Coordinador

Apellidos, nombre LÓPEZ MORENO, IGNACIO

Email ignacio@ugr.es

Centro FACULTAD DE BELLAS ARTES

Departamento PINTURA

Datos generales de la actividad formativa

Nombre de la Convocatoria

SEMINARIO PARA LA CREACION DE PLANES DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA PRACTICA ARTISTICA, CULTURAL, PATRIMONIAL Y SU COMISARIADO

Tipología acción formativa

Línea de formación *Línea 6*

Investigación, transferencia y divulgación

Nivel de formación *Nivel 1. Iniciación*

Acciones formativas orientadas a profesorado novel o con escasa experiencia, centradas en las bases de la docencia universitaria, el diseño de la asignatura y la evaluación fundamental del aprendizaje.

Criterios de selección del profesorado

1-Miembros del EDDU "Formación transversal en la producción, educación e investigación en arte (V Edición)
2-Profesorado de la UGR, becarios/as e investigadores/as con encargo docente en el POD en el curso académico al que se refieran las acciones.
En caso de que el número de solicitudes exceda al de plazas disponibles se efectuará una selección por orden de llegada de la solicitud

Resumen

La cultura digital es un territorio ineludible para la práctica, la investigación y la difusión artística. Este seminario aborda la necesidad crítica de formar a PDI, PTGAS y becarios en la gestión estratégica de contenidos digitales, esencial para la Facultad de Bellas Artes. La justificación se centra en tres ejes: Visibilidad e Impacto, ya que el dominio de la comunicación digital es crucial para la evaluación académica y social de la actividad investigadora y creadora; la Transversalidad de la Competencia Digital, alineando al personal con los estándares DigCompEdu para integrar estas herramientas didácticamente; y la

Profesionalización del Comisariado, que hoy requiere la mediación y documentación digital efectiva de exposiciones y patrimonio. Capacitar a nuestro personal asegura que la producción artística y académica de la Universidad mantenga su relevancia y vanguardia en el ecosistema cultural contemporáneo.

Objetivos

(General) Capacitar al personal participante para que pueda diseñar, planificar y ejecutar de manera autónoma y estratégica un plan de contenidos digitales adaptado a las especificidades de la práctica artística, la investigación en patrimonio o la gestión cultural/comisariado. El objetivo es maximizar el alcance, el engagement y el propósito comunicativo de sus proyectos, dominando las herramientas narrativas y analíticas necesarias para liderar la difusión y la mediación de su actividad en plataformas digitales de vanguardia.
(Específicos)
Identificar y Analizar Audiencias: Delimitar con precisión las audiencias clave (académicas, profesionales, público general, etc.) de un proyecto artístico, utilizando herramientas de análisis digital y métricas de plataformas.
Dominar la Narrativa Transmedia: Adquirir habilidades para diseñar estrategias de comunicación transmedia coherentes, adaptando el Storytelling y los formatos (texto, imagen, vídeo corto) a las especificidades de cada red social.
Planificar Contenidos Estratégicamente: Elaborar un calendario editorial y un framework de contenidos que incluya la definición de pilares temáticos y la selección de formatos digitales idóneos para la difusión artística y patrimonial.
Medir y Optimizar el Impacto: Conocer los KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento) esenciales en la comunicación cultural y aplicar herramientas de análisis para evaluar la eficacia del plan y proponer acciones de mejora continua (iteración).

Dirección administrativa

Secretariado de Formación, Innovación y Evaluación Docente
Unidad de Calidad, Innovación Docente y Prospectiva
Complejo Administrativo Triunfo, Pabellón 9
Acera del Hospicio s/n. 18071, Granada
Telf. 958248902

Convocatoria							
Nº de plazas	50						
Nº de horas totales	12	**Presenciales**	8	**No Presenciales**	4	**Virtuales**	0
Fecha de celebración	Del 02/06/2026 al 03/06/2026						
Lugar de celebración							
Facultad de Bellas Artes							
Criterios de Evaluación							
1. Asistencia al 80% de las horas presenciales La evaluacioón medirá la adquisición práctica de las competencias y la capacidad de los asistentes para aplicar el marco estratégico al contexto de las Bellas Artes, con una ponderación específica paracada entregable. 1) Documento de anaálisis. Identificación de público y plataformas. Definición del proyecto, Audiencia, Persona principal y las 3 plataformas más adecuadas justificadas. (30%) 2) Borrador de Plan de Contenidos. Aplicación de narrativa y planificación estratégica Matriz de Contenidos para 1 mes: 3 Pilares Temá ticos, 6 ideas de contenido, formato, plataforma y una propuesta de copy. (50%) 3) Propuesta de Medición. Habilidad para medir y proponer iteración. Definición de 3 KPIs para el proyecto propuesto y una breve explicación de cómo se medirían los resultados para la optimización futura. (20%) Calidad y utilidad: Se establece un sistema de evaluación de tres niveles, alineado con la metodología formativa: 1. Evaluación de reacción (satisfacción). Al finalizar el seminario, los participantes completarán una encuesta anónima para medir su nivel de satisfacción con el contenido, la metodología, la claridad de las explicaciones y la idoneidad del docente. Se incluirán preguntas específicas sobre la pertinencia de los contenidos digitales para su práctica en Bellas Artes. 2. Evaluación de aprendizaje (adquisición de competencias). Se medirá mediante la calificación de los entregables prácticos (Análisis de Audiencia, Borrador de Plan de Contenidos y Propuesta de Medición, con un peso total del 100%). Estos entregables certifican que el participante ha interiorizado las competencias clave: estrategia, narrativa y análisis. Solo se considerará apto el personal que logre una							

Facultad de Bellas Artes

calificación superior al 60% en el conjunto de los entregables, demostrando la capacidad real de planificar. 3. Evaluación de aplicación (transferencia al puesto). Se enviará un cuestionario de seguimiento tres meses después del seminario. Los participantes deberán indicar en qué medida han implementado el Plan de Contenidos o las estrategias de micro-contenido (ej. Reels de divulgación científica/artística) en su docencia, investigación o actividad de gestión. Este indicador medirá el impacto a corto plazo en la mejora de la visibilidad y el engagement de sus proyectos.

Otros

Indicadores de e¿xito:
- Índice de aprobación práctica. Se considerará un éxito si al menos el 80% de los participantes aprueban la evaluación práctica final, demostrando que son capaces de diseñar un plan de contenidos digitales coherente y aplicar los principios de narrativa transmedia y selección de KPIs. - Satisfacción y relevancia. Un indicador clave será obtener una puntuación promedio superior al 90% en la encuesta de satisfacción en las categorías de "utilidad de los contenidos para mi labor profesional" y "aplicabilidad inmediata de los conocimientos". - Transferencia de conocimiento. Se medirá con el cuestionario de seguimiento a los tres meses, considerando la consecución del logro si más del 60% de los asistentes reportan haber iniciado la implementación de las estrategias aprendidas en algún momento de su práctica docente, artística o curatorial. - Generación de material estratégico. La calidad de los entregables reflejará parte del éxito de la acción formativa, considerando logrado el objetivo si el 65% de los borradores de plan de contenidos son considerados como documentos viables, con objetivos claros y métricas bien definidas.
Beneficios e impacto:
Los participantes obtendrán una ventaja profesional decisiva, transformando su capacidad de comunicación. El principal beneficio es la adquisición de autonomía digital, permitiéndoles diseñar estrategias efectivas sin depender de terceros. Esto se traduce en: •Mayor visibilidad individual. Incremento del alcance e impacto de sus proyectos artísticos, investigaciones y publicaciones, lo cual es vital para sexenios, acreditaciones y atracción de proyectos. • Innovación docente. Capacidad para integrar la mediación cultural digital y la comunicación transmedia en sus asignaturas, enriqueciendo la experiencia del estudiante de Bellas Artes. • Networking profesional. Generación de un portafolio de contenidos estratégicos (el borrador del Plan) listo para su ejecución que puede servir para generar nuevas redes de trabajo desde el espacio digital de los social media.

Sesión 1	
Fecha	02/06/2026
Num. de horas	2
Horario	9:00-11:00

Contenido

María Abellán Hernández
La cultura digital es un territorio ineludible para la práctica, la investigación y la difusión artística. Este seminario aborda la necesidad crítica de formar a PDI, PTGAS y becarios en la gestión estratégica de contenidos digitales, esencial para la Facultad de Bellas Artes. La justificación se centra en tres ejes: Visibilidad e Impacto, ya que el dominio de la comunicación digital es crucial para la evaluación académica y social de la actividad investigadora y creadora; la Transversalidad de la Competencia Digital, alineando al personal con los estándares DigCompEdu para integrar estas herramientas didácticamente; y la Profesionalización del Comisariado, que hoy requiere la mediación y documentación digital efectiva de exposiciones y patrimonio. Capacitar a nuestro personal asegura que la producción artística y académica de la Universidad mantenga su relevancia y vanguardia en el ecosistema cultural contempoáneo.
Módulo 1. Ecosistema digital de comunicación en el arte La transformación digital de la comunicación en la práctica artística. Curación de Contenidos y su rol en la mediación patrimonial. Análisis de tendencias culturales y de comunicación

Práctica 1 (Trabajo autónomo, 1 hora): 1) Documento de ana¿lisis. Identificacio¿n de pu¿blico y plataformas. Definicio¿n del proyecto, Audience Persona principal, y las 3 plataformas ma¿s adecuadas justificadas. (30%)

Sesión 2

Fecha	02/06/2026
Num. de horas	2
Horario	12:00-14:00

Contenido

Eduardo Campuzano
La cultura digital es un territorio ineludible para la práctica, la investigación y la difusión artística. Este seminario aborda la necesidad crítica de formar a PDI, PTGAS y becarios en la gestión estratégica de contenidos digitales, esencial para la Facultad de Bellas Artes. La justificación se centra en tres ejes: Visibilidad e Impacto, ya que el dominio de la comunicación digital es crucial para la evaluación académica y social de la actividad investigadora y creadora; la Transversalidad de la Competencia Digital, alineando al personal con los estándares DigCompEdu para integrar estas herramientas didácticamente; y la Profesionalización del Comisariado, que hoy requiere la mediación y documentación digital efectiva de exposiciones y patrimonio. Capacitar a nuestro personal asegura que la producción artística y académica de la Universidad mantenga su relevancia y vanguardia en el ecosistema cultural contemporáneo.
Módulo 2. Análisis de audiencia y plataformas Creación de Audience Persona Definición estratégica de la comunicación (tone of voice y elección de plataformas) Toma de contacto con plataformas de contenido y social media
Práctica 1 (Trabajo autónomo, 1 hora): 1) Documento de análisis. Identificación de público y plataformas. Definición del proyecto, Audience Persona principal, y las 3 plataformas más adecuadas justificadas. (25%)

Sesión 3

Fecha	03/06/2026
Num. de horas	2
Horario	9:00-11:00

Contenido

María Abellán
La cultura digital es un territorio ineludible para la práctica, la investigación y la difusión artística. Este seminario aborda la necesidad crítica de formar a PDI, PTGAS y becarios en la gestión estratégica de contenidos digitales, esencial para la Facultad de Bellas Artes. La justificación se centra en tres ejes: Visibilidad e Impacto, ya que el dominio de la comunicación digital es crucial para la evaluación académica y social de la actividad investigadora y creadora; la Transversalidad de la Competencia Digital, alineando al personal con los estándares DigCompEdu para integrar estas herramientas didácticamente; y la Profesionalización del Comisariado, que hoy requiere la mediación y documentación digital efectiva de exposiciones y patrimonio. Capacitar a nuestro personal asegura que la producción artística y académica de la Universidad mantenga su relevancia y vanguardia en el ecosistema cultural contemporáneo.
Módulo 3. Narrativa transmedia y formatos clave Storytelling artístico y Estrategia Transmedia. Diseño de formatos de micro-contenido (vídeo vertical, infografías, threads). Software/Herramientas: introducción a software útil para la creación de contenidos.
Práctica 2 (Trabajo autónomo, 2 horas): 2) Borrador de Plan de Contenidos. Aplicación de narrativa y planificación estratégica Matriz de Contenidos para 1 mes: 3 Pilares Tema¿ticos, 6 ideas de contenido, formato, plataforma y una propuesta de copy. (50%)

Sesión 4

Fecha	03/06/2026
Num. de horas	2
Horario	12:00-14:00

Contenido

Eduardo Campuzano
La cultura digital es un territorio ineludible para la práctica, la investigación y la difusión artística. Este seminario aborda la necesidad crítica de formar a PDI, PTGAS y becarios en la gestión estratégica de

contenidos digitales, esencial para la Facultad de Bellas Artes. La justificación se centra en tres ejes: Visibilidad e Impacto, ya que el dominio de la comunicación digital es crucial para la evaluación académica y social de la actividad investigadora y creadora; la Transversalidad de la Competencia Digital, alineando al personal con los estándares DigCompEdu para integrar estas herramientas didácticamente; y la Profesionalización del Comisariado, que hoy requiere la mediación y documentación digital efectiva de exposiciones y patrimonio. Capacitar a nuestro personal asegura que la producción artística y académica de la Universidad mantenga su relevancia y vanguardia en el ecosistema cultural contemporáneo.
Módulo 4. Planificación, medición y optimización Creación del Calendario Editorial con Pilares de Contenido (Investigación, Creación, Docencia, Patrimonio). Definición de KPIs (Key Performance Indicators) para la cultura y la comunicación del arte y los artistas (engagement, reach). Uso de herramientas y métricas nativas para la iteración y optimización del plan.
Práctica 3 (Trabajo autónomo, 1 hora): 3) Propuesta de Medición. Habilidad para medir y proponer iteración. Definición de 3 KPIs para el proyecto propuesto y una breve explicación de cómo se mediri¿an los resultados para la optimización futura. (25%)

Ponentes de la Convocatoria	
Nombre y apellidos	D.ª MARÍA ABELLÁN HERNÁNDEZ
Nombre y apellidos	D. EDUARDO CAMPUZANO IZQUIERDO