

**Tecnologies i Sistemes de Producció i Gestió de  
Continguts Digitals**

Codi: 43964  
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4316493 Periodisme i Innovació en Continguts Digitals	OB	0	1

### Professor/a de contacte

Nom: Santiago Giraldo Luque

Correu electrònic: Santiago.Giraldo@uab.cat

### Equip docent

Xavier Salla Tranche

### Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

### Prerequisits

L'assignatura exigeix un coneixement a nivell d'usuari de bases de dades i de sistemes d'edició de contingut en format multimèdia (html)

### Objectius

El mòdul respon a la necessitat que el professional de la informació conegui els usos i possibilitats que la tecnologia ofereix per al desenvolupament del seu treball quotidià referit a la gestió i producció de continguts. Els continguts digitals -i les tecnologies que faciliten la seva gestió- impliquen un coneixement tècnic, crític i pràctic per part del periodista / comunicador a partir de dues condicions bàsiques: la identificació de les possibilitats tecnològiques sobre la creació i la gestió de la informació dins de un context professional (mitjans, empresa, gestió organitzacional); i la capacitat de gestionar el flux d'informació específic a partir d'una proposta innovadora i capaç d'aprofitar les eines i formats multiplataforma disponibles.

L'objectiu principal del mòdul és dotar d'habilitats a l'estudiant perquè sigui capaç d'apreciar l'entorn tecnològic que l'envolta i perquè introdueixi en la seva pràctica professional informativa les possibilitats que les TIC ofereixen per al seu desenvolupament com a periodista / comunicador.

### Competències

- Aplicar les eines de gestió, anàlisi, organització i planificació de la informació d'acord amb objectius i projectes informatius específics.
- Comprendre i analitzar les tendències i les dinàmiques del canvi en l'ecosistema comunicatiu, informatiu i regulador de l'empresa periodística del segle XXI.
- Conèixer i avaluar els processos de gestió i producció de contingut digital informatiu, i proposar solucions innovadores que integrin més de les tecnologies de la informació i la comunicació.
- Crear i gestionar publicacions periodístiques que continguin elements innovadors a partir de la introducció aplicada de les TIC.
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Treballar en equips de forma coordinada i col·laborativa, i demostrar habilitats per contribuir en equips interdisciplinaris.

## Resultats d'aprenentatge

1. Assumir diversos rols dins d'un equip de treball en una redacció periodística, aportant el seu coneixement.
2. Col·laborar de manera coordinada a la producció periodística dins d'un entorn simulat de generació d'informació.
3. Comprendre l'existència de nous perfils professionals i la definició dels seus rols dins del context informatiu.
4. Demostrar capacitat de treball autònom i autodisciplina amb la culminació i presentació d'un Treball de Final de Màster.
5. Demostrar coneixements que serveixin per a plantejar idees originals orientades a la concepció d'un projecte de recerca.
6. Identificar i utilitzar els mecanismes de regulació i la legislació aplicable a les polítiques de la comunicació.
7. Integrar coneixements adquirits a la pràctica de resolució d'un problema de recerca.
8. Plantejar un projecte de recerca que, amb un mètode científic, pugui aplicar-se a resoldre un problema concret relacionat amb el periodisme i la comunicació digital.
9. Presentar les conclusions del treball de recerca en diferents formats de manera clara i dirigida a públics diversos.
10. Proposar i seleccionar metodologies d'avaluació aplicada sobre l'ús de tecnologies de la informació i la comunicació en la producció i la gestió dels continguts periodístics.
11. Proposar, en funció dels continguts produïts per l'empresa periodística, diferents estratègies de posicionament digital per als productes comunicatius realitzats.
12. Reconèixer les propietats específiques del consum digital informatiu dels usuaris amb l'objectiu de planificar una acció d'estratègia digital.
13. Reconèixer les tendències i dinàmiques del canvi en l'ecosistema comunicatiu per integrar-se d'una manera ràpida i eficient en un entorn real de desenvolupament professional.

## Continguts

La tecnologia web, llenguatges de programació i gestors de contingut digital

Internet: algoritmes, formats i llenguatges bàsics

Principals sistemes de gestió de continguts

Disseny estructurat de llocs web

Gestió de continguts digitals

Cobertures i jerarquies informatives digitals

Gestió, sincronització i automatització multiplataforma de continguts (transmèdia)

Visualització i eines de Gestón de contingut

Aplicacions mòbils

Frameworks de desenvolupament i distribució de continguts mòbils, entorns i metodologies de desenvolupament

Geolocalització i sistemes d'adquisició de context.

Sistemes de realitat augmentada mòbil

Periodisme de dades

Periodisme i big data

Eines i tècniques per a l'extracció, de dades i amb fins periodístics

Extractors digitals d'informació i API

Tècniques bàsiques de visualització de dades

## Metodologia

El curs farà servir diferents metodologies per al desenvolupament dels seus continguts. Principalment es centrarà en l'estudi i resolució de casos pràctics-reals d'aplicació i construcció del coneixement. Així mateix, s'impartiran algunes sessions magistrals i es convidarà als estudiants a realitzar diferents treballs d'aplicació pràctica que pretenen resoldre problemes concrets de les empreses periodístiques.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classe magistral	6	0,24	3, 6, 7, 10, 12, 13
Pràctiques d'aula i desenvolupament de casos d'estudi	39	1,56	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Tipus: Supervisades			
Tutories	30	1,2	2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13
Tipus: Autònomes			
Preparació de treballs i realització de lectures	75	3	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

## Avaluació

El curs tindrà una avaluació continuada amb els següents mètodes de seguiment:

1. Assistència i participació activa a classe (15%)
2. Assistència a les activitats de tutoria (5%)
3. Lliurament i presentació de treballs (40%)
4. Desenvolupament i seguiment als casos d'estudi plantejats (40%)

Les estudiants hauran d'aprovar tots els components de l'avaluació per poder obtenir una qualificació aprovatòria de l'assignatura.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. Per poder-se presentar a la recuperació de l'assignatura, s'haurà hagut d'obtenir la nota mitjana de 3,5. Les activitats que queden excloses del procés de recuperació són el desenvolupament i seguiment als casos d'estudi plantejats i l'assistència a les activitats de tutoria.

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació activa a classe	15%	0	0	3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Desenvolupament i seguiment als casos d'estudi plantejats	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Lliurament i presentació de treballs i pràctiques	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Tutories	5%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

## Bibliografia

Bibliografia general del curs (En les sessions s'incorporaran lectures més específiques)

Amenta, E., Elliott, T.A., Shortt, N., Tierney, A.C., Türkoğlu, D., & Vann, B. (2017). From bias to coverage: What explains how news organizations treat social movements. *Sociology Compass*, 11, 1-12. DOI 10.1111/soc4.12460

Banis, Davide (2018). Is immersive content the future of journalism?, *Medium*. Available at: <https://bit.ly/2LwQ6IC>

Boyd, D., Ellison, N. (2008). "Social network sites: Definition, history and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), Pp: 210-203. Doi: doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.

Bradshaw, P. (2018). *The Online Journalism Handbook*. London: Routledge.

Bradshaw, Paul (2017). What changed in 2017 - and what we can expect in 2018 (maybe), *Online Journalism*. Available at: <https://bit.ly/2JqdK2E>

Bull, Andy (2018). Masterclass 9. 2018 essential update for Multimedia Journalism, *Andu Bull*. Available at: <https://bit.ly/2kXubIX>

Bulut, Z.A., Doğan, O. (2017). "The ABCD typology: Profile and motivations of Turkish social network sites users". *Computers in Human Behavior*, 67, Febrero, 73-83. (DOI: 10.1016/j.chb.2016.10.021)

Cho, Jaecho; De-Zuniga, Homero; Rojas, Hernando; Shah, Dhavan (2003). "Beyond Access: The Digital Divide and Internet Uses and Gratifications". *It & Society*, v.1, n.5, pp. 106-132.

Chung, T., Anaza, N. A., Park, J., Phillips, A. H. (2016). "Who's behind the screen? Segmenting social venture consumers through social media usage". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, Pp. 288-295.

Fuchs, Christian (2014). *Social Media. A critical introduction*. Thousand Oaks: Sage.

Gil de Zuniga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 319-336

Gingras, Richard (2018). News Then, News Now: Journalism in a Digital Age, *Medium*. Available at: <https://bit.ly/2LwOGri>

- Giraldo-Luque, S., Villegas-Simón, I. (2017). "El uso de las redes sociales por los parlamentos como herramienta de participación política. Estudio de caso latinoamericano y europeo". *El Profesional de la Información*, 26 (3), Pp. 430-437.
- Jones, Sarah (2017) Disrupting the narrative: immersive journalism in virtual reality, *Journal of Media Practice*, 18:2-3, 171-185, DOI: [10.1080/14682753.2017.1374677](https://doi.org/10.1080/14682753.2017.1374677)
- Karhunen, Panu. (2017). Closer to the Story? Accessibility and Mobile Journalism. Reuters Institute Fellowship Paper. University of Oxford.
- Lara, T. (2008). "La nueva esfera pública: los medios de comunicación como redes sociales". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 76, Pp. 128-131.
- Marwick, Alice. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New Haven: Yale University Press.
- Meeks, Elijah (2018). What Charts Say, *Medium*. Available at: <https://bit.ly/2JwvFo8>
- Page, Ruth (2012). "The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags". *Discourse & Communication*, n.6, v.2, pp. 181-201. Doi: 10.1177/1750481312437441
- Pariser, Eli (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. Nueva York: The Penguin Press.
- Perreault, Gregory & Stanfield, Kellie. (2018) Mobile Journalism as Lifestyle Journalism?, *Journalism Practice*, DOI: [10.1080/17512786.2018.1424021](https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1424021)
- Ruano, L.E., Congote, E.L., Torres, A.E. (2016). "Comunicación e interacción por el uso de dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales en estudiantes universitarios". *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*. 19. Pp. 15-31
- Shyam Sundar, S., Kang, Jin., Oprean, Danielle. (2017). Being There in the Midst of the Story: How Immersive Journalism Affects Our Perceptions and Cognitions. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(11), 672-682
- Sunstein, Cass. (2009). *Republic.com 2.0*. New Jersey: Princeton University Press.
- Sunstein, Cass. (2017): *#Republic. Divided Democracy in the age of Social Media*. New Jersey: Princeton University Press.
- Tufte, Thomas (2015). *Comunicación para el cambio social*. Barcelona: Icaria.
- Van Damme, Kristin, All, A., De Marez, L., & Van Leuven, S. (2018). Immersive journalism: an experimental study on the effect of 360° video journalism on presence and distant suffering. Presented at the Etnaal van de Communicatiewetenschap.
- Yang, Guobin (2016). "Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter". *Media and Communication*, v.4, n.4, pp. 13-17. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>
- Zizek, Slavoj. (2010). *El acoso de las fantasías*. Madrid: Siglo XXI.