



GUIA DOCENT

GÈNERES I FORMATS PER A INTERNET I NOVES PLATAFORMES

Coordinació: VISA BARBOSA, MARIONA

Any acadèmic 2023-24

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 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. Cànon versus contingut generat per l'usuari. El fandom.

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

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 temes monogràfics, 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 5	Explicació de l'assignatura
Dia 6	TEMA 1
Dia 12	TEMA 1
Dia 13	TEMA 1
Dia 19	TEMA 1
Dia 20	TEMA 1
Dia 26	SEMINARI "Viure d'escriure. El copywriting com a professió", amb Cristina Fuertes
Dia 27	Lliurament de preguntes 1
MARÇ	
Dia 4	Pràctica 1: Copywriting
Dia 5	TEMA 2
Dia 11	Pràctica 2: Curació de contingut
Dia 12	TEMA 2
Dia 18	Pràctica 3: Butlletins electrònics
Dia 19	Tutoria/ Explicació gravació pòdcasting+ Lliurament de preguntes 2
ABRIL	
Dia 2 (17-21h)	SEMINARI "Business communication" amb Agnieska Marzedda
Dia 8	No hi ha classe
Dia 9 (17-19h)	TEMA 2
Dia 15-16-17-18	SETMANA DE LA COMUNICACIÓ
Dia 22	TEMA 2
Dia 23	TEMA 2
Dia 29	TEMA 2 + Lliurament de preguntes 3
Dia 30	SEMINARI "Tècniques de generació de continguts amb intel·ligència artificial", amb Enrique San Juan
MAIG	
Dia 6	TEMA 2
Dia 7	Exposicions del llibre + Lliurament de preguntes 4
Dia 13	Tutories
Dia 14	EXAMEN
Dia 20	Exposicions dels alumnes
Dia 21	Exposicions dels alumnes

Sistema d'avaluació

AVALUACIÓ:

- 30%: Examen teòric. Borsa de preguntes treballades durant el curs.
- 30 % Projecte de comunicació digital a partir de l'expansió transmedia d'un dels llibres proposats. Grups de 3 persones. Estructura: Definició del projecte (emissor, objectius), referents, breu disseny corporatiu (naming i logo), social media plan, finançament. Presentació a classe: 20 minuts (inclou l'escolta d'un màxim de 5 min del pòdcast): -
 1. Pòdcast: estructura periòdica (sintonia + intro+ secció 1 i secció 2). Redacció de l'escaleta i enregistrament
 2. Instagram / TikTok: Estructura i creació de contingut. Social media plan i 9 publicacions.
 3. Butlletí electrònic: Estructura i redacció de contingut. Social media plan i 3 publicacions entre el 6 de maig i el dia de la presentació.
- 20 % Participació a les activitats proposades a les classes: Ressenya oral individual. Grups de 3: Curació de contingut, Copywriting, Butlletí electrònic.
- 20 % Lliurament periòdic individual de preguntes relatives a 4 lectures o activitats de classe (15 preguntes x persona).

"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 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 U

LECTURES A ESCOLLIR PER DESENVOLUPAR EL PROJECTE DIGITAL:

- ALTARRIBA, Eduard. *Migrants*
- GALLARDO, Miguel. (2007) *María y yo* . Astiberri ediciones.
- KOBABE, Maia. (2020). *Género Queer*. Astronave.
- LLOR, F; PORTO. M. (2020) *Subnormal. Una historia de acoso escolar*. Pannini Books
- HERNÁNDEZ, P. (2021). *En camino*. La cúpula
- HESSE, María. (2019). *El placer*. Lumen
- PARDO, Mariano (2022). *Becky Riot*. Editorial Astiberri.
- RAMÍREZ, David. (2020). *Conviviendo 19 días*. Norma editorial.
- ROCA, Paco. (2007). *Arrugas*. Astiberri.
- ROS, Ilu. (2019). *Cosas nuestras*. Lumen.
- SARRAIMA; Oscar; PARDINA, Ramon. (2023). *El president de Barcelona*. Doble tinta.
- SATRAPI, Marjane. (2003) *Bordados*. Norma editorial.
- SROMQUIST, LIZ. (2022) *Dins la sala de miralls*. Finestres editorial.
- TAMAKI, Jillian i Marika (2023). *Roaming*. Finestres editorial.
- TELGEMEIER, Rania. (2020). *Coraje*. Maeva ediciones.

- VV.AA. (2018). *Viajes dibujados*. Altair Magazine. Número Especial 2018
- VV.AA. (2023). *Padrines. Cròniques de maternitat i criança d'una generació silenciada*. Doble tinta.
- 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.
- CERESO, 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