

**JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE  
LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS**

## **Criterio 2. JUSTIFICACIÓN**

### **2.1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO, ARGUMENTANDO EL INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO O PROFESIONAL DEL MISMO**

#### **2.1.a) Oportunidad y contexto**

El sector de los medios tradicionales afronta en la última década una tormenta perfecta en la que convergen diversas formas de crisis: de financiación, de formatos de contenido, de inversión publicitaria, de modelos de gestión, de modelo de negocio, etc. El desarrollo de los medios y contenidos digitales (online, en dispositivos dedicados y/o en dispositivos móviles) plantea, en este contexto, desafíos relevantes para el futuro de unas instituciones (los medios de comunicación) y de unos profesionales (periodistas, publicitarios, comunicadores...) cuya relevancia social queda fuera de toda duda.

Según el último Informe de la Sociedad de la Información en España (2013) dos de cada tres usuarios de información y contenidos accede ya a ellos a través de dispositivos digitales. Casi la mitad del tiempo que dedica diariamente el usuario medio a consumo de contenidos lo hace ya a través de pantallas digitales móviles y en 2012 España se ha convertido en el país de la UE con mayor parque de dispositivos móviles avanzados. Paradójicamente, la época de mayor demanda de contenidos (informativos, de entretenimiento, de conectividad social) es también la de mayor indefinición de los modelos de negocio, empresariales y de gestión de los medios.

En definitiva, todos los actores de la comunicación deben adaptarse al entorno digital: empresas, profesionales, usuarios, agencias publicitarias, etc. En este proceso de transformación, el ecosistema de las comunicaciones móviles juega un papel de creciente importancia como potenciador de procesos iniciados en el Internet convencional (integración de contenido y redes sociales, auge de la economía de la información personal) y como motor de transformaciones específicas (personalización, geolocalización, nuevos canales de distribución, nuevos modelos de negocio...).

Los cambios derivados del entorno digital suponen así, por una parte, un territorio de investigación destacado y, por otra, un ámbito formativo específico más allá de las estructuras y formatos tradicionales de comunicación que constituyen el grueso de la oferta formativa de grado en este ámbito.

Al mismo tiempo, el entorno digital, con su versatilidad característica y sus costes asequibles, plantea un horizonte de elevado potencial para la experimentación, la innovación, el autoempleo y el emprendimiento.

#### **2.1.b) Objetivo:**

El Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital busca especializar a los estudiantes de posgrado en el conocimiento y aplicación de las técnicas y estrategias para el desarrollo, gestión y análisis de contenidos en el entorno digital con especial atención a los dispositivos móviles y los entornos de aplicaciones, así como en la investigación de nuevos formatos, estrategias narrativas, industrias, perfiles profesionales y tendencias en consumo cultural propias del ámbito digital y móvil.

El máster articula sus competencias y contenidos (ver sección 3.1) en torno a tres aspectos clave del contenido digital:

- Mercado: Estructura y transformación del mercado digital de las industrias del contenido a partir del desarrollo de las comunicaciones digitales y móviles

(nuevos actores, modelos de negocio, canales de distribución, nuevos modelos publicitarios, marco regulatorio...)

- Productos: Nuevos formatos de contenido y estrategias creativas: integración transmedia, integración en redes sociales, etc.
- Herramientas y tecnologías: Lenguajes, plataformas y herramientas de creación de contenido digital con especial atención a dispositivos móviles; nuevas tecnologías para el valor añadido del contenido digital (geolocalización, realidad aumentada, gestión de perfiles, publicidad orientada, etc.)

Estos tres ejes implican una especial atención al impacto que la integración progresiva entre Internet fijo e Internet móvil tiene para las industrias del contenido (nuevos intermediarios, nuevos canales de distribución, etc.) y también como un horizonte donde emergen herramientas y técnicas para la creación, difusión y gestión de contenidos digitales.

### **2.1.c) Justificación y caracterización**

El máster, planteado como una especialización académica que unifica conocimientos especializados y capacitación para la investigación, responde a una doble motivación:

En primer lugar, a título interno, por la necesidad de dar salida en un máster específico a los alumnos egresados de los grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Murcia, ofreciendo especialización en un campo estratégico, así la posibilidad de ofrecer un campo de ampliación de competencias en el mercado de los contenidos a los alumnos egresados de la Escuela Superior de Ingeniería de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Cartagena.

En segundo lugar, desde la perspectiva de las industrias creativas, por la centralidad del contenido, los actores y procesos digitales móviles en el marco de una crisis estructural del sector mediático, en la que confluyen cambios importantes en los modelos de negocio y distribución, los formatos y los escenarios de consumo. El sector del contenido digital (y, en particular, el ámbito de la movilidad) constituye el principal vivero de innovación y el territorio idóneo para el emprendimiento y la investigación avanzada en el ámbito de las industrias culturales. Este último aspecto viene avalado por una línea de investigación consolidada a través de sucesivos proyectos competitivos y producción científica internacional enfocada sobre el impacto del ecosistema móvil en las industrias del contenido.

A partir de esta doble motivación, el máster adopta un enfoque interdisciplinar y, en consecuencia, interfacultativo e interuniversitario, con la concurrencia de docentes y especialistas de diversas áreas de conocimiento (Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad, Biblioteconomía y Documentación, Comercialización e Investigación de Mercados, Ingeniería y Tecnología de Computadores, Ingeniería de la Información y las Comunicaciones, Bellas Artes...).

El Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital se propone como un máster interuniversitario en el marco del Campus de Excelencia Mare Nostrum (<http://www.campusmarenostrum.es/>), promovido por la Universidad de Murcia y la Universidad Politécnica de Cartagena, con la participación –en éste último término- de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Telecomunicación y el Cloud Incubator Hub, centro de la UPCT especializado en la promoción de la innovación y el emprendimiento en TICs.

### **2.1.1. Experiencias anteriores de la universidad en la impartición de títulos de características similares**

Los estudios posgrado de Comunicación en la Facultad de Comunicación y Documentación, pese a su relativa juventud (se imparten desde 2002) tienen una densa tradición tanto en oferta docente como en su vinculación a una pujante actividad investigadora en el ámbito de las tecnologías digitales. En el año 2000 la entonces todavía Facultad de Ciencias de la Documentación puso en marcha el Máster de Periodismo Audiovisual, título propio de carácter profesionalizante que incluía en su núcleo aspectos de tecnología digital en el ámbito informativo. En 2002, con la incorporación de las licenciaturas en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, se activaron módulos específicos dentro del Programa de Doctorado en Técnicas y Métodos Actuales en Información y Documentación. La demanda de estos módulos por parte de un número creciente de alumnos de comunicación dio lugar en 2005 al rediseño, a partir del Decreto de Doctorado de aquel año, del Programa de Doctorado, pasando a denominarse de Estudios Avanzados en Comunicación y Documentación y que se sustentaba sobre un título oficial de Máster en Estudios Avanzados en Comunicación específicamente orientado hacia el sector de las industrias de contenido y las tecnologías digitales. No obstante, el esfuerzo requerido para el diseño y puesta en marcha de los nuevos títulos de Grado en comunicación y el volumen reducido en aquellas fechas del cuadro docente específico de las áreas de comunicación obligó a concentrar los recursos en la consolidación de los niveles de Grado hasta su puesta en marcha definitiva.

No obstante, en ese lapso de tiempo, en el seno de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia se han consolidado tres grupos de investigación directamente vinculados a la comunicación digital, siendo uno de ellos grupo de referencia a nivel nacional en el estudio de los contenidos para dispositivos móviles, con varios proyectos competitivos nacionales a su cargo y con participación en proyectos europeos y en redes internacionales de investigación. Desde 2010 se imparte en la citada Facultad el Máster en Gestión de Información en las Organizaciones, que incluye módulos específicos relativos a gestión del contenido digital. Éstos –junto con la actividad investigadora en torno a diversos proyectos sobre evolución del contenido móvil y la experiencia previa mencionada- constituyen el punto de origen de la presente propuesta, si bien el citado Máster en Gestión de Información en las Organizaciones centra sus contenidos y competencias en el campo de la gestión de información y en el área de Biblioteconomía y Documentación.

Precisamente por esta razón, una vez finalizado en 2013 el proceso de implantación en la Facultad de Comunicación y Documentación de los grados de comunicación (Grado en Periodismo, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Comunicación Audiovisual), se hace necesario plantear una oferta formativa especializada orientada al ámbito de la comunicación en un sector estratégico en el que los planes de estudio de grado, por su naturaleza, no pueden profundizar, y también articulando un puente natural entre los estudios de grado y el Programa de Doctorado en Gestión de la Comunicación y la Información, en la Facultad de Comunicación y Documentación.

De este modo, de acuerdo con el plan estratégico de la Facultad de Comunicación y Documentación, la oferta formativa quedaría conformada como se expresa en la figura 1.

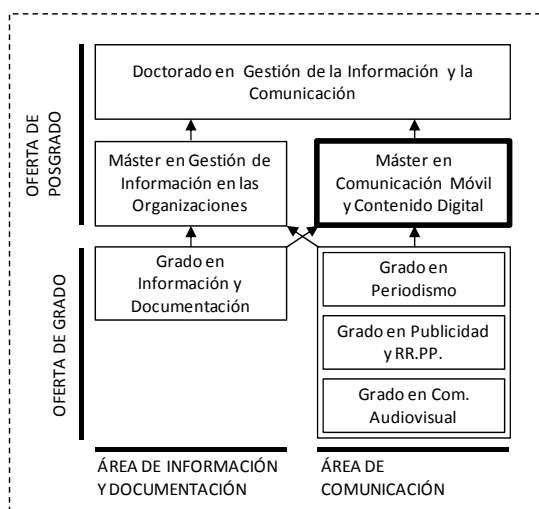


Figura 1: El Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital en la oferta formativa de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia

La experiencia previa de la puesta en marcha del Máster en Gestión de la Información en las Organizaciones ha sido posible por la menor carga y recursos implicados en la consolidación del Grado en Información y Documentación (un único título frente a las tres titulaciones de comunicación) y ha permitido consolidar un campo común a las dos áreas que articulan la oferta formativa de la Facultad (la Comunicación y la Gestión de la Información) como es el de la gestión y desarrollo de contenidos digitales, con especial atención al entorno móvil.

Al mismo tiempo, el Doctorado en Gestión de la Información y la Comunicación en las Organizaciones, aprobado por ANECA en 2013 e incluido en la Escuela Internacional

de Doctorado de la Universidad de Murcia, aúna las competencias y destrezas que articulan sendos másteres con la trayectoria investigadora del Departamento de Información y Documentación, que incluye las áreas de conocimiento de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Biblioteconomía y Documentación.

La condición interuniversitaria del Máster en Comunicación y Contenido Digital implica la aportación de la experiencia previa de los cuadros docentes y equipos investigadores de la Escuela Superior de ingeniería de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Cartagena y del Cloud Incubator Hub, centro de desarrollo del emprendimiento digital adscrito a la citada universidad y sustentado por el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Cartagena (CEEIC) y el Instituto de Fomento de la Región de Murcia. El Cloud Incubator Hub desarrolla actividades de incubadora de “start ups” y talleres formativos entre los que destacan aspectos relativos a herramientas Web 2.0 y programación y diseño de aplicaciones en iOS, Android, Windows Phone y HTML5.

### 2.1.2. Datos y estudios acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad.

Son numerosos los informes profesionales y de mercado que apuntan a la centralidad de las destrezas digitales en el ámbito profesional de las industrias del contenido en los ámbitos internacional, nacional y local, así como a la relevancia creciente del entorno móvil en las profesiones y procesos de la comunicación. Desde la perspectiva de la evolución del contenido digital en España destaca el informe elaborado por PwC para AMETIC titulado “Estudio de la Economía Digital: Los Contenidos y Servicios Digitales” (2012), junto con los parámetros de desarrollo que pueden seguirse en los informes anuales sobre la Sociedad de la Información de las fundaciones Telefónica y Orange, entre otros. En el ámbito de la economía de las apps y el desarrollo del entorno móvil se han tenido en cuenta los informes trimestrales de The App Date en España y el informe The App Effect (2013) para los casos europeo y estadounidense, junto con los trabajos de Claudio Feijóo en el marco del IPTS adscrito a la Joint Research Commission de la Comisión Europea (2009 y 2010). Igualmente, han servido de referencia las conclusiones desarrolladas en el marco del Proyecto de Investigación [MOBILE MEDIA] *Evolución del Contenido Móvil en España: Actores,*

*Actores, contenidos, modelos de negocio y percepción de los usuarios* (CSO2009-07108 SUBPROGRAMA SOCI) desarrollado por el grupo de investigación e-Com (E53-07) de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia en colaboración con la Universitat Pompeu Fabra, Universidad de Vic, Universidad Politécnica de Madrid y Universidad Politécnica de Valencia, concretadas en el volumen *Comunicación Móvil: Hacia un nuevo ecosistema digital* (Barcelona, Gedisa, 2013). En el marco del desarrollo del proyecto Mobile Media se han realizado paneles de expertos con actores destacados del ecosistema del contenido móvil (operadores, fabricantes de tecnología, desarrolladores, agregadores de contenidos, medios y productores de contenido, reguladores y usuarios) así como entrevistas en profundidad con desarrolladores y estudios de caso de empresas y proyectos relevantes que, en su conjunto, permiten un conocimiento detallado del estado de la cuestión, de las posibilidades estratégicas, de las líneas de investigación relevantes y de las destrezas y capacidades propias del sector.

Junto con las aportaciones de la actividad investigadora del PDI de la Facultad y los informes profesionales y prospectivas del sector, desde 2010, con la puesta en marcha de la Escuela Profesional de Periodismo, Publicidad y Documentación (EP3D) en la Facultad de Comunicación y Documentación se ha desarrollado una línea estratégica de prospectiva y adaptación de la oferta formativa de la Facultad de Comunicación y Documentación tanto oficial como propia al sector profesional y empresarial de la comunicación en el área geográfica de la Universidad de Murcia.

Entre las acciones de prospectiva del sector directamente relacionadas con la temática del máster objeto de propuesta cabe destacar las siguientes realizadas entre 2010 y 2013:

- Reuniones con el sector profesional (asociaciones profesionales y medios) representado en la Junta Directiva de la EP3D: Colegio de Periodistas de la Región de Murcia, Asociación de Informadores de Radio y TV de la Región de Murcia, Asociación de Informadores Gráficos de la Región de Murcia, etc.
- Jornadas anuales sobre Innovación y Emprendimiento en Información y Comunicación con la participación de profesionales y analistas destacados de los sectores de la información, la publicidad y la gestión de medios, junto con ex alumnos emprendedores en el ámbito del contenido digital.
- Jornadas profesionales bianuales desarrolladas desde 2003 y versando las últimas ediciones sobre Contenido Móvil y sobre Periodismo en Internet, con la participación de profesionales y especialistas en el ámbito digital.
- Jornadas sobre Apps & Business (octubre de 2012), con la participación de desarrolladores, expertos en marketing digital y móvil e investigadores, con el apoyo de la Agencia Regional de Ciencia y Tecnología (Fundación Séneca).

La respuesta de alumnos de grado, máster y doctorado de la Universidad de Murcia y colindantes, así como las discusiones realizadas en el marco de la EP3D, permiten concluir que:

- a) Existe una demanda relevante por parte de los alumnos de los grados en comunicación de un máster propio del área, que responda y solvete las carencias y limitaciones de los planes de estudio de grado.
- b) Existe un interés interdisciplinar en el campo de los contenidos digitales que hace atractiva para egresados de otras titulaciones una oferta del tipo de la propuesta
- c) No existe oferta formativa de características similares en el entorno geográfico de Murcia y provincias limítrofes.



- d) La articulación interdisciplinar e interuniversitaria de los contenidos y el profesorado constituyen un valor añadido apreciado por los públicos potenciales.

Por otra parte, la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia procede en el presente curso 2013-2014 a la implantación de los últimos cursos de grado en comunicación (Grados de Periodismo, Publicidad y RR.PP. y Comunicación Audiovisual), con un total aproximado previsto (a falta de concluir el proceso de matriculación) de 180 alumnos egresados a finales del curso 2013-2014 (unos 60 por titulación). De las encuestas y entrevistas desarrolladas entre los alumnos que comienzan su último año de estudios se deduce que entre un 20 y un 30 por ciento de los alumnos matriculados en tercer curso de los grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas estarían interesados en realizar un máster oficial en la Universidad de Murcia relacionado con aspectos profesionales de la comunicación en el sector digital que supusiera conocimiento especializado del sector y aprendizaje de herramientas, destrezas o lenguajes específicos que los diferenciara de cara al mercado laboral o al emprendimiento autónomo.

De forma adicional, el planteamiento interdisciplinar de las materias y las áreas de conocimiento implicadas permite ampliar el interés potencial de la oferta formativa del Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital a egresados de otras titulaciones de la Universidad de Murcia, especialmente procedentes del ámbito del marketing y las bellas artes así como aquellos egresados del ámbito de la informática que tengan interés en ampliar su conocimiento más allá de las destrezas instrumentales hacia el análisis del mercado y las capacidades creativas (ver figura 2).

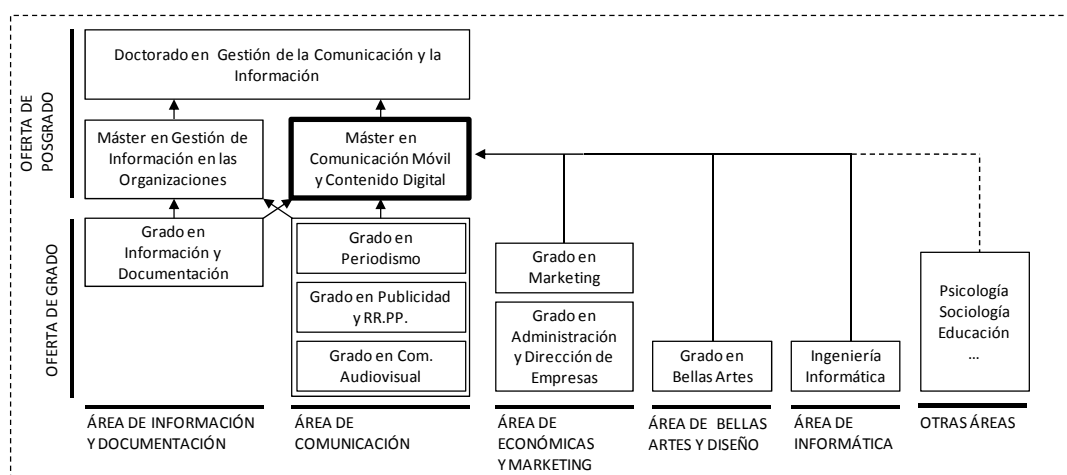


Figura 2: El Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital en la oferta formativa de la Universidad de Murcia

La condición interuniversitaria del Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital obedece a la misma premisa de unificar intereses de públicos potenciales, en este caso dirigido a los egresados de la Escuela Superior de Ingeniería de Telecomunicación, para los que el sector del contenido digital, y en particular el contenido para dispositivos móviles, constituye un nicho de mercado y de oportunidades profesionales relevante.

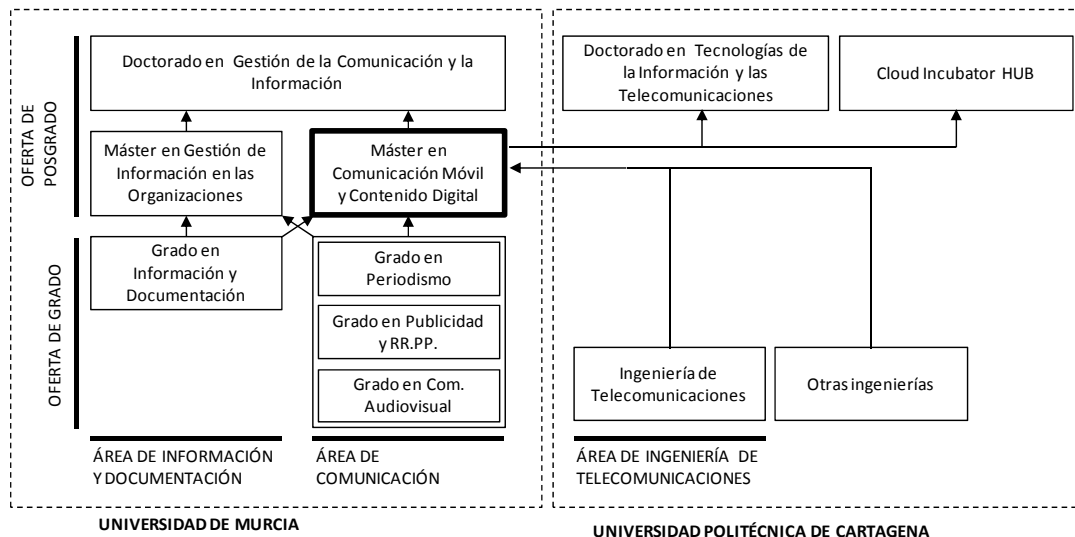


Figura 3: El Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital en la oferta formativa interuniversitaria (Universidad de Murcia y Universidad Politécnica de Cartagena).

En el entorno geográfico próximo a la Región de Murcia existen actualmente sólo dos títulos de Master ofertados en campos relativamente afines al propuesto, todos ellos con un marcado carácter sectorial y/o profesionalizante (Master en Innovación en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche, y Máster en Comunicación e Industrias Creativas, de la Universidad de Alicante). En la Universidad Politécnica de Cartagena existe desde 2012 un Máster en Tecnologías de la Información y Comunicaciones con una orientación marcadamente tecnológica que excluye los aspectos de mercado y diseño creativo que articulan la propuesta del Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital.

No existe, pues, a día de hoy, en la oferta circundante, una propuesta de especialización basada en el conocimiento generado a partir de la investigación, ni orientada a la capacitación para la gestión y el desarrollo específico de contenidos digitales con el entorno móvil como aspecto estratégico.

### 2.1.3. Relación de la propuesta con las características socioeconómicas de la zona de influencia del título.

El Sureste español y, particularmente, la Región de Murcia ha mostrado en las últimas décadas una especial atención al sector del contenido digital como *cluster* de innovación y desarrollo. Prueba de ello la constituyen las sucesivas ediciones de SICARM, encuentro tecnológico de referencia a nivel nacional promovido por la Dirección General de Sociedad de la Información de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y la Fundación Integra, dedicada al fomento del emprendimiento en TICs y al desarrollo de la Sociedad de la Información. Dentro del desarrollo anual de SICARM existe desde su primera edición en 2001 un grupo de trabajo específico sobre Contenido Digital, en el que los miembros del grupo de investigación eCom (E053-07) de la Facultad de Comunicación y Documentación han participado activamente desde su inicio, aportando a la estrategia de difusión sus resultados de investigación sobre la evolución del contenido y la comunicación móvil.

En el plano institucional, tanto la Fundación Integra como la Fundación Séneca (Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia) han venido desarrollando políticas específicas de desarrollo de la investigación y la implementación profesional de iniciativas asociadas al contenido digital. El personal docente e investigador de la



Facultad de Comunicación y Documentación y el eCom han participado en este marco tanto desde la perspectiva de la investigación (con proyectos competitivos centrados en la evolución del contenido digital en dispositivos móviles) como en tareas docentes, de asesoramiento (participación en el diseño del Plan Regional de I+D) y de divulgación (Proyecto de Altas Capacidades de la Región de Murcia). Asimismo, en 2006, el eCom fue dotado con un proyecto competitivo pionero en España sobre el Impacto Social de las Comunicaciones Móviles, del que, entre sus resultados, destaca la publicación “Sociedad Móvil: Tecnología, Identidad y Cultura” (Madrid, biblioteca Nueva, 2009).

La relevancia y la intensidad de la actividad regional en torno al sector específico de las tecnologías móviles queda también de manifiesto en la organización del primer Congreso Internacional DROIDCON (Business and Development in the Android Ecosystem), evento profesional de desarrolladores Android/Google, que se celebró por primera vez en España (con antecedentes en Londres, Berlín, París y Amsterdam), en Murcia en diciembre de 2012, y en cuya organización, junto con los desarrolladores de Droiders (empresa murciana de desarrollo en Android) coabó el PDI de la Facultad de Comunicación y Documentación. Por otra parte, Droiders ha sido la única empresa española seleccionada para participar en el desarrollo experimental de aplicaciones y contenidos para Google Glass. La especial implicación en cuanto a políticas y emprendimiento digital de la Región de Murcia tiene su traducción, en el ámbito del ecosistema móvil, en una creciente red de empresas de desarrollo de aplicaciones y contenido, de las que Droiders constituye la punta de lanza, pero no el único exponente.

Conviene, en cualquier caso, tener en cuenta que la condición ubicua de las tecnologías móviles (incluidos la distribución y consumo de contenidos) afecta también a los proyectos y productos desarrollados en ese entorno, accediendo con relativa facilidad desde la perspectiva local a mercados no sólo nacionales sino globales. De este modo los proyectos y empresas locales tienen en este contexto una proyección global mucho más acusadas que en otros ámbitos de la producción de contenidos y están, por ello, menos limitadas por la variable geográfica.

Paralelamente, el desarrollo de los estudios sobre comunicación en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia presenta especificidades en su perfil sociodemográfico que merecen ser tenidas en cuenta: las destrezas en gestión de información (procesamiento de datos) y en creación y planificación de proyectos de contenido (diseño y estrategia) propias de la convivencia entre las dos ramas de estudio (Documentación y Comunicación, respectivamente), han favorecido una especial sensibilidad de los cuadros docentes e investigadores y de los estudiantes hacia el entorno digital, donde ambas capacidades se hacen necesariamente complementarias.

Fruto de esta orientación específica es la participación en 2011 de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia (junto con la Facultad de Bellas Artes y ATICA, (Departamento de Tecnologías de la Información de la Universidad de Murcia), en el proyecto Profesional.es Digitales, desarrollado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, la CRUE y la Unión Europea y destinado a la equipación y fomento de la formación en desarrollo de contenido digital.

Finalmente, como ya se ha señalado, la demanda potencial de la formación que ofrece el Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital afecta directamente a un número elevado de alumnos egresados tanto de la Universidad de Murcia como de la Universidad Politécnica de Cartagena. En el caso de la primera, tienen un interés directo los aproximadamente 180 alumnos egresados anuales de los títulos de grado

en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, junto con aquellos estudiantes egresados de los Grados en Marketing, Bellas Artes e Ingeniería Informática, entre otros (ver figura 2), que quieran ampliar las competencias propias de sus títulos oficiales del grado en el ámbito de los contenidos digitales. Idénticamente ocurre con los alumnos egresados de la Escuela Superior de Ingeniería de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Cartagena, cuya vinculación con el Cloud Incubator Hub (ver sección 2.1.2) establece una vía de especialización para aquellos alumnos con capacidades instrumentales que deseen ampliar sus competencias en la gestión, distribución, comercialización y diseño de contenido digital, especialmente en el ámbito del ecosistema móvil. En la figura 4 se sintetizan, a partir de los tres bloques de competencias señalados en la sección 2.1.b de esta propuesta, los ámbitos de interés específicos para las distintas titulaciones de ambas universidades que conforman el público potencial del Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital.

MÁSTER EN COMUNICACIÓN Y CONTENIDO DIGITAL (BLOQUES DE COMPETENCIAS)	MERCADO Y GESTIÓN DE CONTENIDO DIGITAL	DISEÑO Y CREATIVIDAD EN CONTENIDO DIGITAL	DESARROLLO Y HERRAMIENTAS DE CONTENIDO DIGITAL (MÓVIL)
GRADO EN PERIODISMO	✓	✓	✓
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	✓	✓	✓
GRADO EN PUBLICIDAD Y RR.PP.	✓	✓	✓
GRADO EN MARKETING	✓	✓	✓
GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA	✓	✓	
GRADO EN BELLAS ARTES	✓		✓
GRADO EN INGENIERÍA DE TELECOMUNICACIONES	✓	✓	

Figura 4: Ámbitos de interés específico para alumnos potenciales en función de los bloques de competencias que articulan el Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital.

#### 2.1.4. Equivalencias externas con estudios de otros países.

La situación de los estudios de máster más próximos a la propuesta a nivel internacional no difiere en exceso de la contemplada en el plano nacional. Puesto que se trata, en el caso del ecosistema móvil, de un fenómeno de impacto reciente en las industrias del contenido, son infrecuentes los planteamientos que aúnen las perspectivas instrumental, de mercado y de diseño con énfasis en el entorno de los dispositivos móviles. Al contrario, sin embargo, empiezan a ser observables propuestas que se aproximan al estudio del nuevo contenido digital desde planteamientos sectoriales, entre los que cabe distinguir cuatro grupos diferenciados:

##### a) Estudios culturales sobre ‘emerging media’

Dentro del campo de los denominados ‘media studies’ que abordan el estudio sociocultural de las industrias del contenido con énfasis en la perspectiva del consumo/recepción se consolidan en la actualidad propuestas que abordan con mayor o menor protagonismo la aparición de nuevos medios (fundamentalmente web móvil y aspectos disruptivos relacionados, como Big data y computación en la nube) bajo la denominación de ‘emerging media studies’ o ‘mobile media studies’ y que suelen integrarse en estudios de posgrado más amplios sobre comunicación y cultura digital. Entre estos destaca por su carácter pionero el Master of Digital Communications and Culture

([http://sydney.edu.au/arts/current\\_students/postgraduate\\_coursework/digital\\_communication.shtml](http://sydney.edu.au/arts/current_students/postgraduate_coursework/digital_communication.shtml)), de la Universidad de Sydney (Australia), promovido por el Profesor Gerard Goggin, que ha colaborado desde 2006 con el eCom de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia y forma parte del Programa de Doctorado en Gestión de la Información y la Comunicación (ver figura 1) o el MSC in New Media and Digital Culture de la Universidad de Amsterdam (<http://gsh.uva.nl/programmes/programmes/content21/new-media-and-digital-culture.html>). Desde un enfoque claramente más especializado destaca el proyecto de la Division on Emerging Media Studies (DEM) dependiente del College of Communication de la Universidad de Boston (USA) y dirigida por el Profesor James E. Katz. Actualmente en proceso de diseño de una oferta innovadora en posgrado en la que colaboran algunos miembros del eCom, la DEM es heredera del Center for Mobile Communication Studies de la Universidad de Rutgers, que de la mano del Profesor Katz y desde 2003 fue el primer centro dedicado al estudio académico del impacto social y cultural de las comunicaciones móviles.

#### b) Telecomunicaciones y desarrollo de código

Debido al auge del consumo de contenido y herramientas en el ecosistema móvil (la denominada 'economía de las apps' (<http://www.ict-books.com/books/inspiration-trends/the-app-effect-pdf-lowresp2-en-detail>), desde 2009 empieza a proliferar una oferta diversa (de cursos de especialista y, en menor medida, de másteres) centrada en la capacitación para la gestión tecnológica de las comunicaciones móviles y el desarrollo de programas, aplicaciones y proyectos en movilidad. En este terreno, desarrollado especialmente por centros vinculados a las ingenierías de telecomunicaciones e informática, cabe señalar no obstante algunas propuestas que ofrecen alguna cabida a elementos de diseño y de conocimiento del mercado digital (perspectiva tecnoeconómica), como el MSC in Mobile Communications de la University of East London (UK) (<http://www.uel.ac.uk/postgraduate/specs/mobile/>) o el máster homónimo de París-Tech (<http://enseignements.telecom-paristech.fr/programme.php?id=172&langue=EN>). En una línea afín, pero claramente orientado al diseño, se sitúa el MSC in Creative Digital Media del Dublin Institute of Technology (<http://www.dit.ie/postgrad/programmes/dt540bmscincreativemedialmedia/>).

#### c) Gestión y mercado del contenido digital

Existe asimismo, en el contexto de los estudios sobre comunicación, una incipiente oferta de posgrado adscrita al ámbito de la gestión y el mercado del contenido digital, heredera de los denominados 'media management studies' desarrollados sobre todo en torno a los contenidos televisivos y audiovisuales (en algunos casos orientados específicamente al videojuego). A medida que las especificidades del mercado digital y el desarrollo de Internet y la Web Social han planteado desafíos y efectos disruptivos en este ámbito (desintermediación, transformación de los canales de distribución, integración de las dinámicas sociales a las métricas de audiencias, transformación de la cadena de valor, etc.), una rama de la oferta de posgrado en este ámbito se ha orientado progresivamente hacia el estudio de los nuevos mercados del contenido digital (new media management). Sin embargo, pocos de estos estudios incluyen la especificidad del ecosistema móvil y su impacto en el ámbito del contenido digital, tendiendo en general a considerarlo como una mera variante de soporte. Destaca en este ámbito, por su orientación específica hacia nuevos medios, el MSc in New Media Management de la Kremt Danube University (Austria) (<http://www.donau-uni.ac.at/en/studium/newmediamanagement/index.php>). De modo complementario, algunas de las ofertas formativas enclavadas en el apartado (b) incluyen en ocasiones materias o asignaturas puntuales que ofrecen una panorámica del mercado de los nuevos contenidos audiovisuales móviles.

#### d) Narrativas Transmedia o Comunicación Cross-media

Finalmente, otros ámbitos de especialización de la oferta de master incluyen, por razones de coherencia evolutiva, elementos de estudio del contenido digital próximos a la movilidad. Se trata, en concreto, de estudios sobre narrativas transmedia y producción cross-media que abarcan una nueva rama de especialización en el ámbito de las técnicas de producción, diseño y desarrollo de contenidos digitales para la difusión y consumo multi-plataforma, entre las que juega un papel relevante el entorno de la movilidad. En este ámbito destacan propuestas como el MSC in Transmedia Screenwriting de la Wolverhampton University (UK) (<http://courses.wlv.ac.uk/course.asp?code=MZ021P31UVD>) y el MA in Crossmedia Production de la Baltic Film School (<http://www.bfm.ee/programmes/crossmedia/>).

En resumen, si bien la oferta formativa en el plano internacional muestra una tendencia creciente a la expansión de los estudios sobre contenido digital hacia nuevos formatos y entornos (especialmente en el ámbito de la movilidad), ésta tiene lugar todavía de forma fragmentaria, tendiéndose a asumir el impacto entorno móvil en términos sectoriales, como ampliación de aspectos tecnoeconómicos (New Media Management), de estrategias de producción (Transmedia Storytelling) e instrumentales (Digital Media). La originalidad e interés del Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital consiste, pues, en abordar el planteamiento de forma unitaria, proporcionando una visión de conjunto del impacto de los nuevos entornos móviles en el mercado, las herramientas y las estrategias de producción del contenido digital.

#### **2.1.5. Justificación de la orientación investigadora, académica o profesional del mismo.**

El Máster Interuniversitario en Comunicación Móvil y Contenido Digital se plantea como un máster con **orientación académica**. Dicho planteamiento obedece al objetivo de establecer un puente entre la necesidad de especialización en conocimientos y habilidades que complementen aquellos más generales proporcionados por los estudios de grado y la capacitación para la especialización efectiva en los ámbitos profesional e investigador. En el primer aspecto, resulta patente la necesidad de complementar la aportación del grado a unos conocimientos con mayor nivel de especialización y con una mayor capacidad de adaptación a la rápida e intensa evolución que caracteriza a las transformaciones en el terreno del contenido digital. En el segundo, se busca que los alumnos egresados de los títulos de grado alcanzan con el Máster una capacitación suficiente para una posterior especialización profesional o investigadora. Ese carácter de puente hacia la especialización profesional o investigadora se enmarca en el Plan Estratégico de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia y entronca asimismo con la capacidad tanto de la citada Facultad para la formación de investigadores en el ámbito de la gestión de la información y el contenido digital como de la Escuela Superior de Ingeniería de Telecomunicación y el Cloud Incubator Hub de la Universidad Politécnica de Cartagena para la formación especializada en el ámbito profesional del contenido y las comunicaciones móviles.

### 2.1.6. En el caso del máster con orientación profesional o investigadora, se deberá relacionar la propuesta con la situación de la I+ D+ i del sector profesional.

Pese a no tratarse específicamente de un Máster con orientación investigadora, el Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital presenta, tanto en su origen como en su proyección, una clara relevancia de la actividad investigadora.

En el Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital concurren las aportaciones y experiencia investigadora de al menos tres grupos competitivos de investigación con proyectos financiados en vigor y con producción científica relevante en el ámbito de los contenidos digitales.

El eCom –**Grupo de Investigación en Comunicación Social, Cultura y Tecnología** (E053-07)-, vinculado al centro responsable de la propuesta del máster, es referencia nacional en el campo de las industrias culturales y las comunicaciones móviles, y se integra activamente en varias redes internacionales de investigación que suponen un valor añadido de cara a la internacionalización de la oferta formativa propuesta.

En el marco del citado grupo se cuenta con dos proyectos competitivos de ámbito nacional dirigidos por PDI de las áreas de comunicación entre 2006 y 2013 (convocatoria I+D) y dos de ámbito regional (Séneca), además de la participación como investigadores colaboradores en cinco proyectos de ámbito nacional (convocatoria I+D) y uno europeo (COST). Algunas de esas actividades se han realizado en colaboración con universidades extranjeras (University of Sydney, Boston University, junto con las más de 30 universidades europeas participantes en el COST) y del ámbito nacional (Universitat Pompeu Fabra, Universidad Rey Juan Carlos, Universitat Rovira i Virgili, Universitat de Vic, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Politécnica de Valencia, Universidad de Sevilla...).

La producción investigadora en los últimos 5 años abarca varias decenas de artículos en revistas indexadas (11 de los cuales en JCR-SCCI), capítulos de libro y monografías de investigación sobre comunicación móvil y contenido digital, de entre los que cabe destacar la monografía ‘Sociedad Móvil: Tecnología, identidad y cultura’ (Madrid, Biblioteca Nueva), con colaboraciones de expertos en estudios sobre comunicación móvil de 11 países; y el volumen ‘La Comunicación Móvil: Hacia un nuevo ecosistema digital’ (Barcelona, Gedisa, 2013). Más información sobre proyectos y publicaciones del eCom disponible en:

[https://curie.um.es/curie/catalogo-ficha.du?seof\\_codigo=1&perf\\_codigo=10&cods=E053\\*07](https://curie.um.es/curie/catalogo-ficha.du?seof_codigo=1&perf_codigo=10&cods=E053*07)

Vinculado al Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, el **Grupo de Investigación en Comportamiento del Consumidor** (E093-03) cuenta con tres proyectos I+D de ámbito nacional y uno regional sobre comportamiento del consumidor en el entorno digital, aportando (los profesores implicados en la docencia en el Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital) más de una decena de artículos en revistas indexadas sobre la materia, así como libros y capítulos de libro relevantes para la investigación y el análisis del consumo online. Más información en:

[https://curie.um.es/curie/catalogo-ficha.du?seof\\_codigo=1&perf\\_codigo=10&cods=E093\\*03](https://curie.um.es/curie/catalogo-ficha.du?seof_codigo=1&perf_codigo=10&cods=E093*03)

Vinculado al Departamento de Organización de Empresas, el **Grupo de Investigación en Innovación Tecnológica y Organizativa** cuenta entre sus líneas de investigación con una específicamente dedicada al sector de las tecnologías móviles y sus estructuras y perspectivas de negocio. El profesorado involucrado en la docencia del Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital aporta una docena de artículos en revistas internacionales indexadas sobre adopción de servicios móviles y modelos de negocio del sector. Más información en:

[https://curie.um.es/curie/catalogo-ficha.du?seof\\_codigo=1&perf\\_codigo=4&cods=E0A4\\*05](https://curie.um.es/curie/catalogo-ficha.du?seof_codigo=1&perf_codigo=4&cods=E0A4*05)



La **Escuela Superior de Ingeniería de Telecomunicación** de la Universidad Politécnica de Cartagena tiene una intensa trayectoria en la promoción del emprendimiento y el desarrollo de 'start ups' vinculadas al desarrollo de aplicaciones y contenidos para el entorno móvil. Estrechamente vinculado con la ETSI de Telecomunicación, el **Cloud Incubator Hub** es un centro de la Universidad Politécnica de Cartagena constituido con el apoyo del Ministerio de Innovación y vinculado a proyectos del 7th Framework Program de la UE, dedicado a la formación y el impulso de la innovación y el emprendimiento en TICs. Más información en: <http://cincubator.com/>

## **2.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS Y EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO**

Tanto el Reglamento de la Universidad de Murcia que regula los Estudios Oficiales de Máster (<https://sede.um.es/sede/normativa/reglamento-por-el-que-se-regulan-los-estudios-universitarios-oficiales-de-master/pdf/129.pdf>) como el homónimo de la Universidad Politécnica de Cartagena ([http://www.upct.es/contenido/estudios\\_postgrado/documentos/Reglamento\\_M+D\\_Modificado\\_Consejo\\_Gobier\\_11-7-2012.pdf](http://www.upct.es/contenido/estudios_postgrado/documentos/Reglamento_M+D_Modificado_Consejo_Gobier_11-7-2012.pdf)) establecen un procedimiento similar para la elaboración de los planes de estudio y su ulterior aprobación por el que se garantiza el cumplimiento de la normativa existente y la calidad exigida para estos estudios, así como la transparencia en el proceso, lo que constituye un valor añadido duplicado en el caso de los másteres interuniversitarios.

En tanto es la Universidad de Murcia (a instancias de la Facultad de Comunicación y Documentación) la entidad promotora de la presente propuesta de Máster Interuniversitario, ésta se ha desarrollado según el procedimiento establecido por la Universidad de Murcia para la aprobación de nuevas enseñanzas de Máster. Éste requirió, en primer lugar, una solicitud para empezar a elaborar la memoria de máster que debía estar avalada por la Junta de Centro y autorizada por la Comisión de Estudios de Posgrado del Vicerrectorado de Estudios. La propuesta ha seguido simultáneamente un cauce análogo, aprobada por Junta de Centro de la ESTI de Telecomunicación y el Vicerrectorado de Estudios de la Universidad Politécnica de Cartagena. Una vez aprobada la propuesta en ambas universidades se procede a la elaboración de la memoria, que igualmente es aprobada por los centros y vicerrectorados (en sus comisiones de Planificación de las Enseñanzas) y, finalmente, por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia.

El carácter interuniversitario de esta propuesta, por tanto, supone que el planteamiento y diseño del Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital ha sido doblemente validado en los procesos de aprobación de nuevas enseñanzas de Máster propios de la Universidad Politécnica de Cartagena.

La fase de diseño incluye la mayoría de los procedimientos de consulta internos y externos destinados a fundamentar, mejorar y refinar la propuesta inicial. El proceso parte de las aportaciones de los proyectos de investigación desarrollados en la Facultad de Comunicación y Documentación y en el conocimiento del estado del arte sobre el mercado y el ecosistema de las comunicaciones móviles y el contenido digital generado por éstos, así como de consultas realizadas a expertos en el marco de su desarrollo.

Sobre esta base se inicia un proceso de consultas a otros departamentos y centros tanto de la Universidad de Murcia como de la Universidad Politécnica de Cartagena. Simultáneamente se desarrolla una serie de procesos de consulta externa que



incluyen la consulta específica sobre acciones formativas a grupos de expertos del sector, la realización de una consultoría sobre elementos formativos en contenido digital y comunicación móvil con The App Date (observatorio de aplicaciones móviles de referencia en España) y el desarrollo de actividades en el marco de la Escuela de Prácticas de Periodismo, Publicidad y Documentación (EP3D), con implicación de su Junta de Gobierno (incluyendo medios relevantes y asociaciones profesionales de la comunicación en el entorno de la Región de Murcia) y de alumnos y titulados egresados de comunicación en la Universidad de Murcia. Este proceso de consultas concluye –dando con ello inicio a la fase de validación– con la presentación de un borrador de estudios de máster en Consejo del Departamento de Información y Documentación y en Junta de Centro de la Facultad de Comunicación y Documentación.

De modo resumido, la figura 5 sintetiza la afluencia de procesos en las fases de diseño y validación para el desarrollo del plan de estudios del Máster Interuniversitario en Comunicación Móvil y Contenido Digital:

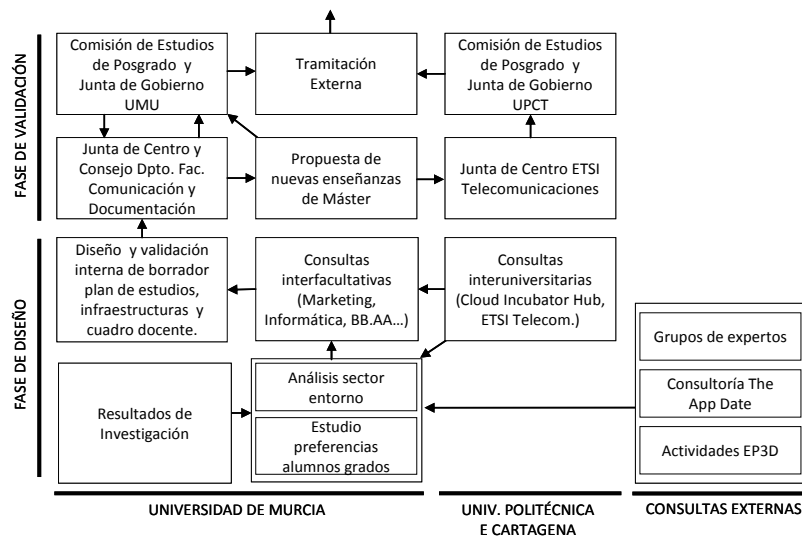


Figura 5: El proceso de diseño y consulta de la propuesta de estudios Máster en Comunicación Móvil y Contenido Digital