

**Gestió de Continguts i Usabilitat en Mitjans  
Interactius Generats pels Usuaris**

Codi: 103043

Crèdits: 6

| Titulació                       | Tipus | Curs | Semestre |
|---------------------------------|-------|------|----------|
| 2501928 Comunicació Audiovisual | OT    | 4    | 1        |

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

### Professor/a de contacte

Nom: Adrian Padilla Molina

Correu electrònic: Adrian.Padilla@uab.cat

### Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

### Prerequisits

Assignatura de quart curs del grau de comunicació audiovisual. Cal que els estudiants estiguin mínimament familiaritzats en l'ús de plataformes de publicació de continguts a Internet. Bona part de la bibliografia és en anglès pel que també es fa necessari un bon nivell de lectura en aquesta llengua.

### Objectius

Adquirir coneixements bàsics i actuals en les disciplines adjacents a la creació de continguts digitals: disseny, usabilitat, publicació, analítica web, atracció de trànsit en cercadors (SEO) i xarxes socials (SMO) i generació de negoci.

Adquirir un major coneixement dels aspectes tecnològics vinculats a publicació i difusió de continguts digitals.

Desenvolupar una major cultura digital tocant tant la vessant més teòrica com la més pràctica.

Introduir-se en l'ús d'eines d'analítica web, SEO i SMO així com en les funcionalitats pròpies dels gestors de continguts professionals.

### Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps i les elaboracions conceptuals, així com el seu valor per a la pràctica professional.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.

- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.

## Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar la dimensió econòmica dels mitjans de comunicació.
2. Aplicar el pensament científic amb rigor.
3. Aplicar els principis teòrics a l'anàlisi dels processos audiovisuals.
4. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
5. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
8. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
9. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
10. Fonamentar els corrents semiòtics contemporanis i aplicar-los a la comunicació i al periodisme.
11. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
12. Gestionar el temps de manera adequada.
13. Identificar els fenòmens i plantejar els problemes teòrics relatius a la comunicació audiovisual.
14. Identificar els principis teòrics de la producció i el consum audiovisuals.
15. Valorar els impactes socials de la mediació tecnològica en la comunicació contemporània.

## Continguts

1. Continguts i Cultura Digital.
  - 1.1. Algoritmes i cambra d'eco (echo chamber).
2. Tecnologies de publicació: de l'HTML als CMS.
3. Disseny, Usabilitat i Arquitectura de la Informació.
4. Anàlisi Web.
5. Atracció de trànsit d'usuaris.
  - 5.1. Cercadors (Search Engine Optimization).
  - 5.2. Xarxes Socials (Social Media Optimization).
6. Visualització de dades.

## Metodologia

### Activitats dirigides

- a) Classes magistrals: explicació dels conceptes teòrics i pràctics.
- b) Seminaris: treball en grup i/o activitats de seguiment d'una publicació digital.
- c) Pràctiques de laboratori: gestió d'una publicació digital.

### Activitats supervisades

- a) Tutories presencials individuals o en grup. La finalitat és resoldre problemes d'aprenentatge i dubtes.

### Activitats autònomes

- a) Estudi: lectura i síntesi de textos històrics, científics i divulgatius.
- b) Visionat de materials audiovisuals i multimèdia.
- c) Gestió d'una publicació digital.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informará dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

## Activitats formatives

| Títol                           | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge                          |
|---------------------------------|-------|------|---------------------------------------------------|
| Tipus: Dirigides                |       |      |                                                   |
| Classes Magistral               | 15    | 0,6  | 1, 2, 3, 7, 8, 10, 13, 14, 15                     |
| Pràctiques de laboratori        | 22,5  | 0,9  | 4, 5, 6, 8, 9, 12                                 |
| Seminaris                       | 15    | 0,6  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 |
| Tipus: Supervisades             |       |      |                                                   |
| Tutories                        | 7,5   | 0,3  | 1, 3, 7, 8, 10, 13, 14, 15                        |
| Tipus: Autònomes                |       |      |                                                   |
| Estudi                          | 32,5  | 1,3  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15        |
| Gestió d'una publicació digital | 30    | 1,2  | 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 15                   |
| Visionat de materials           | 20    | 0,8  | 1, 3, 4, 5, 6, 10, 12, 13, 14, 15                 |

## Avaluació

L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

- Examen teòric, 30% sobre la qualificació final
- Treball de gestió d'una publicació digital, 40% sobre la qualificació final
- Seminaris, 30% sobre la qualificació final

Per poder aprovar l'assignatura, caldrà treure una nota mínima de 5 en les tres activitats. 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. El treball de gestió d'una publicació digital (40% sobre la qualificació final) queda exclòs del procés de recuperació.

La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

## Activitats d'avaluació

| Títol     | Pes | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge                       |
|-----------|-----|-------|------|------------------------------------------------|
| Examens   | 30% | 3     | 0,12 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15     |
| Pràctica  | 40% | 1,5   | 0,06 | 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 15                |
| Seminaris | 30% | 3     | 0,12 | 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 |

## Bibliografia

Anderson, Chris. (2007). *La Economía long tail: de los mercados de masas al triunfo de lo minoritario*. Barcelona: Urano.

Biung-Chul, Han. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder Editorial.

Bolter, Jay David & Grusin, Richard. (2000). *Remediation, Understanding New Media*. Cambridge (Massachussets): MIT Press.

Boyd, Danah & Ellison, Nicole. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Cardon, Dominique. (2018). *Con que sueñan los algoritmos: nuestros sueños en el tiempo de los big data*. Madrid: Dado ediciones.

González de la Garza, Luis Miguel (2015). *Redes sociales, instrumentos de participación democrática*. Madrid: Dykinson.

Franquet, Rosa; Soto, Maria Teresa; Ribes, Francesc Xavier; & Fernández, David. (2005). *Assalt a la Xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació en català*. Col·legi de Periodistes.

Gillmor, Dan. (2004). *We the Media. Grassroots Journalism by the People for the People*. O'reilly.

Himanen, Pekka. (2003). *L'Ètica del hacker i l'esperit de l'era de la informació*. Barcelona: Pòrtic, UOC.

Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture*. New York: New York University Press.

Kaushik, Avinash. (2007). *Web analytics: An hour a day*. Sybex.

Kaushik, Avinash. (2000). *Web analytics 2.0*. Sybex.

Kelly, Kevin. (1999). *New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World*. New York: Penguin Press.

Kelly, Kevin. (2010). *What Technology Wants*. New York: Viking Press.

Krug, Steve. (2005). *Don't Make Me Think, A Common Sense Approach to Web Usability*. New Riders.

Lallemant, Carine., Gronier, Guillaume., & Koenig, Vincent. (2016). User experience: A concept without consensus? Exploring practitioners perspectives through an international survey. *Computers in Human Behaviour*, 43, 35-48.

- Lessig, Lawrence. (2009). *El código 2.0*. Madrid: Tráficantes de sueños.
- Levy, Steven. (2001). *Hackers: heroes of the computer revolution*. New York: Penguin Books.
- Levy, Steven. (2011). *In the plex: how google thinks, works, and shapes our lives*. New York: Simon & Schuster.
- Manovich, Lev. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. La imagen en la era digital. Barcelona: Paidós.
- Markoff, John. (2005). *What the Dormouse Said: How the 60s Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*. New York: Viking Press.
- Neira, Elena. (2015). *La otra pantalla*. Barcelona: Editorial UOC.
- O'Neil, Caty. (2018). *Armas de destrucción matemática. Cómo el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia*. Madrid: Capitán Swing.
- Pariser, Eli. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Peirano, Marta (2019). *El enemigo conoce el sistema*. Madrid: Debate.
- Perez Soler, Susana. (2017). *Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Rogers, Richard. (2013). *Digital Methods*. Cambridge (Massachusetts): MIT Press.
- Scolari, Carlos Alberto. (2017). *Las leyes de la interfaz*. Madrid: Gedisa.
- Surowiecki, James. (2005). *The wisdom of crowds*. New York: Anchor, cop.
- Shifman, Limor. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge (Massachusetts): MIT Press.

## **Programari**

No es requereix