

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 43963**Nombre:** Medios, redes y prácticas comunicativas**Ciclo:** Máster Universitario Oficial**Créditos ECTS:** 10**Curso académico:** 2026-27**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2181 - M.U. Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2181 - M.U. Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos	Medios, redes y prácticas comunicativas	OPTATIVA

COORDINACIÓN

LOPEZ GARCIA GUILLERMO

RESUMEN

El módulo se centrará en el estudio de las nuevas modalidades de circulación de la información surgidas en el ámbito de Internet a raíz de la creación de las llamadas redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) y de sus efectos políticos y culturales en la sociedad global, así como de los nuevos soportes y prácticas comunicativas e informativas.

El proceso de integración de las redes y soportes tecnológicos para la difusión y recepción de todo tipo de contenidos, junto con la creciente facilidad de uso para las personas en cuanto a interconexión e interacción, ha generado una transformación del ecosistema comunicativo.

El nuevo territorio de lo digital y/o virtual, de las pantallas y el multimedia, de las redes sociales vía Internet y los usos del móvil, implica una diversidad de acceso a contenidos y de despliegue de actividades que ya tienen un cierto impacto sobre los procesos de comunicación pública, de decisión política y de acción estratégica, al mismo tiempo que también afecta a las formas culturales, a los procesos de trabajo y de consumo y, en definitiva, al conjunto de la vida social.

y, en definitiva, al conjunto de la vida social.

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

Ninguno

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2181 - M.U. Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos

Analizar el concepto de interculturalidad en la sociedad de la información.

Aplicar las habilidades de aprendizaje para conseguir la autonomía en el estudio de las áreas de interculturalidad, comunicación y estudios europeos.

Atender a los criterios de igualdad de género, atención a la discapacidad, respeto a las minorías, propagación de los derechos humanos, de la democracia, de la cultura de la paz y de la sostenibilidad.

Contrastar los conocimientos y avances de los temas relacionados con la interculturalidad, comunicación y estudios europeos.

Demostrar el conocimiento del funcionamiento de la sociedad de la información, así como de su estructura.

Desarrollar una actitud analítica y reflexiva ante los discursos oficiales que conlleven desatención en las políticas de inmigración e integración, con especial atención a los discursos mediáticos.

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Saber aplicar los conocimientos adquiridos relacionados con las áreas de estudio de interculturalidad, comunicación y estudios europeos.

Saber comunicar sus conclusiones en los campos de la interculturalidad, comunicación y estudios



Europeos a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Ser capaces de reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Nuevos medios y flujos de comunicación

Sociedad digital. Las redes sociales como mecanismo de distribución y difusión de contenidos. La lógica comunicativa de las redes sociales.

2. Medios sociales y acción colectiva

Movimientos sociales y movilización en red. Organización de la acción colectiva en Internet: aportaciones de la comunicación horizontal. Conflicto, protesta y redes sociales. El discurso contestatario en el entorno digital.

3. Ciberperiodismo: tendencias de fondo

Ciberperiodismo y crisis. Modelos de negocio. La información en Internet: buscar, leer y recomendar. Periodistas multimedia y nuevos perfiles profesionales.

4. Opacidad y transparencia informativa

Periodismo de datos: análisis, tratamiento informativo. Filtraciones. De Wikileaks a los grandes medios. Arquitectura de las redes y nuevas prácticas comunicativas

5. Cultura digital

Impacto de la digitalización en las industrias culturales. Cambio tecnológico y cultural-mediático.

6. Discursos de la diferencia en Internet

Identidades digitales. El discurso de odio en la red. Empoderamiento de las minorías a través de los medios sociales. Oportunidades y amenazas de Internet para la representación de la alteridad.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

**ACTIVIDADES PRESENCIALES**

Actividad	Horas
Teoría	100,00
Total horas	100,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	25,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	25,00
Estudio y trabajo autónomo	75,00
Preparación de clases	25,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	150,00

METODOLOGÍA DOCENTE

-Actividades presenciales (clases magistrales, seminarios de lecturas críticas, exposición de trabajos, debates, tutorías programadas): 20-30 % de ECTS

-Actividades no presenciales (preparación y elaboración de trabajos individuales y/o en grupo, lecturas críticas, estudio y desarrollo de pruebas): 70-80 % de ECTS

de ECTS

EVALUACIÓN

La evaluación consistirá en el seguimiento de la docencia presencial y del trabajo autónomo que haya realizado el estudiante o la estudiante. Tanto un aspecto como el otro serán objeto de una evaluación continua que se complementará con la realización de un trabajo aplicado de alguno de los aspectos vistos en el módulo, en el que el estudiante o la estudiante deberán poner en práctica los conocimientos adquiridos.

La aprobación del módulo estará sujeta al cumplimiento de los requisitos de asistencia y a la realización y aprobación de un trabajo escrito e individual, consistente en la realización de un análisis sobre un objeto de estudio específico relacionado con la temática del módulo. La extensión prevista es entre 2.500 y 4.500 palabras. El trabajo deberá ser entregado en un plazo no mayor a dos meses a contar a partir de la finalización de las actividades curriculares del módulo, y con el fin de poder evaluarlo se enviará (en formato .doc, .odt o .pdf) por correo electrónico al profesor al que se haya seleccionado a tal efecto, que se encargará de la tutorización y evaluación del trabajo

la tutorización y evaluación del trabajo

BIBLIOGRAFÍA



- CHADWICK, Andrew (2013). The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford: Oxford University Press. DENCİK, Lina & LEISTERT, Oliver (2015). Critical Perspectives on Social Media and Protest. New York: Rowman & Littlefield International. JENKINS, Henry (2008). Convergence Culture: La cultura de la convergencia en los medios de comunicación. Barcelona: Paidós. LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2015). Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio. Salamanca: Comunicación Social. MANOVICH, Lev (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Barcelona: Paidós. MOROZOV, Evgueny (2011). El desengaño de Internet: Los mitos de la libertad en la red. Barcelona: Ediciones Destino. PALFREY, John; y GASSER, Urs (2008). Born Digital. Understanding the First Generation of Digital Natives. Nueva York: Perseus Books. RANIERI, Maria (2016). Populism, Media and Education. Challenging Discrimination in Contemporary Digital Societies. New York: Routledge. VACCARI, Christian (2013). Digital Politics in Western Democracies: a Comparative Study. Baltimore: Johns Hopkins University Press.