



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 36888

Nombre: Comunicación digital

Ciclo: Grado

Créditos ECTS: 9

Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1937 - Doble Grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1937 - Doble Grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo	Tercer Curso (Obligatorio)	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

CALVO MIGUEL DAFNE

RESUMEN

Esta asignatura del módulo obligatorio se enfoca en el estudio de las características de la comunicación digital. Para ello, se abordan cuestiones tales como las prácticas periodísticas en Internet, los procesos comunicativos en plataformas digitales y las dinámicas para la constitución del mensaje en línea. Durante la asignatura, se trabaja la creación, edición, publicación y distribución de contenidos digitales, así como las características propias de la comunicación en red. El tema se relaciona con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible: ODS 4, ODS 9 y ODS 16.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Se recomienda tener conocimientos y familiaridad con el uso de Internet y las aplicaciones más



importantes de uso común

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Fundamentos de la comunicación en Internet

- 1.1. Comunicación y cambio tecnológico
- 1.2. Funcionamiento de internet
- 1.3. Características de la comunicación en red
- 1.4. Comunicación de masas y comunicación en red

2. Producción de contenidos para Internet

- 2.1. Géneros digitales
- 2.2. Edición de contenidos para internet

3. Características de los medios digitales

- 3.1. Perfil profesional en comunicación digital
- 3.2. Evolución de los medios digitales en España
- 3.3. Condiciones estructurales de los medios digitales
- 3.4. Modelos de negocio



4. Las audiencias digitales

- 4.1. Los usuarios de internet
- 4.2. Información en redes sociales
- 4.3. Búsqueda de la información y su posicionamiento

5. Organización de la información en internet

- 5.1. Privacidad y filtraciones
- 5.2. Desinformación y noticias falsas
- 5.3. Comunicación ciudadana y periodismo abierto
- 5.4. Comunicación de largo formato en la era digital

6. Nuevas tendencias en el periodismo digital

- 6.1. Inteligencia artificial y automatización
- 6.2. Algoritmos y macrodatos en el internet de las cosas
- 6.3. Blockchain en los medios digitales
- 6.4. La comunicación digital ante el futuro tecnológico constante

Este plan de contenidos se plasmará en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Practicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
- Operar con los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas Operar con las



tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).

- Seleccionar y ejecutar proyectos informativos o comunicativos.
- Organizar los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como utilizar técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos por medio de sistemas infográficos.

atos por medio de sistemas infográficos.

atos por medio de sistemas infográficos.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	45,00
Laboratorio	45,00
Total horas	90,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	15,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	23,00
Estudio y trabajo autónomo	20,00
Preparación de clases	30,00
Preparación de actividades de evaluación	2,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

La asignatura tiene un fuerte componente participativo. La metodología que se utiliza es de diverso tipo, que se puede resumir en las siguientes líneas:

1. Clase magistral participativa dirigida a la comprensión de los conocimientos teóricos.



2. Trabajo en el aula, que contiene discusiones, estudios de caso y seminarios.
3. Clases prácticas en el laboratorio mediante actividades estructuradas por la profesora que incluyen el análisis de contenidos periodísticos y el conocimiento de herramientas digitales.
4. Tutorías, tanto individuales como grupales, que en ningún caso suponen un sustituto a las clases teóricas o prácticas.

EVALUACIÓN

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:

En la primera convocatòria, la ponderació de cada part és la següent:

Pràctiques: 40 %. Realització dels diversos lliurables proposats especialment a les classes pràctiques.

- Treball final: 20 %. Elaboració d'una peça periodística que compleixi les característiques de la comunicació a Internet.
- Examen: 40 %. Prova escrita sobre els continguts teòrics explicats a classe i els materials complementaris suggerits al llarg del curs.

La contribució reflexiva als debats a classe entorn de la matèria teòrica durant les sessions magistrals pot suposar fins a un punt més sobre la nota de l'examen. Cal obtenir almenys un 5 per aprovar l'assignatura, sempre que la nota global de tots els apartats sigui com a mínim de 5.

Segona convocatòria:

En la segona convocatòria és possible recuperar les parts següents:

- Pràctiques: 50 %. Repetició, de manera individual, dels diversos lliurables proposats especialment a les classes pràctiques.
- Examen: 50 %. Prova escrita sobre els continguts teòrics explicats a classe i els materials complementaris suggerits al llarg del curs.



Honestedat intel·lectual

L'honestedat intel·lectual és essencial en les comunitats acadèmiques i per a l'avaluació justa del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en què s'utilitzi col·laboració fraudulenta, d'acord amb el «Protocol d'actuació davant pràctiques fraudulentes de la Universitat de València», aprovat pel Consell de Govern el 14 de juliol de 2020 (ACGUV 123/2020).

La utilització d'eines d'intel·ligència artificial s'ajustarà al que estableix la «Guia d'actuació per a l'ús responsable de la intel·ligència artificial (IA) en les activitats docents i d'avaluació de la Universitat de València» (https://www.uv.es/graus/normatives/Guia_actuacio_IA_UV.pdf).

Tant a l'examen com als exercicis pràctics s'exigirà correcció ortogràfica i gramatical. Cada falta d'ortografia, ortotipografia o expressió comportarà una reducció de la qualificació obtinguda, que pot arribar fins al suspens.

BIBLIOGRAFÍA

Referencia básica

Calvo, D., López-García, G., & Aguar Torres, J. (2024). *Periodismo digital: Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Ediciones Comunicación Social.

Referencias complementarias

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>.