

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Periodismo Digital

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Periodismo

GRUPO: 2223-01

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio

ECTS: 6,0

CURSO: 4º

SEMESTRE: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: SERGIO LUQUE ORTIZ

EMAIL: sluque@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

Doctor en Comunicación y Sociología por la Universidad de Sevilla, Máster en Dirección de Comunicación Empresarial por la URJC, Máster en Formación del Profesorado en ESO, Bachillerato, FP y Escuelas Oficiales de Idiomas por la Universidad de Sevilla y Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Docente con más de 10 años con experiencia en diversas universidades como la Universidad Europea Miguel de Cervantes, CEADE Leonardo Da Vinci, San Isidoro (centro adscrito a la Universidad Pablo de Olavide), Universidad de Sevilla y EUSA Cámara de Comercio de Sevilla (centro adscrito a la Universidad de Titulación Universitaria Sevilla) y CEDEU (centro de estudios universitarios adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid), Universidad de Verona, impartiendo docencia en el ámbito de las Ciencias Sociales, en concreto, en grados de Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Comunicación Digital, Marketing y Diseño de Moda entre otros.

Experiencia online

Docente con más de 5 años con experiencia en diversas universidades como la Universidad Europea Miguel de Cervantes, CEADE Leonardo Da Vinci, San Isidoro (centro adscrito a la Universidad Pablo de Olavide), Universidad de Sevilla y EUSA Cámara de Comercio de Sevilla (centro adscrito a la Universidad de Sevilla) y CEDEU (centro de estudios universitarios adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid) impartiendo docencia en el ámbito de las Ciencias Sociales, en concreto, en grados de Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Comunicación Digital, Marketing y Diseño de Moda entre otros.

CV PROFESIONAL:

Profesional con más de 6 años de experiencia en diferentes medios de comunicación, agencias de comunicación y agencias de marketing online

CV INVESTIGACIÓN:

Doctor por la Universidad de Sevilla en fase de acreditación ante diferentes organismos certificadores, además de ser docente en varias asignaturas, investigador en varios temas como marketing digital, comunicación online, calidad periodística, estructura de la comunicación, sociología del consumo, periodismo político y nuevos formatos de comunicación, entre otros temas.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura de Periodismo Digital está orientada a acercar al alumno, tanto desde una perspectiva teórica como práctica, a la industria de la comunicación online, pues es la nueva realidad donde se enmarca el ejercicio de la profesión periodística.

Internet y el periodismo online ha supuesto también para el periodista una nueva forma de trabajar. Ha abierto nuevos horizontes para el desempeño de la profesión y ha propiciado la aparición de nuevos roles, géneros y lenguajes para acercarse a la audiencia y cumplir con sus exigencias. Desde el punto de vista teórico, la asignatura hará un repaso por los antecedentes y evolución del periodismo electrónico, lo que llevará a tratar los puntos fuertes y débiles de la profesión online y los retos a los que se enfrenta.

Desde la perspectiva práctica, la asignatura busca que los alumnos apliquen los conocimientos adquiridos en un proyecto periodístico propio, así como que asuman su papel de periodista activo, pues ya son el presente de la profesión y de ellos también depende el futuro del periodismo y su integridad. Los requisitos para cursar esta asignatura de cuarto curso, no será otro que haber superado todas las anteriores y por tanto, haber adquirido en el transcurso de la carrera, los conocimientos necesarios y básicos sobre periodismo y comunicación.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. Periodismo Digital

1. Tema 1: Evolución, impacto tecnológico y nuevos modelos de comunicación. Los inicios : 1. Ciberperiodismo y nuevas modalidades de comunicación 1.1. Definición y rasgos de los cibermedios 1.2. Clasificaciones de los cibermedios 2. Características de la comunicación en red: posibilidades frente a otros soportes 3. Evolución de los cibermedios en España y acontecimientos clave 3.1. Nacimiento y primeros pasos (1994-2000) 3.2. Redefinición de las ediciones digitales, surgimiento de medios nativos online y nuevos debates (2000-2003) 3.3. Ciberperiodismo del 11M al arranque de la crisis (2004-2007)
2. Tema 2 Los nuevos modelos de comunicación digitales : 1. De los inicios de la crisis económica a la actualidad 2. Principales hitos que marcan la evolución de los cibermedios. 3. Consecuencias y retos para el periodismo en la era de Internet 3.1. La pérdida de control informativo 3.2. La audiencia, en el centro 3.3. La necesidad de diferenciar periodismo de calidad de las fake news 3.4. Convergencia multimedia y periodismo integrado 3.5. El auge del emprendimiento online como respuesta a la crisis 4. Estadios del ciberperiodismo y convivencia de modelos 4.1. Evolución en la producción de contenidos y en las formas de participación 4.2. Modelos de ciberperiodismo: del 1.0 al 3.0 y al periodismo ubicuo y en tiempo real
3. Tema 3. El periodista ante los nuevos soportes digitales. Fuentes del periodismo digital y tratamiento de contenidos : 1. Nuevos roles y funciones del periodista online 1.1. La significativa campaña en redes sociales #nuevadefiniciondeperiodista 1.2. La crisis de identidad del periodista convencional 1.4. Nuevas oportunidades y salidas profesionales 1.4.1. Perfiles periodísticos asociados “a lo digital” 1.4.2. Otros perfiles en auge asumibles por periodistas 2. Preproducción: Nuevas fuentes de información e inspiración 2.1. Redes sociales y comunidades virtuales de expertos 2.2. El caso de Twitter y su impacto sobre el periodismo 2.3. Herramientas para seguimiento de temas, alertas... 2.4. Los lectores como fuente 2.5. Open data, una mina 3. Retos vinculados a la producción de información online 3.1. El rigor periodístico frente a la inmediatez 3.2. Herramientas para luchar contra las fake news 3.3. Respetar los derechos de autor
4. Tema 4. Información y géneros en los medios digitales parte1 : 1. El medio es el contenido 2. Contenidos periodísticos en el ciberespacio 2.1. La continuidad de los géneros tradicionales online 2.2. La reinención de tales géneros y la inclusión de nuevos géneros 3. Rasgos diferenciadores: hipertextualidad, interactividad y multimedia 3.1. Hipertextualidad 3.2. Interactividad 3.3. Multimedialidad 4. Principales géneros periodísticos en los cibermedios 4.1. Géneros informativos 4.2. Géneros interpretativos 4.3. Géneros dialógicos
5. Tema 5: Información y géneros en los medios digitales parte2 : 1. Innovación en la producción de contenidos: los labs 2. Tendencias en auge en los últimos años 2.1. Periodismo de datos y visualizaciones 2.2. Del multimedia al transmedia 2.3. Gamificación y newsgames 2.4. Periodismo inmersivo, 360 y otras aplicaciones de realidad virtual 2.5. Del periodismo móvil al periodismo robot: chatbots

6. Tema 6 Herramientas del periodismo digital y el papel que juega el ciudadano en el proceso informativo digital : 1. Posibles usos de la web social 2. Manejo de la web social y competencias digitales 3. Tipología de herramientas online útiles para periodistas 4. Búsqueda de información y recursos online 5. Edición y publicación de contenido online 5.1. Edición rápida de imágenes 5.2. Creación de infografías y otras informaciones visuales 5.3. Creación y edición de blogs: Wordpress 6. Compartiendo contenidos y publicando en directo 7. La llamada web 2.0 y sus implicaciones 7.1 Tecnologías 2.0 y cambio de paradigma 7.2 De la web 2.0 a la web ubicua 8. Las personas, en el centro de los medios: periodismo ciudadano o participativo 9. Medios ciudadanos versus medios abiertos a la participación 10. Evolución de tecnologías y canales de participación ciudadana 11 Errores de los medios en materia de participación 11.1 No adaptar los mensajes 11.2 No implicar a las redacciones 11.3 No tener paciencia 11.4 Mucho ego y poca humildad 11.5 No considerar los riesgos del propio escenario 11.6 Priorizar la rentabilidad
7. Tema 7: Concepto de usabilidad y accesibilidad. El Universo Online al servicio de la empresa : 1. Diseñar pensando en las audiencias. Etapas en el proceso de DCU 2. Usabilidad 3. Accesibilidad 4. Arquitectura de la información 5. Métodos y técnicas para evaluar la usabilidad de sitios web y contenidos online 5.1. Test de usuario 5.2. Evaluación heurística 5.3. Eye-Tracking -----
 ----- 6. El potencial de la comunicación en red para organizaciones 7. Comunicar online como estrategia en las organizaciones 8. La redefinición de las funciones de los gabinetes de prensa 9. Medios y canales de comunicación empresarial digital 9.1. Webs corporativas y salas de prensa 2.0 9.2. La nota de prensa 2.0 9.3. Posts y blogs corporativos 9.4. Canales en redes sociales y en

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Adobe Connect)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE03. Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas, recursos informáticos y tecnologías de la información y la comunicación y sus aplicaciones interactivas
- CE04. Capacidad para aplicar las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir contenidos en el proceso de comunicación
- CE22. Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales en medios escritos, gráficos y audiovisuales
- CE26. Capacidad para conocer y manejar los principales formatos y soportes mediáticos
- CE30. Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los

ciudadanos

- CE31. Capacidad para conocer y aplicar el método periodístico
- CE33. Capacidad para conocer y diferenciar áreas y temas de especialización de los medios de comunicación
- CE34. Capacidad para desempeñar las principales tareas periodísticas
- CE41. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Elaborar piezas informativas en soporte digital.
- Utilizar los distintos recursos multimedia para la producción de textos periodísticos en la red.
- Editar y organizar contenidos en un entorno web.
- Mantener un espacio digital con información actualizada.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Bernal Triviño, Ana Isabel (2014): Herramientas digitales para periodistas. Guía práctica para el periodismo online. Editorial UOC. ISBN: 9788490646106
- Edo Bolos, Concepción (2009): Periodismo informativo e interpretativo: El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros. Comunicación Social ediciones y publicaciones. ISBN: 978-84-96082-96-0
- López García, Guillermo (2015): Periodismo digital Redes, audiencias y modelos de negocio. Comunicación Social. Ediciones y publicaciones. ISBN: 978-84-15544-93-7
- Orihuela, José Luis (2019): Los medios después de Internet. Editorial UOC. ISBN: 9788490647004
- José Luis Orihuela (2015): Los medios después de internet. Editorial UOC. ISBN: 9788490647004
- eira Serrano, D., Elías Pérez, C., Fernández-Roldán Díaz, A., González Moreno, D., García Marín, D., Mateos Martín, M. C., ... & Zamora Bonilla, J. P. (2021): Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las "fake news" (<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:EditorialUNED-aa-FILO-Mperiodismo/n0137428PB01A01.pdf>). Universidad Nacional de Educación a Distancia. ISBN: 978-84-362-7693-0

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Jenkins, Henry (2003): Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition. Media in transition. MIT Press. ISBN: -
- Parra, David y Álvarez, José (2019): Ciberperiodismo. Síntesis. ISBN: 9788497562188
- Salaverría, Ramón (2015): Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 9788496082335
- Marta Franco, Miquel Pellicer (2014): Optimismo para periodistas : claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital . UOC. ISBN: 978-84-9064-107-1
- Javier Dario Restrepo y Luis Manuel Botello (2018): ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA ERA DIGITAL. International Center for Journalists. ISBN: http://eticaperiodistica.info/wp-content/uploads/2018/05/Manual_EticaPeriodistica.pdf

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Hacia la transformación digital se destacan algunos de estos hitos](https://gemmaalcala.com/transformacion-digital-periodismo/)(<https://gemmaalcala.com/transformacion-digital-periodismo/>)

Web sobre la transformación de los medios

[Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación](https://doi.org/10.14198/medcom2017.8.1.2)(<https://doi.org/10.14198/medcom2017.8.1.2>)

Clasificación de los nuevos medios

Innovación editorial y la participación de las audiencias como valores en micromedios españoles estrategias prácticas recientes(<https://es.slideshare.net/cibermarikiya/la-innovacin-editorial-y-la-participacin-de-las-audiencias-como-valores-en-micromedios-espaoles-estrategias-y-prcticas-recientes>)

La innovación digital aplicada a medios que no son de gran envergadura

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Fundación Gabo
 Federación de Asociaciones de Periodistas de España

Albert Trinidad, Ramaris (2015). “Análisis de las tendencias de ciberperiodismo: La evolución de The Huffington Post, su modelo discursivo y sus procesos de interacción con el usuario”. Dirección: Jesús Miguel Flores Vivar. Tesis doctoral Universidad Complutense de Madrid.

<http://eprints.ucm.es/42218/1/T38645.pdf>

Ramos Pascual, David (2014). “La integración de redacciones como respuesta a los nuevos formatos periodísticos. El caso español: 20 minutos, ABC, El País y El Mundo”. Dirección Concepción Edo Bolos. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid. <http://eprints.ucm.es/25348/1/T35342.pdf>

APM/ Palacio Llanos, Luis (dir.) (2016). “Informe Anual de la Profesión Periodística 2016”. Madrid: Asociación de Prensa de Madrid. http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2017/10/Informe_anual_profesion_APM_2016_baja_7mg.pdf

<http://infotendencias.com/>

<https://www.elconfidencial.com/>

<https://www.eldiario.es/>

<https://www.rtve.es/lab/>

<https://elpais.com/>

<https://www.elmundo.es/>

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación

continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las ACTIVIDADES FORMATIVAS que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades desarrolladas en el foro de Open Campus, en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupo a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL

En la asignatura se planifican clases magistrales y tutorías a través de videoconferencias.

La asistencia a las videoconferencias no será obligatoria, pero si recomendable para un adecuado seguimiento de la asignatura, la comprensión de los materiales y el desarrollo óptimo de las actividades de aprendizaje. En cualquier caso, salvo circunstancias excepcionales, será posible acceder a ellas en diferido a las 48 horas máximo desde su celebración.

SESIONES EN TIEMPO REAL :

Título	
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Evolución, impacto tecnológico y nuevos modelos de comunicación
CM2	Los nuevos modelos de comunicación digitales
CM3	El periodista ante los nuevos soportes digitales. Fuentes del periodismo digital y tratamiento de contenidos
CM4	Información y géneros en los medios digitales_parte1
CM5	Información y géneros en los medios digitales_parte2
CM6	Herramientas del periodismo digital y el papel que juega el ciudadano en el proceso informativo digital
CM7	Concepto de usabilidad y accesibilidad. El Universo Online al servicio de la empresa

Título

TU2 Resolución de dudas antes de la evaluación

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%
 Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1. (Entrega individual)	20
	2. Actividad 2. (Entrega individual)	20
	3. Actividad 3. (Foro)	10
	4. Test de evaluación (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Evaluación final convocatoria ordinaria (Prueba de evaluación final presencial)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA: Valor del parámetro
 TEXTO_FIJO_SEMI_GRADO_EVALUACION_CONVOCATORIA_ORDINARIA_GRP_A

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua 60%
 Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1. (Entrega individual)	20
	2. Actividad 2. (Entrega individual)	20
	3. Actividad 3. (Entrega individual)	10
	4. Test de evaluación (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Evaluación final convocatoria extraordinaria (Prueba de evaluación final presencial)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA: Valor del parámetro
 TEXTO_FIJO_SEMI_GRADO_EVALUACION_CONVOCATORIA_EXTRAORDINARIA_GRP_A

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN

PORCENTAJE (%)