith; Sánchez Navarro, Jordi**

Largometrajes originales de ficción de Netflix: un análisis de las estrategias de estreno

*Communication & Society*, 2021, vol. 34, núm. 2, pp. 125-139

---

**Roig Telo, Antoni; Hofman Matusevich, Vanina Yael; Pires de Sá, Fernanda**

Cazadores de Historias: un caso de implementación de storytelling en el aula como herramienta para incentivar la creatividad colectiva

*Icono 14: Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 2021, vol. 19, núm. 2, pp. 235-260

*Societies*, 2021, vol. 11, núm. 2, pp. 1-16

---

**Roig Telo, Antoni; Martorell Fernández, Sandra**

A fictional character in a real pandemic: humanization of the Covid-19 virus as a parody account on Twitter

*Information, Communication and Society*, 2021, vol. 24, núm. 6, pp. 886-902

---

**Rosales Climent, Andrea; Blanche Tarragó, Daniel**

Explicit and Implicit Intergenerational Digital Literacy Dynamics: How Families Contribute to Overcome the Digital Divide of Grandmothers

*Journal of Intergenerational Relationships*, 2021, pp. 1-19

---

**Sabillon, Regner; Serra-Ruiz, Jordi; Cavaller i Reyes, Víctor; Cano, Jeimy J.**

An Effective Cybersecurity Training Model to Support an Organizational Awareness Program: The Cybersecurity Awareness TRaining Model (CATRAM). A Case Study in Canada

*Research Anthology on Artificial Intelligence Applications in Security*.

Editorial: IGI Global, 2021, pp. 174-188

---

**San Cornelio Esquerdo, Gemma**

La imagen como narrativa en redes sociales: retos y propuestas para la investigación en Instagram  
*Cultura digital, nuevas mediaciones sociales e identidades culturales*.

Editorial: Comunicación Social Ediciones (CS), 2021, pp. 23-52

---

**San Cornelio Esquerdo, Gemma**

Bad mothers, good mothers and profesional mothers: a study on narratives on maternity in Spanish Instagram spaces

*Observatorio (OBS\*)*, 2021, vol. 15, núm. 2, pp. 120-138

---

**San Cornelio Esquerdo, Gemma; Ardèvol Piera, Elisenda; Martorell Fernández, Sandra**

Estilo de vida, activismo y consumo en influencers medioambientales en Instagram

*Obra Digital: journal of communication and technology*, 2021, núm. 21, pp. 131-148

---

---

**Salse Rovira, Marina; Alcaraz Martínez, Rubén; Costa Cuberta, Mercè; Massaguer Busqueta, Lluç; Ribera Turró, Mireia; Satorras Fioretti, Rosa Maria**

Coronavirus, necessitats especials i món digital a la Universitat de Barcelona

*Revista del Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació (CIDUI)*, 2021, núm. 5, pp. 1-15

---

**San Cornelio Esquerdo, Gemma; Martorell Fernández, Sandra; Ardèvol Piera, Elisenda**

Imaginarios sociales ante la crisis climática: análisis de los eco-influencers en Instagram

*IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, 2021, vol. 18, pp. 197-224

---

**Theben, Alexandra; Aranda Juárez, Daniel; Lupiáñez Villanueva, Francisco; Peña López, Ismael; Porcu, Federica**

Participación y ciudadanía activa de los jóvenes a través de Internet y las redes sociales. Un estudio

internacional. / Participació i ciutadania activa dels joves a través d'Internet i les xarxes socials. Un estudi internacional

*BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 2021, núm. 46, pp. -

---

## 2020

---

**Anastasiadou, Dimitra Tatiana; Folkvord, Frans; Brugnera, Agostino; Cañas Vinader, Laura; Serrano Troncoso, Eduardo; Carretero Jardí, Cristina; Linares Bertolin, Raquel; Muñoz Rodríguez, Rudiger; Martínez Nuñez, Beatriz; Graell, Montserrat; Torralbas-Ortega, Jordi; Torrent-Solà, Lidia; Puntí-Vidal, Joaquim; Carrera Ferrer, Maria; Muñoz Domenjó, Andrea; Díaz Marsá, Marina; Gunnard, Katarina; Cusidó, Jordi; Arcal Cunillera, Jordina; Lupiáñez Villanueva, Francisco**

An mHealth intervention for the treatment of patients with an eating disorder: A multicenter randomized controlled trial

*International Journal of Eating Disorders*, 2020, vol. 53, núm. 7, pp. 1120-1131

---

**Aranda Juárez, Daniel; Sánchez Navarro, Jordi ; Martínez Martínez, Silvia; Navarro Remesal, Víctor; Lalueza Bosch, Ferran; Creus Quinteros, Amalia Susana; Estanyol Casals, Elisenda; Montaña Blasco, Mireia; Sanz Martos, Sandra; Meneses Naranjo, Julio; Planells de la Maza, Antonio José; Clares Gavilán, Judith**

Ludoliteracy: Videojuegos, competencia digital y aprendizajes

Editorial: Universitat Oberta de Catalunya, 2020, pp. 208

---

**Aranda Juárez, Daniel; Sánchez Navarro, Jordi; Mohammadi, Leila**

Perception and self-assessment of digital skills and gaming among youth: A dataset from Spain

*Data in Brief*, 2020, vol. 28, pp. 1-6

---

---

**Bernal Triviño, Ana; Sanz Martos, Sandra**

Las Periodistas Paramos in Spain: Professional, feminist Internet activism

*European Journal of Communication*, 2020, vol. 35, núm. 4, pp. 325-338

---

**Bernal Triviño, Ana**

Habits and Feelings Regarding COVID-19 News Coverage During Lockdown in Spain

*Trípodos*, 2020, núm. 49, pp. 169-183

---

**Cavaller i Reyes, Víctor**

Multidimensional assessment of knowledge transfer in higher education: the Sextuple Helix Model for science and society progress and the KT Quality Index

*Proceedings of the 17th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organisational Learning. ICICKM 2020.*

Editorial: Academic Conferences International Limited, 2020, pp. 109-119

---

**Cavaller i Reyes, Víctor; García Ruiz, Ricardo; Martín García, Anahí**

Knowledge transfer process visualization: dealing with complexity

*Proceedings of the 17th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organisational Learning. ICICKM 2020.*

Editorial: Academic Conferences International Limited, 2020, pp. 120-131

---

**Clares Gavilán, Judith; Roig Telo, Antoni; Sánchez Navarro, Jordi; Neira Borrajo, Elena**

El Papel del VOD en la distribución audiovisual post COVID-19. La estrategia de Disney como estudio de caso

*La narrativa audiovisual. Del concepto a la alfabetización mediática.*

Editorial: Editorial Fragua, 2020, pp. 49-61

---

**Creus Quinteros, Amalia Susana; Clares Gavilán, Judith; Sánchez Navarro, Jordi**

What's your game? Passion and precariousness in the digital game industry from a gameworker's perspective

*Creative Industries Journal*, 2020, vol. 13, núm. 3, pp. 196-213

---

**Codagnone, Cristiano; Bogliacino, Francesco; Gómez Cangrejo, Camilo Ernesto; Charris, Rafael; Montealegre, Felipe; Liva, Giovanni; Lupiáñez Villanueva, Francisco; Folkvord, Frans; Veltri, Giuseppe Alessandro**

Assessing concerns for the economic consequence of the COVID-19 response and mental health problems associated with economic vulnerability and negative economic shock in Italy, Spain, and the United Kingdom

*PLoS ONE*, 2020, vol. 15, núm. 10, pp. 1-16

---

---

**Conesa Caralt, Jordi; Batalla Busquets, Josep M.; Bañeres Besora, David; Carrion Ribas, Carme; Conejero Arto, Israel; Cruz Gil, María del Carmen; Garcia Alsina, Montserrat; Gómez Zúñiga, Benigna; Martínez Argüelles, M.ª Jesús; Mas García, Xavier; Monjo Palau, Tona; Mor Pera, Enric**  
Towards an Educational Model for Lifelong Learning  
*Lecture Notes in Networks and Systems*, 2020, vol. 96, pp. 537-546

---

**Dellatola, Eirini; Daradoumis Haralabus, Atanasi; Dimitriadis, Yannis**  
Exploring students' engagement within a collaborative inquiry-based language learning activity in a blended environment  
*Emerging Technologies and Pedagogies in the Curriculum*.  
Editorial: Springer, 2020, pp. 355-375

---

**Estanyol Casals, Elisenda**  
Comunicación de la responsabilidad social corporativa (RSC): análisis de las campañas más premiadas en 2018  
*El Profesional de la Información*, 2020, vol. 29, núm. 3, pp. 1-13

---

**Folkvord, Frans; Veltri, Giuseppe Alessandro; Lupiáñez Villanueva, Francisco; Tornese, Pietro; Codagnone, Cristiano; Gaskell, George**  
The effects of ecolabels on environmentally- and health-friendly cars: an online survey and two experimental studies  
*International Journal of Life Cycle Assessment*, 2020, vol. 25, núm. 5, pp. 883-899

---

**Jiménez Morales, Mònika; de Lenne, Orpha; Montaña Blasco, Mireia; Vandenbosch, Laura**  
Body Image in Advertising Messages: The Influence of Television Advertising on the Construction of Children's Body Image  
*Innovation in Advertising and Branding Communication*.  
Editorial: Routledge, 2020, pp. 103-116

---

**Jiménez Morales, Mònika; Montaña Blasco, Mireia; Medina Bravo, Pilar**  
Uso infantil de dispositivos móviles: Influencia del nivel socioeducativo materno  
*Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 2020, vol. 28, núm. 64, pp. 21-28

---

**Lara Navarra, Pablo; Falciani, Hervé; Sánchez Pérez, Enrique A.; Ferrer Sapena, Antonia**  
Information management in healthcare and environment: Towards an automatic system for fake news detection  
*International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020, vol. 17, núm. 3, pp. 1-12

---

---

**López Borrull, Alexandre**

Fake news e infodemia científica durante la Covid-19, ¿dos caras de la misma crisis informacional?  
*Anuario ThinkEPI*, 2020, vol. 14, pp. 1-8

---

**López Borrull, Alexandre; Ollé Castellà, Candela; Garcia Grimau, Francesc; Abadal Falgueras, Ernest**

Plan S y ecosistema de revistas españolas de ciencias sociales hacia el acceso abierto: amenazas y oportunidades  
*El Profesional de la Información*, 2020, vol. 29, núm. 2, pp. 1-12

---

**López Borrull, Alexandre; Ollé Castellà, Candela**

Curación de contenidos científicos en tiempos de fake science y Covid-19: una aproximación entre las ciencias de la información y la comunicación  
*Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*.  
Editorial: Ediciones Profesionales de la Información SL, 2020, pp. 281-289

---

**Lupiáñez Villanueva, Francisco; Folkvord, Frans; Vanden Abeele, Mariek**

Influence of the Business Revenue, Recommendation, and Provider Models on Mobile Health App Adoption: Three-Country Experimental Vignette Study  
*JMIR mHealth and uHealth*, 2020, vol. 8, núm. 6, pp. 1-13

---

**Montaña Blasco, Mireia; Jiménez Morales, Mònika**

Soft Drinks and Sugar-Sweetened Beverages Advertising in Spain: Correlation between Nutritional Values and Advertising Discursive Strategies  
*International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020, vol. 17, núm. 7, pp. 1-12

---

**Montaña Blasco, Mireia; Ollé Castellà, Candela; Lavilla Raso, Montse**

Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España  
*Revista Latina de Comunicación Social*, 2020, núm. 78, pp. 155-167

---

**Morgenstern, Elinir Carmen; Foglia Romero, Efrain; Witkoski, Silvana Silva Reiter; Hermes, Leticia; Morgenstern Zamberlan, Helena**

Las fronteras entre diseño de moda y tecnología: Posibilidades para una producción sostenible  
*Mix Sustentável*, 2020, vol. 6, núm. 4, pp. 145-158

---

**Neira Borrajo, Elena; Clares Gavilán, Judith; Sánchez Navarro, Jordi**

Impacto de los servicios over-the-top en la generación de comunidades de gustos y nichos globales: Netflix como estudio de caso  
*Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 2020, vol. 37, núm. 2, pp. 93-111

---

**Piera Jiménez, Jordi; Winters, Marjolein; Broers, Eva; Valero Bover, Damià; Habibovic, Mariela; Widdershoven, Jos W.M.G.; Folkvord, Frans; Lupiáñez Villanueva, Francisco**

Changing the Health Behavior of Patients With Cardiovascular Disease Through an Electronic Health Intervention in Three Different Countries: Cost-Effectiveness Study in the Do Cardiac Health: Advanced New Generation Ecosystem (Do CHANGE) 2 Randomized Cont  
*Journal of Medical Internet Research*, 2020, vol. 22, núm. 7, pp. 1-18

---

**Piera Jiménez, Jordi; Daugbjerg, Signe; Stafylas, Panagiotis; Meyer, Ingo; Müller, Sonja; Lewis, Leo; Col, Paolo da; Folkvord, Frans; Lupiáñez Villanueva, Francisco**

BeyondSilos, a Telehealth-Enhanced Integrated Care Model in the Domiciliary Setting for Older Patients: Observational Prospective Cohort Study for Effectiveness and Cost-Effectiveness Assessments  
*JMIR Medical Informatics*, 2020, vol. 8, núm. 10, pp. 1-16

---

**Pires de Sá, Fernanda; Roig Telo, Antoni**

All aboard?! Co-viewing with and within connected platforms in the Eurovision Song Contest  
*Observatorio (OBS\*)*, 2020, vol. 14, núm. 4, pp. 78-97

---

**Roig Telo, Antoni; Clares Gavilán, Judith**

They follow: experiments in formal distribution of contemporary horror films

*Melted Reality. New Proposals from the Fantastic Aesthetics.*

Editorial: Asociación de Desarrollo y Difusión del Género Fantástico, 2020, pp. 75-93

---

**Roig Telo, Antoni; Clares Gavilán, Judith**

They follow: experiments in formal distribution of contemporary horror films

*Melted Reality. New Proposals from the Fantastic Aesthetics.*

Editorial: Asociación de Desarrollo y Difusión del Género Fantástico, 2020, pp. 75-93

---

**Roig Telo, Antoni; Martorell Fernández, Sandra**

I am the virus: Digital storytelling and fictional Twitter accounts in the Coronavirus crisis in Spain

*AoIR Selected Papers of Internet Research*, 2020, vol. 2020, pp. 1-4

---

**Terren, Ludovic; Clua Infante, Anna Maria; Ferran Ferrer, Núria**

Falling on Deaf Ears? An Analysis of Youth Political Claims in the European Mainstream Press

*American Behavioral Scientist*, 2020, vol. 64, núm. 5, pp. 608-619

---

**Sala, Ángel; Sánchez Navarro, Jordi**

La sombra de Caligari es alargada. Una selección de títulos para explorar un siglo de caligarisimo

*Sombras de Caligari. Cien años de cruces y diálogos como lo primero grande clásico del fantástico.*

Editorial: Editorial Hermenaute, 2020, pp. 209-220

---

---

**Sala, Ángel; Sánchez Navarro, Jordi**

Sombras de Caligari. Cien años de cruces y diálogos con el primer gran clásico del fantástico

Editorial: Editorial Hermeneute, 2020, pp.

---

**Sánchez Navarro, Jordi**

"¡Todos pensáis que estoy loco!". Huellas del relato delirante de El gabinete del doctor Caligari en el cine posterior

*Sombras de Caligari. Cien años de cruces y diálogos con el primer gran clásico del fantástico.*

---

**Sánchez Navarro, Jordi**

Un mundo de pesadilla. Escenarios y paisajes caligaristas más allá de Caligari

*Sombras de Caligari. Cien años de cruces y diálogos con el primer gran clásico del fantástico.*

Editorial: Editorial Hermeneute, 2020, pp. 99-120

---

**Sánchez Navarro, Jordi**

La imaginación tangible. Una historia esencial del cine de animación

Editorial: Editorial UOC, 2020, pp. 230

---

**San Cornelio Esquerdo, Gemma; Roig Telo, Antoni**

Mixed methods on Instagram research: Methodological challenges in data analysis and visualization

*Convergence - The Journal of Research into New Media Technologies*, 2020, vol. 26, núm. 5-6, pp. 1125-1143

---

**Sanz Martos, Sandra**

Comunidades de práctica para la nueva normalidad

*Anuario ThinkEPI*, 2020, vol. 14, pp. 1-4

---

**Zaborras, Rosa; Rey Martín, Carina; Ollé Castellà, Candela**

Análisis del comportamiento informacional de los estudiantes posgraduados de la Facultad de Educación de la Universidad de Barcelona

*Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 2020, vol. 34, núm. 2, pp. 167-186

---

# Actividades en congresos y jornadas

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>Conference : Youth Doing Politics in Times of Increasing Inequalities</u></b>	22/01/2020	Bruselas
<b><u>Petons a Robadors</u></b>	24/01/2020	Pati Llimona (Barcelona)
<b><u>Narrativas del siglo XXI: más formas de contar historias</u></b>	27/02/2020	Madrid
<b><u>Jornada RACO: Qualitat i visibilitat de les revistes científiques</u></b>	13/03/2020	Institut d'Estudis Catalans (IEC), Barcelona
<b><u>V Congreso de Comunicación y Pensamiento</u></b>	01/04/2020	Virtual
<b><u>16.ª Jornadas Catalanas de Información y Documentación</u></b>	14/05/2020	Barcelona
<b><u>CRECS 2020</u></b>	21/05/2020	León
<b><u>VII Congreso Internacional AE-IC</u></b>	07/06/2020	Valencia
<b><u>XVII Jornada de Investigación de la Universidad de La Salo Bajío, León, Gto México</u></b>	25/06/2020	Virtual
<b><u>CIDUI2020</u></b>	01/07/2020	L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona
<b><u>VII Congreso Internacional de la AE-IC</u></b>	07/07/2020	Valencia
<b><u>IAMCR - Online 2020</u></b>	12/07/2020	En línea

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>Congreso Universitario Internacional sobre contenidos, investigación, innovación y docencia (CUICIID 2020)</u></b>	07/10/2020	Virtual
<b><u>ICICKM</u></b>	15/10/2020	Toronto
<b><u>CINCOMA · Cincoma: Primer Congreso Internacional en Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales</u></b>	21/10/2020	Virtual
<b><u>Coloquios IUSEN de buenas prácticas de investigación: Revistas depredadoras: ¿qué son y cuál es la verdadera amenaza para la ciencia que representan?</u></b>	11/11/2020	Virtual
<b><u>Nit Europea de la Recerca a Catalunya</u></b>	27/11/2020	En línea
<b><u>XII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social</u></b>	02/12/2020	En línea
<b><u>ICIRKM 2021: 15. International Conference on Information Retrieval and Knowledge Management</u></b>	12/04/2021	Digital
<b><u>VI Congreso Comunicación y Pensamiento "La revolución de los prosumers: Youtubers e instagramers"</u></b>	28/04/2021	Virtual
<b><u>Congreso internacional SEP</u></b>	27/05/2021	Sevilla
<b><u>Segunda sesión de la RCIB 2021: Experiencias en la RCIB para informar las decisiones en salud durante la pandemia de la covid-19</u></b>	26/05/2021	Virtual
<b><u>CRECS. Conferencia internacional sobre revistas científicas</u></b>	25/05/2021	Virtual
<b><u>XI Congreso CIDUI 2020+1 Más allá de las competencias: nuevos retos en la sociedad digital</u></b>	30/05/2021	La Farga L'Hospitalet Centro de Actividades
<b><u>Seminario Maredata 2021</u></b>	04/06/2021	Virtual
<b><u>C de C 2021</u></b>	17/06/2021	San Sebastián
<b><u>Las jornadas sobre ciencia abierta: reflexiones desde la edición académica y universitaria</u></b>	17/06/2021	En línea. A través de Facebook en: @AsociacionEULAC @UnelLibros
<b><u>XV Congreso Internacional de Investigación Relaciones Públicas: "Comunicar en la Economía y en la Sociedad de la Confianza"</u></b>	30/06/2021	Pontevedra
<b><u>ECREA 2021</u></b>	06/09/2021	En línea

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>XVIII Foro Internacional sobre Evaluación de la Calidad de la Investigación y la Educación Superior (FECIES)</u></b>	28/09/2021	Virtual
<b><u>MAC</u></b>	29/09/2021	Granollers
<b><u>EUPRERA 2021 Annual Congress</u></b>	07/10/2021	Pamplona
<b><u>Congreso Mediaflows 2021</u></b>	27/10/2021	Valencia-virtual
<b><u>IV Jornadas Científicas de Comunicación Estratégica y Organizacional de AEIC</u></b>	28/10/2021	Málaga
<b><u>Small Cinemas Conference 2021</u></b>	28/10/2021	Santiago de Compostela
<b><u>VIII Congreso Internacional de Metodologías en Investigación de la Comunicación. COIME 2021</u></b>	02/11/2021	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN. Avda. Complutense Madrid, España
<b><u>14th annual International Conference of Education, Research and Innovation</u></b>	08/11/2021	En línea
<b><u>XIII Congreso Internacional de Ciberperiodismo</u></b>	15/11/2021	Bilbao
<b><u>9.º Encuentro BID, Enseñanza y Diseño</u></b>	22/11/2021	Matadero Madrid (presencial / en línea)
<b><u>Seminario internacional "Cultura e Rivitalizzazione urbana. Città, periferia, territori creativi"</u></b>	22/11/2021	Universidad de Roma La Sapienza
<b><u>VIII Congreso Internacional CIUDADES CREATIVAS</u></b>	01/12/2021	ESNE Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología Madrid

---

## ***BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació***

Revista científica especializada en información y documentación. Creada en 1998 en la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Barcelona. En 2013 los ECIC empiezan a coeditar las publicaciones. Recientemente se ha incorporado un nuevo eje temático de la revista: la comunicación.

BiD posee un sistema de publicación avanzado con dos números anuales y se organiza en monográficos temáticos, aunque también publica contenidos en otros formatos. Está presente en Scopus, tiene sello de calidad de las revistas científicas españolas de la FECYT (2021) y cuenta con el BlokdeBiD que, publica los miércoles reseñas de actualidad, hechas por expertos y expertas en el ámbito de la información.

En el periodo 2020-2021 se publicaron los números [44](#), [45](#), [46](#) y [47](#), con las siguientes temáticas: Mujeres y memoria: luchando contra el olvido y la invisibilidad; Nuevas tendencias en la educación en medios; Más allá de las fake news. Anatomía de la desinformación; Creación colaborativa de conocimiento compartido.

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

Proponemos ampliar la información con:

**Editores:** Miquel Térmens y **Jordi Sánchez Navarro**

**Dirección:** Núria Ferran y **Candela Ollé**

**Coordinación del monográfico:** Núria Ferran y [Enric Senabre](#)

**Edición científica:** Jordi Ardanuy y **Alexandre López-Borrull**

**Consejo de redacción:** Lluís Agustí, Jordi Ardanuy, Llorenç Arguimbau, Alexandre López-Borrull, Remedios Melero, Rafael Pedraza, Mario Pérez-Montoro, Remei Perpinyà, Fernanda Peset, Josep-Manuel Rodríguez-Gairín, Concepción Rodríguez Parada, Anna Rubió, Pedro Rueda Ramírez, Jesús Tramullas, Aurora Vall y Mercè Vázquez

**Edición:** **Sandra Sanz**, Aurora Vall, Mari Vállez y **Mercè Vázquez**

---

## 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 siguientes tres programas de doctorado de la UOC:

---

### **Programa de doctorado de Sociedad, Tecnología y Cultura**

El programa de doctorado de Sociedad, Tecnología y Cultura (STC) proporciona herramientas para analizar las relaciones complejas entre tecnología y sociedad, comprender y contribuir a mejorar los retos clave que definen a las sociedades contemporáneas. Es un doctorado multidisciplinario a caballo entre las ciencias sociales y las humanidades. Entre otros aspectos, pero no únicamente, se interesa por las desigualdades crecientes, las diversas formas de discriminación, la sostenibilidad, la innovación social y económica, la movilización ciudadana y las tensiones centro versus periferia en contextos culturales cada vez más digitalizados. La tecnología se aproxima como mediadora de los procesos sociales y culturales, y entendiendo que desempeña un papel preponderante en la (re)distribución de poder.

---

### **Programa de doctorado de 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 eLearning Innovation 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.

---

### **Programa de doctorado de 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 dichos fenómenos desde una óptica interdisciplinaria e internacional, sobre la que se constituyen los diferentes grupos de investigación.

---

# 5. Difusión

---

## Cifras

---

### Impacto en medios



**936** núm. de informaciones en 2020

**963** núm. de informaciones en 2021



**209.000.000** impactos en audiencia en 2020

**159.054.269** impactos en audiencia en 2021

---

### Jornadas y eventos

**21**

otros eventos

**33**

actos organizados  
por los ECIC

**9**

jornadas

**3**

mesas redondas

---

## Los Estudios en los medios

En 2019 los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación ocupan la segunda posición en audiencia del conjunto de los estudios de la universidad. Se han emitido **783 informaciones** con **170.64.337 millones de impactos en audiencia, un aumento del 490 % respecto a 2018.**

---

## Los expertos con más visibilidad

En el marco del **ranquin 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 clasificación. Estos son:



---

### Ana Isabel Bernal Triviño

Periodismo y género, violencia mediática, retos virales.

**7.ª posición (2020)**

**2.ª posición (2021)**



---

### Ferran Lalueza Bosch

Redes sociales, Snapchat, nuevos consumos.

**10.ª posición (2020)**

**8.ª posición (2021)**



---

### Profesores colaboradores destacados: Elena Neira

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

**14.ª posición (2020)**

**2.ª posición (2021)**

---

## Los temas propios más mediáticos (2021)

1. La generación muda: ¿por qué los 'millennials' no cogen el teléfono? (2.º tema más viral de 2021)
2. Los productos de desayuno de la publicidad infantil triplican la cantidad de azúcar de los anunciados para adultos (9.º tema más viral de 2021)
3. 'Binge-watching' infantil: ¿más adicción, menos capacidad de control? (4.º tema más viral de 2021)
4. Profesores de la UOC opinan sobre el efecto Rocío Carrasco
5. 5 razones por las que Instagram es tóxico para los adolescentes

---

## Medios I+i

---

### Top 3 de las noticias de investigación específica de los Estudios:

---

1. Los productos de desayuno de la publicidad infantil triplican la cantidad de azúcar de los anunciados para adultos
2. El 90 % de las jóvenes que sufren acoso callejero no reciben ayuda por parte de los testigos
3. El impacto del confinamiento empuja a los españoles a tomar peores decisiones



Ejemplo de impacto cualitativo de los Estudios:

**'Escapes rooms' en la escuela. "Telenotícies migdia", TV3.**

---

## The Conversation

---

### Top 3 de los artículos, en total suman **42.21 lecturas**:

---

1. Por qué Netflix se diferente para cada usuario  
(Antoni Roig)
2. La antorcha olímpica de la covid-19  
(Elisenda Estanyol)
3. De la televisión generalista a las plataformas: el viaje de 'La casa de papel'  
(Elena Neira, Jordi Sánchez y Judith Clarés)

---

# Canales digitales

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

---

## TodoComunica

El blog de los ECIC es una plataforma que reúne todos los contenidos creados y desarrollados dentro del conjunto de 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 especial 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, narrativa transmedia, plataformas multicanal, pódcast (motores de búsqueda de audio), nuevos formatos comunicativos breves: emojis, gifs, memes, microvideos, 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 (#Me-Too), narrativas interactivas, diseño con impacto social, industria del diseño, branding, innovación en comunicación corporativa.

**Cifras:** El blog Todo Comunica nace **en abril de 2019**. A continuación mostramos los datos del blog en 2020 y 2021:

**Cifras de 2020:**



**36.373**

sesiones

**44.111**

páginas vistas

**40.036**

pág. vistas únicas

**Cifras de 2021:**



**45.467**

sesiones

**56.908**

páginas vistas

**51.212**

pág. vistas únicas

---

## Web de los Estudios

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

**Cifras:**



**3.561**

usuarios (2020)

**11.379**

usuarios (2021)

# Boletín de información de los ECIC

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

Cifras de 2021:



**368**  
suscriptores

## Redes sociales

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

Facebook @UOCInfoCom:



**971**  
seguidores

**62**  
nuevos likes

Twitter @UOCInfoCom:



**5.399**  
seguidores

**715**  
seguidores ganados en 2021

Cifras de 2021

**3.389**  
retuits

**8906**  
likes

**3.889.500**  
impresiones

## Tuits con más impacto

UOC Estudios InfoCom @UOCInfoCom ¿Cuál es el primer virus que llegó a Europa? ¿Cómo ha evolucionado este porcentaje de Twitter en Twitter?	Impressions Total engagements Link clicks Detail expands Profile clicks Likes Retweets Hashtag clicks Replies	101.411 1.340 825 272 120 90 22 7 2
--	---	---

UOC Estudios InfoCom @UOCInfoCom Paseo sin salir a pie de la tracción de la COVID-19 y de la respuesta de @Coronavirus19	Impressions Total engagements Media engagements Detail expands Profile clicks Link clicks Likes Retweets Hashtag clicks Replies	2.45.891 2.370 860 910 190 190 89 35 10 1
---	--	--

UOC Estudios InfoCom @UOCInfoCom ¿A partir del análisis de perfil de @Coronavirus19, los investigadores concluyen que más allá del tema, la cuenta se aproximó su influencia para reducir las recomendaciones oficiales de prevención durante la pandemia?	Impressions Total engagements Detail expands Link clicks Likes Profile clicks Retweets Hashtag clicks Replies	126.936 1.073 416 340 170 90 27 12 8
---	---	--

# Actos de los Estudios

En el periodo 2020-2021, desde varias áreas de conocimiento de los ECIC, se han organizado más de cuarenta eventos.

## Mesas redondas

Título	Fecha	Lugar de celebración
<a href="#"><u>Debate coloquio sobre el impacto de la COVID-19 en la comunicación corporativa, el protocolo y la organización de eventos</u></a>	01/12/2020	En línea
<a href="#"><u>Medición actual de audiencias e impactos publicitarios en el medio digital</u></a>	03/03/2021	En línea
<a href="#"><u>Mesa redonda: la documentación audiovisual, hoy</u></a> (Junto con la UB)	12/05/2021	En línea

## Jornadas

Título	Fecha	Lugar de celebración
<a href="#"><u>¿Cómo informar y entretener durante la Covid-19?</u></a>	28/05/2020	En línea
<a href="#"><u>Los festivales de cine tras la crisis sanitaria: reflexiones y propuestas de futuro</u></a>	17/06/2020	En línea
<a href="#"><u>IV Jornada de Periodismo Móvil - MoJoBCN UOC-EFE</u></a>	02-05/11/2020	En línea
<a href="#"><u>III Jornada del Ciclo de Tendencias en Sociedad Digital. ¿Cómo será la sociedad del conocimiento en la postpandèmia? ¿Qué estamos aprendiendo?</u></a>	02/12/2010	En línea
<a href="#"><u>V Jornada de Periodismo Móvil - MoJoMAD UOC-EFE</u></a>	18/05/2021	En línea
<a href="#"><u>II BINGE TALKING UOC. El auge de la producción local en la era post-COVID</u></a>	21/06/2021	En línea
<a href="#"><u>En la rueda verde: diseño y sostenibilidad</u></a>	07/10/2021	Centro Cultural La Farinera del Clot
<a href="#"><u>Posibilidades profesionales y empleabilidad en un sector cambiante cómo es el social media</u></a>	14/12/2021	En línea
<a href="#"><u>Debate Coloquio sobre el papel de la da en la publicidad y la comunicación corporativa</u></a>	16/12/2021	En línea

---

## Otros eventos

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<a href="#"><u>¿De qué estamos hablando cuando hablamos de publicidad?</u></a>	26/02/2020	Palau Robert
<a href="#"><u>Branding: la gestión de marcas en la era UX</u></a>	03/03/2020	Sede UOC Madrid
<a href="#"><u>Los social media como fuente de recursos para la docencia</u></a>	18/05/2020	En línea
<a href="#"><u>La verificación en tiempos de desinformación: taller de herramientas para el fact-checking</u></a>	21/05/2020	En línea
<a href="#"><u>Cómo presentar una actividad, escrita o audiovisual, en línea</u></a>	27/05/2020	En línea
<a href="#"><u>Propuestas creativas para inspirar nuevas dinámicas en las aulas virtuales</u></a>	05/06/2020	En línea
<a href="#"><u>*"Comunicación y violencia machista" - Taller de aplicación práctica</u></a>	11/06/2020	En línea
<a href="#"><u>*Tercera edición del taller "Informar sobre violencia machista"</u></a>	18/06/2020	En línea
<a href="#"><u>Entrega del II Premio Brava a la Publicidad Valiente a Adecco y PS21 por la campaña "Tu propósito"</u></a>	29/09/2020	En línea
<a href="#"><u>Personal branding en los social media: cómo mejorar nuestra comunicación y proyección profesional</u></a>	20/11/2020	En línea
<a href="#"><u>Acto de entrega de premios a los trabajos finales de grado y máster universitario</u></a>	16/12/2020	En línea
<a href="#"><u>Todo en el cine es fantástico "Nuevas narrativas del cine fantástico y de terror"</u></a>	29/04/2021	En línea
<a href="#"><u>Todo en el cine se fantástico "No dejes escapar un proyecto de miedo"</u></a>	26/05/2021	En línea
<a href="#"><u>La innovación al servicio de la verificación de contenidos en redes sociales- proyectos InVID-WeVerify</u></a>	31/05/2021	En línea

---

## Otros eventos

<b>Título</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar de celebración</b>
<b><u>Seminario interno de investigación: seminario del prof. Giuseppe A. Veltri</u></b>	10/06/2021	En línea
<b><u>Retos y desafíos jurídicos de las redes sociales como herramienta de comunicación</u></b>	22/06/2021	En línea
<b><u>Webinar del ciclo "Todo en el cine es fantástico" El guion: la clave del éxito del cine de terror y fantástico español del siglo XXI</u></b>	07/07/2021	En línea
<b><u>Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC - Agencia EFE</u></b>	04/11/2021	Agencia EFE - Barcelona
<b><u>Entrega del III Premio Brava a la Publicidad Valiente a Ogilvy por la campaña "Con mucho acento"</u></b>	17/11/2021	En línea
<b><u>Acto de entrega de premios a los mejores trabajos finales de grado y máster universitario</u></b>	02/12/2021	En línea
<b><u>Seminario Critical Data Storytelling</u></b>	15/12/2021	Sede UOC, Can Jaumandreu

---

---

# Revista propia

---

## COMeIN



COMeIN es la revista divulgativa y de opinión de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC. Se llama así, ante 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 su 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, lobbismo 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.

En 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 en 2021, coincidiendo con el 10.º aniversario de la publicación.

[!\[\]\(c0837fe186d363d17260ac5692cfaa55\_img.jpg\) Enlace para suscribirse aquí.](#)

---

**Barcelona**  
**Ciudad de México**  
**Madrid**  
**Palma**  
**Sevilla**  
**Valencia**

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

Todas las sedes en  
**[sedes.uoc.edu](https://sedes.uoc.edu)**

---

**[uoc.edu](https://uoc.edu)**

 **[@UOCuniversidad](https://twitter.com/UOCuniversidad)**  
 **[@UOCrespon](https://twitter.com/UOCrespon)**

 **[UOC](https://www.youtube.com/UC)**  
 **[UOC.universitat](https://www.facebook.com/UOC.universitat)**



**Universitat Oberta  
de Catalunya**

---