

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

Professor/a de contacte

Nom: Anna Tous Rovirosa

Correu electrònic: anna.tous@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

L'assignatura exigeix un coneixement a nivell d'usuari de sistemes d'edició de contingut en format multimèdia

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 o 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 l'ús 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

Internet, xarxes socials i tecnologia

Big Data. Dades massives i construcció de marcs tecnològics crítics

Internet: algorismes i bases de dades

L'economia de l'atenció

Gestió de continguts digitals

Cobertures i jerarquies informatives digitals

Gestió multiplataforma de continguts (transmèdia)

Visualització i eines de gestió de contingut

Tècniques bàsiques de visualització de dades

Aplicacions mòbils

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

Sistemes de realitat augmentada mòbil

Periodisme de dades

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

Extractors digitals d'informació i API

Activitats formatives i Metodologia

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

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.

(*) 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 informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

El contingut d'aquesta assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere.

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.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació activa a classe	10%	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	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

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

1. Assistència i participació activa a classe (10%)
2. Lliurament i presentació de treballs (50%)
3. Desenvolupament i seguiment als casos d'estudi plantejats (40%)

Els 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.

Bibliografia

Bibliografia bàsica

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

Castells, Manuel (Ed.). (2004). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.

Davenport, Thomas H.; Beck, John C. (2002). *La Economía de la atención: el nuevo valor de los negocios*. Paidós.

Jenkins, Henry (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York & London: New York University Press.

Shapiro, Carl; Varian, Hal R. (1999). *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. EE.UU: Harvard Business Press.

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 Etmaal van de Communicatiewetenschap.

Bibliografia complementària

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

- Boyd, Dannah; Ellison, Nicole (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.
- Bounegru, Liliana; Gary, Jonathan (Eds.). (2020). *The Data Journalism Handbook II. Towards a Critical Data Practice*. European Journalism Centre and Google News Initiative.
<https://datajournalism.com/read/handbook/two>
- 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>
- Carr, Nicholas. (2011). *The Shallows: What the Internet is Doing to our Brains*. Norton
- Casero, Andreu; Izquierdo-Castillo, Jéssica (2013), "Between decline and a new on-line business model: The case of the Spanish Newspaper Industry", *Journal of Media Business Studies*, 10(1), 63-78
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.691.8922&rep=rep1&type=pdf>
- Castells, Manuel (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. I: *La sociedad red*. Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet*. Alianza.
- Ciampaglia, Giovanny Luca; Flammini, Alessandro; Menczer, Filippo. (2015). The production of information in the attention economy. *Sci. Rep.* 5, 9452; DOI:10.1038/srep09452.
- 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.
- Dergacheva, D.; Tous-Rovirosa, A. (2021). [Government's echo. Twitter discussions around news topics in Russian networked authoritarianism](#), *Russian Journal of Communication*, 2, 13. 117-139
- Fernández-Rovira, Cristina y Giraldo-Luque, Santiago (2021). *La felicidad privatizada. Monopolios de la información, control social y ficción democrática en el siglo XXI*. Editorial UOC
- Frank, George. (1999). The economy of attention, *Telepolis*. Disponible en: <https://www.heise.de/tp/features/The-Economy-of-Attention-3444929.html>
- Fuchs, Christian (2018). *Digital demagogue: authoritarian capitalism in the age of Trump and Twitter*. Londres: Pluto Press.
- Fuchs, Christian; Chandler, David (2019). Introduction. Big Data Capitalism - Politics, Activism and Theory. In: Chandler, D. & Fuchs, C. (eds.). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*. London: University of Westminster Press. Pp. 1-20.
<http://doi.org/10.16997/book29a>
- Gingras, Richard (2018). News Then, News Now: Journalism in a Digital Age, *Medium*. Available at: <https://bit.ly/2LwOGri>
- Giraldo-Luque, Santiago; Fernández Rovira, Cristina (2020). "The economy of attention as the axis of the economic and social oligopoly of the 21st century". En: Park, Seun Ho; González Pérez, María Alejandra; Floriani, Dinorá (Eds.). *The Palgrave Handbook of Corporate Sustainability in the Digital Era*. Palgrave Mcmillan: Londres. ISBN 978-3-030-42411-4. <http://doi.org/10.1007/978-3-030-42412-1>
- Harsin, Jayson (2015). Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies. *Communication, Culture and Critique*, 8 (2), 327-333. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/cccr.12097>
- Hartley, John (2012). *Digital futures for cultural and media studies*. Chichester: Wiley-Blackwell

- Hermida, A. (2013). "#JOURNALISM: Reconfiguring Journalism Research about Twitter, One Tweet at a Time" *Digital Journalism*, 1 (3): 295-313.
- Innerarty, Daniel; Champeau, S. (eds.) *Internet y el futuro de la democracia*, Paidós, Barcelona.
- Jenkins, Henry: <http://henryjenkins.org/2013/05/is-this-the-end-of-television-as-we-know-it.html>
- 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.
- Lewis, Paul (2017). Our minds can be hijacked: the tech insiders who fear a smartphone dystopia. *The Guardian*. Disponible en: <https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/05/smartphone-addiction-silicon-valley-dystopia>
- Linares, J. (2013) "El 15-M en España y los flujos de información: medios, entornos y relatos. Del 9 de febrero al 19 de junio de 2011". Trabajo de fin de máster dirigido por Javier Díaz Noci. Universidad Pompeu Fabra.
- Loader, Brian (ed) (2012). *Young citizens in the digital age: political engagement, young people and new media*. London: Routledge. 213 pág.
- Mayer-Schönberger, Viktor, Cukier, Kenneth (2013) *Big data. La revolución de los datos masivos*. Madrid:Turner.
- Meeks, Elijah (2018). What Charts Say, *Medium*. Available at: <https://bit.ly/2JwvFo8>
- Molina Rodríguez-Navas, P., N Simelio Solà, M Corcoy Rius (2017): "Metodologías de evaluación de la transparencia: procedimientos y problemas". *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 818 a 831.DOI: 10.4185/RLCS-2017-1194
- O'Reilly, Tim (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & strategies*, 65(1), 17-37.
- O'Reilly, Tim; & Battelle, John (2009). *Web squared: Web 2.0 five years on*. O'Reilly Media, Inc. Web 2.0 Summit.
- 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*. Penguin UK.
- Parker, Sean (2017). "Sean Parker: Facebook was designed to exploit human "vulnerability"". Sean Parker interviewed by Mike Allen. *Axios*, November 9, 2017. Available at: <https://www.axios.com/sean-parker-facebook-was-designed-to-exploit-human-vulnerability-1513306782-6d18fa3>.
- Peiró, Karma; Baeza-Yates, R. (2021) ¿Puede la IA crear un mundo más justo? CCCBLab, <https://www.karmapeiro.com/2021/04/03/puede-la-ia-crear-un-mundo-mas-justo/>
- Pérez Tornero (2021). *La gran mediatización. El Tsunami que exporpia nuestras vidas*. Barcelona: Editorial UOC.
- 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)

Perrin, Andrew; Kumar, Madhu (2019). "About three-in-ten U.S. adults say they are 'almost constantly' online". *Pew Research Center*, July 25th, 2019. Available at: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/07/25/americans-going-online-almost-constantly/>

Rahwan, lyad (2018). Society-in-the-loop: programming the algorithmic social contract. *Ethics and Information Technology*, 20(5), 5-14. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10676-017-9430-8>.

Rawnsley, Aandrew (2018). "Politicians can't control the digital giants with rules drawn up for the analogue era". *The Guardian*. March 25, 2018. Available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/mar/25/we-cant-control-digital-giants-with-analogue-rules>

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

Simelio-Solà, N., Ferré-Pavia, C., & Herrero-Gutiérrez, F.-J. (2021). Transparent information and access to citizen participation on municipal websites. *Profesional De La Información*, 30(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.11>

Simon, Herbert A. (1971). Designing organizations for an information-rich world. En: Greenberger M., (ed.). *Computers, communications, and the public interest*, vol. 72, 37-52.

Soto, Idoia. (2014) "La dopamina y las noticias". *Telos*, 98, 100-102. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero098/la-dopamina-y-las-no-noticias/?output=pdf>

Stiglitz, Joseph E. (2019) *Capitalismo progresista. La respuesta a la era del malestar*. Taurus.

Sunstein, Cass. (2017): *#Republic. Divided Democracy in the age of Social Media*. New Jersey: Princeton University Press.

Tous-Rovirosa, A.; Dergacheva, D. (2021) [#EsteVirusloParamosUnidos: War-like political communication on Twitter. Creating homogeneous communities in the Covid-19 crisis](#). *Estudios sobre el mensaje periodístico* 27(4):1227-1241, DOI: [10.5209/esmp.75758](https://doi.org/10.5209/esmp.75758)

Tous-Rovirosa, A; Rivero, D; Meso, K; Larrondo, A. (2015) «Ambient journalism in Spain. How Twitter and NRE's are redefining agenda setting in El País, El Mundo, La Razón, ABC y La Vanguardia». *Revista Trípodos*, 36, pàg. 35-54.

Turkle, Sherry (2019). *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*. Barcelona: Ático de los libros.

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>

Programari

A l'tractar-se d'una assignatura amb alt contingut pràctic el programari requerit és l'habitual per a la realització de les tasques de captura, tractament i anàlisi d'informació en diferents formats.

En concret, es requereixen de les següents eines:

Programari d'edició de textos: Word o similar

Programari d'anàlisi de dades: Excel o similar

Programari de visualització de dades: Infogram - Datawrapper - CARTO - Gephi

Programari d'edició multimèdia: Wordpress - Blogger - Wix

Programari d'Anàlisi de Xarxes Socials: Netlytic i NodeXL

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	60	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt