



FITXA IDENTIFICATIVA

DADES DE L'ASSIGNATURA

Codi: 36628
Nom: Periodisme digital
Cicle: Grau / Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 6
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

| Titulació | Centre | Curs | Període |
|--|--|------|---------------------|
| 1334 - Grau en Periodisme | Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació | 3 | Primer quadrimestre |
| 2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement | Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació | 1 | Primer quadrimestre |

MATÈRIES

| Titulació | Matèria | Caràcter |
|--|--|-------------|
| 1334 - Grau en Periodisme | Informació periodística i la seua tecnologia | OBLIGATÒRIA |
| 2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement | Complements de Formació | OPTATIVA |

COORDINACIÓ

CALVO MIGUEL DAFNE

RESUM

Aquesta assignatura del mòdul obligatori se centra en l'estudi de les característiques de la comunicació digital. Per a això, s'aborden qüestions com les pràctiques periodístiques a Internet, els processos comunicatius en plataformes digitals i les dinàmiques per a la construcció del missatge en línia. Al llarg de l'assignatura es treballa la creació, edició, publicació i distribució de continguts digitals, així com les característiques pròpies de la comunicació en xarxa. El tema es relaciona amb els següents Objectius de Desenvolupament Sostenible: ODS 4, ODS 9 i ODS 16.

L'assignatura compta amb el projecte d'innovació educativa associat "Projecte orienta: nous camins professionals per al periodisme" i amb el grup consolidat d'innovació docent "Periodisme de qualitat sostenible: recursos per innovar l'ensenyament i l'aprenentatge en la narració de realitats complexes i de l'agenda 2030".

CONEIXEMENTS PREVIS



RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

Es recomana coneixement i familiaritat amb el maneig d'Internet i les aplicacions més importants d'ús comú.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

Capacitat i habilitat per a comunicar en el llenguatge propi dels mitjans de comunicació tradicionals (premsa, fotografia, ràdio, televisió) , de les seues modernes formes combinades (multimèdia) o dels nous suports digitals (internet) , per mitjà de l'hipertextualitat.

Capacitat i habilitat per a utilitzar les tecnologies i tècniques informatives i comunicatives, en els distints mitjans o sistemes mediàtics combinats i interactius (multimèdia) .

Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .

Capacitat per a experimentar i innovar per mitjà del coneixement i l'ús de mètodes i tècniques aplicats.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

A) Característiques de la comunicació digital

1. Fonaments de la comunicació a internet

Aquest capítol analitza les característiques de la comunicació generada a través d'Internet. Inicialment, s'expliquen els vectors de canvi produïts per la digitalització, per a després centrar-se en els orígens d'Internet i el seu funcionament, que en alt grau continuen predeterminant la naturalesa de la seua comunicació. S'observa l'evolució d'Internet vinculada amb el desenvolupament de les característiques d'aquesta comunicació: dissociació del suport; hipertextualitat; ruptura de les limitacions espaciotemporals; caràcter multimèdia; i interactivitat. Tot això configura un model de comunicació clarament diferenciat, i en alguns aspectes contraposats, al model tradicional de comunicació de masses.

Es divideix en els subtemes següents:

- 1.1. Comunicació i canvi tecnològic
- 1.2. Funcionament d'Internet
- 1.3. Característiques de la comunicació en xarxa
- 1.4. Comunicació de masses i comunicació en xarxa



B) Creació, edició i publicació de continguts per a Internet

2. Producció de continguts per a internet

Aquest capítol analitza els gèneres dins del periodisme digital, amb les similituds i diferències que s'observen en els últims anys respecte a les classificacions tradicionals. A més, s'exposen algunes claus i indicacions per a fer més efectiva la tasca d'elaborar i presentar continguts de manera atractiva en els diaris web, amb especial atenció al disseny de les portades dels mitjans digitals i les particularitats dels suports utilitzats. Igualment, també s'aborda la integració adequada de diferents elements (enllaços, imatges, vídeos...) dins de les informacions. Aquest capítol també fa una aproximació als mecanismes per a posicionar les notícies en els cercadors.

Es divideix en els subtemes següents:

- 2.1. Gèneres digitals
- 2.2. Edició de continguts periodístics per a internet

C) Desenvolupament d'un periòdic digital

3. Característiques dels mitjans digitals

Aquest capítol aprofundeix en les característiques del periodista digital i alerta sobre la precarietat en el sector derivada de la immediatesa i els baixos salaris, malgrat l'existència de nous perfils que han començat a tindre espai en les empreses informatives. D'altra banda, es fa un breu recorregut històric sobre l'evolució dels mitjans digitals a Espanya, amb especial atenció a la triple crisi del periodisme derivada dels problemes econòmics mundials a partir de 2007-2008. A més, s'analitzen els diferents models de negoci dins del periodisme digital actual i les noves estratègies d'enduriment dels murs de pagament que s'han produït a Espanya en els últims anys.

Es divideix en els subtemes següents:

- 3.1. Perfil professional del periodista digital
- 3.2. Evolució dels mitjans digitals a Espanya
- 3.3. Condicions estructurals del periodisme digital
- 3.4. Models de negoci

D) Informació distribuïda i continguts interactius

4. Les audiències digitals

El capítol descriu la transformació de l'ecosistema mediàtic lligada a l'ús de les plataformes comercials més àmplies. Els models de negoci basats en la recopilació de dades promouen el foment de la interacció, la fragmentació de la comunicació i la polarització del debat. En el cas dels mitjans de comunicació, aquest context planteja noves pràctiques productives. La curació de continguts proposa formes de gestió de la informació davant la sobreabundància. El posicionament en cercadors resulta fonamental per a la visibilitat mediàtica. En termes generals, la interacció i participació de les audiències en mitjans digitals redefineix el seu rol i implica el desenvolupament d'estratègies per a captar i fidelitzar usuaris.

Es divideix en els subtemes següents:

- 4.1. Els usuaris d'internet
- 4.2. Informació a les xarxes socials
- 4.3. Cerca d'informació i posicionament



5. Organització de la informació en internet

El capítol aborda temes que han sigut centrals en el debat sobre les tecnologies de la informació i la comunicació en els últims temps. Les filtracions han generat discussions sobre la rendició de comptes dels poders públics i els límits de la llibertat d'expressió. La desinformació, encara que anterior a internet, es redimensiona amb l'ús de les xarxes socials en un context de baixa confiança institucional. El periodisme ciutadà planteja una producció informativa alternativa als mitjans de comunicació convencionals, impulsada per la democratització de les tecnologies de la informació. Finalment, el periodisme lent sorgix com a resposta als cicles de producció accelerats i a la sobreabundància informativa en l'ecosistema mediàtic actual.

Es divideix en els subtemes següents:

- 5.1. Privacitat i filtracions
- 5.2. Desinformació i notícies falses
- 5.3. Periodisme obert i ciutadà
- 5.4. Periodisme lent en l'era digital

6. Noves tendències en el periodisme digital

L'últim capítol d'aquest manual aborda la implementació en el periodisme de les tecnologies amb un desenvolupament més recent. La intel·ligència artificial i la robotització impulsen l'automatització en el periodisme tant en l'àmbit productiu com editorial. L'ús de grans volums de dades, així com de dispositius receptors d'informació contextual, obri noves possibilitats per a l'anàlisi i la presentació d'informació complexa. La cadena de blocs ofereix possibilitats per a la transparència i la verificació de notícies, així com per a la generació de models de negoci basats en micropagaments. En conclusió, el periodisme digital és una disciplina que s'adapta a les tecnologies emergents, les quals definixen tant la construcció de la notícia com el consum de contingut periodístic en l'actualitat i a escala global.

Es divideix en els subtemes següents:

- 6.1. Intel·ligència artificial i automatització
- 6.2. Algorismes i macrodades en l'internet de les coses
- 6.3. Blockchain en el periodisme
- 6.4. El periodisme digital davant el futur tecnològic constant

Aquest pla de continguts es plasmarà en els següents resultats d'aprenentatge:

- Practicar en el llenguatge propi de cadascun dels mitjans de comunicació tradicionals (premsa, fotografia, ràdio, televisió), en les seves modernes formes combinades (multimèdia) o nous suports digitals (internet), mitjançant la hipertextualitat.
- Operar amb els sistemes i recursos informàtics i les seves aplicacions interactives Operar amb les tecnologies i tècniques informatives i comunicatives, en els diferents mitjans o sistemes mediàtics combinats i interactius (multimèdia).
- Seleccionar i executar projectes informatius o comunicatius.
- Organitzar els aspectes formals i estètics en mitjans escrits, gràfics, audiovisuals i digitals, així com utilitzar tècniques informàtiques per a la representació i transmissió de fetes i dades per mitjà de sistemes infogràfics.



ACTIVITATS PRESENCIALS

| Activitat | Hores |
|--------------------|--------------|
| Teoria | 30,00 |
| Laboratori | 30,00 |
| Total hores | 60,00 |

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

| Activitat | Hores |
|--|--------------|
| Assistència a altres activitats | 15,00 |
| Elaboració de treballs individuals o en grup | 23,00 |
| Estudi i treball autònom | 20,00 |
| Preparació de classes | 30,00 |
| Preparació d'activitats d'avaluació | 2,00 |
| Resolució de casos pràctics | 0,00 |
| Total hores | 90,00 |

METODOLOGIA DOCENT

L'assignatura té un fort component participatiu. La metodologia que s'utilitza és de diversos tipus, que es pot resumir en les següents línies:

1. Classe magistral participativa dirigida a la comprensió dels coneixements teòrics.
2. Treball a l'aula, que conté discussions, estudis de cas i seminaris.
3. Classes pràctiques en el laboratori mitjançant activitats estructurades per la professora que inclouen l'anàlisi de continguts periodístics i el coneixement d'eines digitals.
4. Tutories, tant individuals com grupals, que en cap cas suposen un substitut a les classes teòriques o pràctiques.

AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà la normativa de la Universitat de València aprovada pel Consell de Govern del dia 30 de maig de 2017. ACGUV 108/2017.

Primera convocatòria

L'aprenentatge es duu a terme a través de l'observació de la professora del treball individual i en grup de l'alumnat. En la primera convocatòria, la ponderació de cada part es planteja com segueix:

- **Pràctiques:** 40%. Realització dels diversos lliurables proposats especialment en les classes pràctiques. L'assistència i realització d'almenys un 80% d'aquests és obligatòria per a superar eixa part de l'assignatura.
- **Treball final:** 20%. Elaboració d'una peça periodística que complisca amb les característiques de la comunicació en Internet. El seu lliurament és obligatori per a aprovar l'assignatura.
- **Examen:** 40%. Prova escrita sobre els continguts teòrics explicats en classe i els materials



complementaris suggerits al llarg del curs. La contribució reflexiva als debats en classe entorn de la matèria teòrica durant les sessions magistrals pot suposar fins a un punt més sobre la nota de l'examen.

És necessari obtindre almenys un 5 per a aprovar l'assignatura, sempre que la nota global de tots els apartats siga com a mínim d'un 5.

Segona convocatòria

En la segona convocatòria, és possible recuperar l'examen, que constitueix el 100% de la nota final. És necessari obtindre almenys un 5 en aquesta prova aprovar l'assignatura.

Honestedat acadèmica

L'honestedat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres). En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero i suposar la suspensió de la convocatòria, amb independència del procediment disciplinari que es puga incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.

També es consideraran faltes greus, i per tant poden suposar la suspensió immediata de la convocatòria, còpia o facilitar la còpia de treballs entre alumnat del grau; accedir irregularment o apropiar-se anticipadament del contingut d'una prova o examen; facilitar o procurar l'apropiació, alteració o destrucció posterior del contingut o dels resultats d'una activitat avaluable i la suplantació de la persona en exàmens. Quan es detecten les faltes greus assenyalades en aquest punt, el o la docent haurà de comunicar-lo a la coordinació del Grau.

La presentació de treballs i/o exàmens amb faltes d'ortografia o ortotipogràfiques i/o errors de sintaxi, coherència o redacció serà penalitzat i pot arribar a suposar la suspensió de la prova.

BIBLIOGRAFIA

Referència bàsica

Calvo, D., López-García, G., & Aguar Torres, J. (2015). *Periodismo digital: Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Ediciones Comunicación Social.

Referències complementàries

Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias: La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Manantial.



- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Castells, M. (Ed.). (2006). *La sociedad red: Una visión global*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Christakis, N., & Fowler, J. (2010). *Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo afectan a nuestras vidas*. Taurus.
- Díaz Noci, J. (2001). *La escritura digital*. Universidad del País Vasco.
- Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (Eds.). (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel.
- Duran, J., & Sánchez, L. (Eds.). (2008). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Publicacions i Edicions UB.
- Himanen, P. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Destino.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Paidós.
- Meso, K. (2006). *Introducción al ciberperiodismo: Breve acercamiento al estudio del periodismo*.
- Orihuela, J. L. (2011). *Mundo Twitter*. Alienta.
- Palomo Torres, M. B. (2004). *El periodista on-line: De la revolución a la evolución*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Pérez Tornero, J. M., & Tejedor, S. (Dirs.). (2014). *Escribir para la red: Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'*. Universitat Autònoma de Barcelona. http://www.amic.media/media/files/file_352_754.pdf
- Salaverría, R. (Coord.). (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Salaverría, R., & Negrodo, S. (2008). *Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Sol 90.
- VV. AA. (2016). *Reuters Institute Digital News Report 2016*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>