



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
**ANÀLISI I CREACIÓ DE
CONTINGUTS EN XARXA**

Coordinació: SUAU GOMILA, GUILLEM

Any acadèmic 2022-23

Informació general de l'assignatura

Denominació	ANÀLISI I CREACIÓ DE CONTINGUTS EN XARXA			
Codi	101957			
Semestre d'impartició	1R Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals	1	OBLIGATÒRIA	Presencial
Nombre de crèdits assignatura (ECTS)	6			
Tipus d'activitat, crèdits i grups	Tipus d'activitat	PRAULA		TEORIA
	Nombre de crèdits	3		3
	Nombre de grups	1		1
Coordinació	SUAU GOMILA, GUILLEM			
Departament/s	FILOLOGIA CATALANA I COMUNICACIÓ			
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	Durant el curs es combinaran les anomenades "classes magistrals" amb la realització de tutories individualitzades, debats i treballs individuals i grupals. Cada alumne haurà de realitzar una sèrie d'exercicis individuals, farà els treballs indicats, lliurarà les pràctiques i realitzarà la prova final d'avaluació. Únicament podran realitzar la prova final l'alumnat que hagi assistit com a mínim al 80% de les sessions i que hagi entregat tots els treballs previs.			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	Català / castellà			
Distribució de crèdits	Crèdits totals: 6			
	Hores presencials: 60			
	Treball autònom: 90			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
SUAU GOMILA, GUILLEM	guillem.suau@udl.cat	6	

Informació complementària de l'assignatura

L'assistència és obligatòria i s'exigeix a l'alumnat arribar puntualment.

Les faltes d'assistència s'han de justificar amb justificant mèdic, laboral o de pràctiques reconegudes per la UdL enviat en format PDF per missatge privat al Campus Virtual amb l'assumpte «Justificant».

Els estudiants hauran de comprometre's a complir el *Codi Ètic* de la UdL.

La esfera mediàtica es troba en un procés de canvi continu des de la popularització d'internet, la digitalització dels mitjans i l'aparició de les xarxes socials digitals. En aquesta nova esfera mediàtica on els *social media* i els *traditional media* conviuen, ens trobem amb l'època històrica on és més senzill i ràpid accedir a la informació però, paradoxalment, és també un moment de proliferació de *fake news* i de tècniques periodístiques de dubtosa ètica com el 'clickbait'. Com deia Mark Deuze (2009), no vivim amb els mitjans, sinó en els mitjans i els ciutadans estem sotmesos a una immensa quantitat d'inputs, el que causa l'actual infodèmia en la que vivim. En la present assignatura estudiarem la digitalització dels mitjans i els seus reptes, forteses, febleses i oportunitats, així com reflexionarem sobre els hàbits de consum mediàtic i analitzarem l'estructura de l'esfera hipermediàtica actual.

Objectius acadèmics de l'assignatura

Reflexionar sobre l'actual esfera mediàtica i sobre els reptes, forteses, febleses i oportunitats del ciberperiodisme.

Conèixer els principals conceptes i perspectives teòriques en l'estudi dels cibermitjans.

Comprendre els conceptes bàsics que intervenen en els processos de comunicació i construcció de continguts periodístics, amb èmfasi en l'àmbit digital.

Analitzar els canvis que els social media han provocat en la comunicació i en l'esfera mediàtica.

Conèixer i aplicar eines de comunicació i periodisme digitals per a la producció de continguts periodístics.

Analitzar i crear continguts professionals i de qualitat adaptats a les xarxes socials i a l'esfera digital.

Competències

Generals

CG3. Aplicar els coneixements teòrics en l'activitat pràctica.

CG4. Desenvolupar coneixements d'informàtica aplicada i de sistemes digitals.

CG5. Desenvolupar la capacitat de gestió de la informació.

Específiques

CE13. Identificar i aplicar els fonaments teòrics i pràctics de la comunicació audiovisual i de la comunicació a internet.

CE14. Identificar i aplicar les lògiques i habilitats narratives i expositives específiques dels continguts audiovisuals i interactius de caràcter informatiu i no informatiu.

CE15. Desenvolupar la capacitat creativa en la realització audiovisual, multimèdia i interactiva dels diferents

gèneres.

Transversals

CT3. Adquirir capacitat en l'ús de les noves tecnologies i de les tecnologies de la informació i la comunicació.

Continguts fonamentals de l'assignatura

Continguts generals

Del massmedia al social media, recorregut pels principals canvis mediàtics des dels anys 70 fins a l'actualitat.

Principis bàsics del periodisme als mitjans digitals.

Nous models de periodisme i formes de difusió del contingut: fast vs slow journalism. Periodisme ciutadà i curació de continguts.

Els continguts periodístics a les xarxes socials digitals. Anàlisi i creació de continguts en xarxes socials digitals i plataformes interactives.

Comunicació algorítmica i control de la comunicació

Eines per a l'anàlisi i la creació de continguts en plataformes digitals interactives.

Periodisme en situacions de crisi i emergències a través de les xarxes socials digitals.

Els reptes del periodisme envers la polarització i els discursos d'odi als social media.

Eixos metodològics de l'assignatura

Classes magistrals. Exposició dels continguts de l'assignatura de manera oral per part del professor.

Col·loquis. Activitats d'intercanvi d'opinions entre l'alumnat sota la direcció del professor.

Debat dirigit. Promoure l'expressió i la comprensió oral en una conversa col·lectiva en la qual el tema pot ser preparat, però no el desenvolupament de les intervencions.

Seminari. Sessions de treball d'un grup més aviat reduït que investiga un tema mitjançant el diàleg i la discussió, sota la direcció del professor per a aprofundir sobre alguns tems específics.

Treball en grup. Activitat d'aprenentatge que s'ha de fer mitjançant la col·laboració entre els membres d'un grup.

Treball escrit. Activitat consistent en la presentació d'un document escrit.

Estudi de cas. Mètode empleat per estudiar un individu, institució, problema, etc. de forma contextual i detallada.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Dimecres 21 de setembre debat a classe a partir de la lectura '*Ibai Ilanos: mucho broadcasting y poco networking*'. Disponible a: <https://hipermediaciones.com/2021/08/29/ibai-broadcasting-networking/>

Dimecres 5 d'octubre els alumnes hauran d'entregar i presentar, de forma individual, una auto etnografia sobre els seus hàbits de consum mediàtic que, continguin una reflexió crítica sobre els seus usos dels mitjans.

Dimecres 26 d'octubre s'ha de lliurar i presentar, en grups de 6 persones, l'anàlisi d'un mitja que faci slow journalism.

Dimecres 2 de novembre s'haurà d'entregar i presentar, en grups de 6 persones, l'anàlisi dels social media d'un mitja de comunicació d'àmbit local, nacional o internacional.

Dimecres 16 de novembre farem debat sobre les lectures proposades a 'La invasión de los algoritmos' (2021) de José Antonio Gabelas-Barroso i de 'Algoritmo, el becario espabilado en los medios de comunicación' (2022) de David Corral.

Dimecres 21 de desembre els alumnes hauran de lliurar i presentar, en grups de 6 o 7 persones, el blog periodístic que hauran creat al llarg del curs i que ha de tenir un mínim de dues entrades de entre 1 i 2 pàgines de word cada una per membre del grup. A més s'ha de crear contingut multimèdia (àudio, vídeo i imatge) original pel blog.

Totes les entregues es faran a través del Campus Virtual. El professor es reserva el dret d'incloure nous debats sobre lectures d'actualitat que siguin d'interès per a aquesta assignatura, sempre avisant amb, com a mínim, una setmana d'antelació a l'alumnat i fent que la lectura estigui disponible a través del Campus Virtual.

Sistema d'avaluació

Assistència i participació a classe	20%* La participació als debats proposats a l'aula es part fonamental d'aquest percentatge de la nota.
Treballs: Anàlisis i cometari de textos	Auto etnografia 10%
	Anàlisi slow-journalism 10%
	Anàlisi social media 10%
	Creació i presentació del blog 30%
Examen final (dimecres 17 de gener de 16 a 18.00h; aula 1.03)	20%

Els estudiants que combinin els seus estudis amb una feina a temps complert o una feina a temps parcial amb horari coincident amb les classes tenen dret a demanar l'avaluació alternativa en un termini de 5 dies des del començament del semestre. Per més informació, envieu un correu electrònic a academic@lletres.udl.cat o adreceu-vos a la Secretaria de la Facultat de Lletres.

En cas de plagi, s'aplicarà el que estableix la 'Normativa de l'avaluació i la Qualificació de la Docència en els Graus i Màsters a La UdL'.

Els alumnes que hagin assistit com a mínim al 80% de les classes i hagin fet tots els treballs i l'examen i tinguin una nota mitjana inferior a 5 podran assistir a l'examen de recuperació. La recuperació es farà el dia 3 de febrer de 9 a 11h a l'aula 1.03. En cap cas podran fer la recuperació alumnes amb una nota mitjana igual o superior a 5.

Bibliografia i recursos d'informació

Apablaza-Campos Alexis, Morales Vargas Alejandro, Lopezosa Carlos, Salvat Josep i Codina Luís (2020). **Social Media Live Streaming (SMLS) en medios digitales: el uso de Periscope, Facebook Live y YouTube Live en cibermedios chilenos.** *Digitos: revista de comunicación digital.* 6:219-38. DOI: 10.7203/rd.v1i6.145

Aparici, Roberto i Martínez-Pérez, Jorge (2021). **El algoritmo de la incertidumbre.** Gedisa: Barcelona

Arroyas-Langa, Enrique; Pérez-Díaz, Pedro; Pérez-Escolar, Marta (2022). **El debate público en la red: polarización, consenso y discursos de odio.** Comunicación Social: Barcelona.

Campos-Domínguez, Eva i García-Orosa, Berta (2018). **Comunicación algorítmica en los partidos políticos: automatización de producción y circulación de mensajes.** *El profesional de la información,* 27(4), 769-777. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.06>

- Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Mazzoleni, Gianpietro i Porlezza, Colin (Eds.) (2014). **Journalists and media accountability. An international study of news people in the digital age**. Peter Lang Publishing
- Franco, Guillermo. (2008). **Cómo escribir para la Web**. Knight Center for Journalism in the Americas. <https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/How-to-write-for-the-Web-esp.pdf>
- Greenwood, Sue (2017). **Future Journalism. Where We Are and Where We're Going**. Routledge.
- Guallar, Javier (2014). **El content curator**. Editorial UOC.
- Jaraba, Gabriel(2015). **Twitter para periodistas: cómo usar con profesionalidad el microblogging para sacar partido de la red**. Editorial UOC. <http://www.digitallpublishing.com/a/38008>
- Jenkins, Henry, Ford, Sam i Green, Joshua. (2015). **Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red**. GEDISA.
- Keen, Andrew (2016). **Internet no és la resposta**. Catedral.
- Le Masurier, Megan (2018). **Slow Journalism**. Routledge.
- McChesney, Robert (2015). **Desconexión digital: cómo el capitalismo está poniendo a internet en contra de la democracia**. El Viejo Topo.
- Morales-Vargas, Alejandro, Pedraza-Jiménez, Rafael i Codina, Luís (2022). **Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza**. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 39-63. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1515>
- Noguera-Vivo, José Manuel (2015). **Todos, todo: manual de periodismo, participación y tecnología**. Editorial UOC.
- Pelliser-Rossell, Nel·lo i Oleaque-Moreno, Joan M. (eds.) (2019). **Mutaciones discursivas en el siglo XXI: La política en los medios y en las redes**. Tirant Humanidades.
- Pérez-Soler, Susana (2017). **Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales**. Editorial UOC.
- Peters, Chris i Broersma, Marcel (Eds.). (2017). **Rethinking Journalism Again. Societal role and public relevance in a digital age**. Routledge.
- Puentes-Rivera, Iván, Campos-Freire, Francisco i López-García, Xosé (Coords.) (2018). **Periodismo con futuro**. Media XXI.
- Redondo, Myriam (2018). **Verificación digital para periodistas: manual contra bulos y desinformación internacional**. Editorial UOC.
- Sáez, Albert. (2015). **El Periodisme després de Twitter: notes per a repensar un ofici**. Tres i Quatre.
- Salazar, Idoia i Benjamins, Richard (2022). **El algoritmo y yo. Guía de convivencia entre seres humanos y artificiales**. Anaya: Madrid.
- Salvatierra, Ramón (Coord.). (2016). **Ciberperiodismo en Iberoamérica**. Ariel. <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/479/>
- Sampedro, Víctor (2018). **Diética digital. Para adelgazar al Gran Hermano**. Icaria Editorial.
- Sánchez-Calero, María Luisa i Limón-Naharro, Pilar (2017). **La construcción de la noticia y el papel de los social media y los Periodismos Ciudadanos en la gestión de la información de desastres o catástrofes naturales**. Egrejus.
- Sanjurjo-Rebollo, Beatriz (2015). **Manual de Internet y redes sociales: una mirada legal al nuevo panorama de**

las comunicaciones en la red, con especial referencia al periodismo digital, propiedad intelectual, protección de datos, negocios audiovisuales, ecommerce, consumidores, marketing online y publicidad digital. Dykinson.

Sehl, Annika; Cornia, Alessio; Nielsen, Rasmus Kleis (2018). **Public Service News and Social Media.** Reuters Institute for the Study of Journalism.

Suau Gomila, Guillem; Mora-Rodríguez, Michael; Pont-Sorribes, Carles (2022). **Twitter como herramienta de comunicación de emergencias: análisis de los perfiles institucionales y propuestas de mejora a partir de los atentados de Barcelona y Cambrils de 2017.** *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(2), 433-446. <https://doi.org/10.5209/esmp.77692>

Tranche, Rafael (2019). **La máscara sobre la realidad: la información en la era digital.** Alianza Editorial.

Van-Dijck, José (2019). **La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales.** Siglo XXI Editores.

Villar-Rodríguez, Jorge (2016). **Gestión y planificación de redes sociales profesionales: Todo lo que debes saber para gestionar correctamente redes sociales corporativas.** Deusto.

Zuazo, Natalia (2018). **Los dueños de internet: Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo.** Debate.

Observatoris i publicacions electròniques de crítica de mitjans

- Ética Segura: <http://www.fnpi.org/es/etica-segura>
- European Journalism Observatory: <http://en.ejo.ch/>
- Mèdia.cat: <http://www.media.cat/>
- Poynter.org: <http://www.poynter.org/>
- Columbia Journalism Review: <http://www.cjr.org/>
- Project Censored: <http://projectcensored.org/>
- The Media Blog: <http://www.themediablog.co.uk/>

Pàgines web i blocs d'actualitat del sector

- Mediagazer: <http://mediagazer.com/>
- Nieman Lab: <http://www.niemanlab.org/>
- PressGazette: <http://www.pressgazette.co.uk/>
- Pew Research Center: <http://www.journalism.org/>
- Journalism.co.uk: <https://www.journalism.co.uk/>
- Reuters Institute for the Study of Journalism: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>
- Clases de Periodismo: <http://www.clasesdeperiodismo.com/>
- Comunicació21: <http://comunicacio21.cat/>