



GUIA DOCENT
**GÈNERES I FORMATS PER A
INTERNET I NOVES PLATAFORMES**

Coordinació: VISA BARBOSA, MARIONA

Any acadèmic 2022-23

Informació general de l'assignatura

Denominació	GÈNERES I FORMATS PER A INTERNET I NOVES PLATAFORMES			
Codi	101979			
Semestre d'impartició	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals	3	OPTATIVA	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	VISA BARBOSA, MARIONA			
Departament/s	FILOLOGIA CATALANA I COMUNICACIÓ			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
VISA BARBOSA, MARIONA	mariona.visa@udl.cat	6	

Objectius acadèmics de l'assignatura

Identificar les característiques bàsiques de la comunicació a través de internet.

Identificar les formes de realització i distribució de continguts audiovisuals i multimèdia generats pels usuaris a través de diferents mitjans interactius.

Demostrar coneixement de les principals línies d'evolució d'Internet des de la perspectiva del seu ús social i del seu desenvolupament com a tecnologia i com a indústria.

Analitzar els diferents gèneres i formats audiovisuals multimèdia i interactius.

Identificar els processos de convergència digital.

Identificar els diferents patrons genèrics procedents de la ficció, el documental i l'entreteniment que incorporen com a característica específica la interactivitat.

Competències

Competències:

Generals

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

CG4. Desenvolupar coneixements informàtics aplicats 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 distints 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

TEMA 1: LA NOVA ECOLOGIA MEDIÀTICA. NARRATIVA TRANSMEDIA, CROSSMEDIA I MULTIPLATAFORMA. Del broadcasting al narrowcasting: el concepte long tail. Narratives transmedia de ficció i de no-ficció. Els agents en la creació de continguts en xarxa. Canon versus contingut generat per l'usuari. El fandom.

TEMA 2: GÈNERES I FORMATS PER A INTERNET I NOVES PLATAFORMES. Bloggers, youtubers i streamers. Xarxes socials: De Facebook a Tik Tok. L'era del podcasting. La distribució de continguts a través de butlletins electrònics.

Eixos metodològics de l'assignatura

1. Classes magistrals presencials: Exposició dels continguts de l'assignatura de forma oral per part del professor

2.Seminaris i debats dirigits a partir d'estudis de casos: Promoure l'expressió i la comprensió oral en una conversa col.lectiva en la que el tema pugui ser preparat, però no el desenvolupament de les intervencions. Sessions de treball en grups reduïts per investigar un tema mitjançant el diàleg i la discussió, sota la direcció d'un professor, per a aprofundir sobre temesmonogràfics, a partir de la informació proporcionada prèviament pel professorat.

3. Treball en grup. Activitat d'aprenentatge que es fa mitjançant la col.laboració entre els membres d'un grup.
4. Estudi de casos. Mètode utilitzat per a estudiar un individu, una institució, un problema, etc. de manera contextual i detallada

Pla de desenvolupament de l'assignatura

FEBRER

Dia 6 Explicació de l'assignatura
Dia 7 Teoria TEMA 1
Dia 13 (19.00-20-00h) Teoria TEMA 1
Dia 14 (19.00-20-00h) Teoria TEMA 1
Dia 20 (19.00-20-00h) Teoria TEMA 1
Dia 21 (19.00-20-00h) Teoria TEMA 1
Dia 28 Teoria lectures classe + lliurament preguntes

Dia 29 Bloggers, youtubers, streamers

MARÇ

Dia 6 Narracions a twitter. La curació de contingut
Dia 7 Pràctica 1 Curació de continguts
Dia 13 Xarxes Socials Instagram / TikTok
Dia 14 Pràctica 2 Copywriting
Dia 20 L'era del podcasting
Dia 21 El podcast: de l'idea al programa
Dia 27 Els butlletins electrònics
Dia 28 Pràctica 3 Butlletins electrònics

ABRIL

Dia 3,4 i 10 d'abril SETMANA SANTA

Dia 11: Pràctica 4: Podcast

Dia 17: Lectures + Borsa de preguntes

Dia 18: Lectures + Borsa de preguntes

Dia 24, 25 SETMANA DE LA COMUNICACIÓ

Dia 28: Masterclass (9.30-13.30h)

MAIG

Dia 2 Lliurament borsa de preguntes

Dia 8 Lectura

Dia 9 Examen

Dia 15 Exposicions dels alumnes

Dia 16 Exposicions dels alumnes

Dia 22 Exposicions dels alumnes

Dia 23 Exposicions dels alumnes

Hores presencials: 60 hores:

- Classes magistrals presencials o no presencials
- Seminaris
- Exposicions dels alumnes
- Activitats avaluatives
- Tutories

Hores no presencials: 90

- Classes magistrals no presencials
- Seminaris no presencials, amb visionats o lectures programades per tal de procedir a posteriors debats a través del campus virtual
- Exposicions dels alumnes de forma virtual

Treball autònom de l'alumne 90 hores

Les classes seguiran aquest format en cas de confinament:

- Classe magistral a partir de videoconferència o diapositives sonores
- Estudis de cas i treball dels alumnes a través de l'eina que possibilita fer grups en les videoconferències
- Exposicions dels alumnes i debat posterior a través del Forum del Campus Virtual

Sistema d'avaluació

- 25%: Examen teòric. Borsa de preguntes treballades durant el curs.
- 35 % Expansió transmedia d'un dels llibres proposats a: Podcast (20 min), Instagram / TikTok (12 publicacions al feed) i Newsletter (3).
 - Podcast: estructura periòdica (sintonia + intro+ secció 1 i secció 2). Redacció de l'escaleta i enregistrament.
 - Instagram / TikTok: Estructura i creació de contingut. Social media plan i publicacions.
 - Newsletter: Estructura i redacció de contingut. Social media plan i publicacions.
 - Presentació a classe: Definició de l'emissor (Qui som), objectius, moodboard i referents, disseny corporatiu (naming i logo), pressupost.
- 20 % Participació a les activitats en grup proposades a les classes.
- 20 % Lliurament individual de les preguntes de 4 lectures que formaran part de la borsa de preguntes d'examen.

"Els estudiants que combinin els seus estudis amb una feina a temps complet 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 adreueu-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 U

LLIBRES PER L'EXPANSIÓ TRANSMEDIA

GALLARDO, Miguel. (2007) *Maria y yo*. Astiberri ediciones.

KOBABE, Maia. (2020). *Género Queer*. Astronave.

HESSE, María. (2019). *El placer*. Lumen

FONOLLOSA, José. (2021). *Refugio*. Grafito Editorial.

LLOR, FERNANDO; PORTO, MIGUEL. (2020). *Subnormal. Una historia de acoso escolar*. Evolution Comics.

RAMÍREZ, David. (2020). *Conviviendo 19 días*. Norma editorial.

REY, Javi. (2017). *Intemperie*. Planeta editorial.

ROCA, Paco. (2007). *Arrugas*. Astiberri.

ROS, Ilu. (2019). *Cosas nuestras*. Lumen.

SATRAPI, Marjane. (2003) *Bordados*. Norma editorial.

TELGEMEIER, Rania. (2020). *Coraje*. Maeva ediciones.

VV.AA. (2018). *Viajes dibujados*. Altair Magazine. Número Especial 2018

ZHOW WU, Quan. (2020). *Gente de aquí. Gente de allí*. Astiberri.

Bibliografía i recursos d'informació

- ARABA, Gabriel. (2014). *Periodismo en Internet: cómo escribir y publicar contenidos de calidad en la red*. Madrid: Editorial Ma non troppo
- CASTELLS, M. (2001): *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Areté.
- CEREZO, Pepe. (2018). *Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio*. Editorial UOC
- CRISÓSTOMO, Raquel, et al. (2016). 'Fannibals' ministéricos: el poder del 'Fandom'. .
- DANS, Enrique. (2009): "Microblogging, Medios y Redes Sociales", Cuadernos de Comunicación Evoca, n. 1, pp. 36-37.
- FREIRE, Alfonso. (2018). *La nueva narrativa transmedia de la generación Google Kids*. Editorial UOC.
- GARCÍA MARÍN, David. (2016). "Podcasting y transmedia: el transcasting." Master Thesis, Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Facultad de Educación
- GINER, David. (2017). *Social Media Marketing en destinos turísticos. Implicaciones y retos de la evolución del entorno online*. Editorial UOC.
- GUALLAR, Javier. ; LEIVA-AGUILERA. (2013). *El content curator*. UOC, Barcelona.
- JENKINS, Henru. (2008) *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós
- LINARES DE PALOMAR, Rafael; NEIRA BORRAJO, Elena. (2017). *Serial, el programa radiofónico que resucitó el podcasting*. Libros
- MANOVICH, Lev. (2007). *Comprender los medios híbridos*. Inédito.
- NOGUERA VIVÓ, José Manuel. (2015). *Todos, todo. Manual de periodismo, participación y tecnología*; Editorial UOC
- SCOLARI, Carlos. (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto S.A. Ediciones
- VIDAL, Montse. (2018). *Sonokey: el método de impulso emocional y mnemotécnico para las marcas*. Editorial UOC