UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

Anàlisi d'Audiències Digitals

Codi: 104996
Crèdits: 6

2025/2026

Titulació	Tipus	Curs
Periodisme	OT	3
Periodisme	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Maria Victoria Mas

Correu electrònic: maria.victoria@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al final del document.

Prerequisits

Cal que l'estudiantat estigui mínimament familiaritzat en l'ús de plataformes socials i mitjans digitals. Bona part de la bibliografia és en anglès pel que també es fa necessari un bon nivell de lectura en aquesta llengua.

Objectius

El principal objectiu de l'assignatura d'Anàlisi d'Audiències Digitals és que l'alumnat obtingui el coneixement bàsic sobre el comportament i l'activitat de les audiències digitals en l'àmbit del periodisme i de la comunicació, aspecte essencial des del punt de vista professional.

Els objectius específics son:

- Conèixer el context i els factors que condicionen l'activitat i l'anàlisi de les audiències en l'àmbit del periodisme i dels mitjans digitals.
- Desenvolupar capacitat crítica per interpretar i avaluar dades d'audiència en el context digital.
- Adquirir les tècniques i coneixements específics necessaris per a l'anàlisi d'audiències utilitzant diferents metodologies i perspectives.

Competències

Periodisme

- Actuar amb responsabilitat ètica i amb respecte pels drets i deures fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar l'esperit crític i autocrític.
- Demostrar un coneixement adequat del món contemporani i la seva evolució històrica recent en les dimensions social, econòmica, política i cultural.

- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- Exposar adequadament els resultats del procés d'investigació de manera oral, escrita, audiovisual o digital, d'acord amb els cànons de la disciplina periodística.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar coneixements de context a la investigació.
2. Aplicar els mètodes de la recerca científica al disseny de projectes periodístics.
3. Aplicar les tècniques d'interpretació d'enquestes i de recerca qualitativa.
4. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
5. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
6. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
7. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
8. Ponderar els riscos i les oportunitats de les propostes de millora tant pròpies com alienes.
9. Proposar noves maneres de mesurar l'èxit o el fracàs de la implementació de propostes o idees innovadores.
10. Proposar projectes i accions que estiguin d'acord amb els principis de responsabilitat ètica i de respecte pels drets humans i els drets fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
11. Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
12. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
13. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
14. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.

Continguts

1. El concepte d'audiència
    - Conceptes teòrics bàsics
    - De l'audiència activa a l'audiència social i participativa
    - Bases per l'anàlisi d'audiències digitals
3. Relació dels mitjans de comunicació amb l'audiència digital
    - Periodisme digital i xarxes socials
    - Televisió social i *streaming*
5. La participació de l'audiència digital
    - Comunitats digitals
    - Xarxes i accions col·lectives

7. Mètriques digitals
    Analítica Web
    Anàlisi de xarxes socials i *Social Listening*

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	15	0,6	1, 3, 4, 5, 9, 12, 13
Pràctiques treball en grup	18,5	0,74	1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 14
Seminaris	18	0,72	4, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	2, 3, 7, 14
Tipus: Autònomes			
Estudi personal, preparació treball i activitats relacionades amb els seminaris	82,5	3,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

La metodologia d'aquesta assignatura inclou classes teòriques, exercicis d'anàlisi i debats en els seminaris i una part pràctica on es desenvoluparà el projecte final en grup que consisteix en l'anàlisi i recerca d'una tendència actual de l'audiència digital escollida per l'estudiantat.

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.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Prova teòrica	30%	2	0,08	1, 3, 5, 7, 8, 12, 13
Seminaris	30%	3	0,12	4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14
Treball en grup	40%	3,5	0,14	1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 14

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

- Prova teòrica, 30% sobre la qualificació final
- Seminaris, 30% sobre la qualificació final
- Treball en grup, 40% sobre la qualificació final

Per poder aprovar l'assignatura caldrà treure una nota mínima de 5 en les tres activitats.

Aquesta assignatura/mòdul no preveu el sistema d'avaluació única.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Els seminaris (30% sobre la qualificació final) queden exclosos del procés de recuperació. La recuperació consisitirà en un examen que farà mitjana amb la nota dels seminaris obtinguda a 1ª convocatòria.

En aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) com a part integrant del desenvolupament del treball, sempre que el resultat final reflecteixi una contribució significativa de l'alumnat en l'anàlisi i la reflexió personal. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA es considerarà falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Bibliografia

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

Craig, Jonathan (2017). Reinventing audience studies. *Critical Studies in Media Communication, 34*(1), 79-83. https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266680

González Neira, Ana i Quintas Froufe, Natalia (coords.) (2021). *Los Estudios de la audiencia: de la tradición a la innovación*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Huertas Bailén, Amparo (2015). *Yo soy audiencia: ciudadanía, público y mercado*. Barcelona: Editorial UOC.

López García, Guillermo (2015). *Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio*. Salamanca: Comunicación Social.

Neira, Elena (2015). *La otra pantalla. Redes sociales, moviles y la nueva television*. Barcelona: Editorial UOC.

Perlado Lamo de Espinosa, Marta; Papí Gálvez, Natalia i Bergaz Portolés, María (coord) (2023). *Audiencias y medios digitales: más allá del dato.* Valencia: Tirant humanidades.

Quintas Froufe, Natalia i González Neira, Ana (2021). Evolución de la medición digital de la audiencia en el mercado español: estado de la cuestión y retos de futuro. *Profesional de la información, 30*(1). https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.02

Zeller, Frauke; Ponte, Cristina i O'Neill, Brian (eds.) (2017). *Revitalising Audience Research: Innovations in European Audience Research.* New York: Routledge.

Al llarg de les classes es proporcionarà bibliografia complementària de cada tema.

Fonts de dades rellevants:

Comscore https://www.comscore.com/esl/Productos/Audiencia-digital

Estudio General de Medios (EGM) realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit

Informe Redes Sociales IAB Spain https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2024/

"Navegantes en la red" realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/

OJD Interactiva https://www.ojdinteractiva.es/

Twitch Traker https://twitchtracker.com/

Programari

El programari i eines que utilitzarem durant el curs seran les següents:

- Google Analytics
- Tableau
- Genially, Canva o altres eines per generar infografies i elements visuals
- Programes de text i fulls de càlcul

Tots els programes utilitzats seran de software lliure o amb comptes gratuïts per a l'estudiantat.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest enllaç. Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	11	Català	primer quadrimestre	matí-mixt
(PLAB) Pràctiques de laboratori	12	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	11	Català	primer quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	12	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	1	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt