



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROGRAMA DE PERIODISMO DIGITAL
2020**

EQUIPO DE CÁTEDRA:

Alejandro Rost rostalejandro@gmail.com

Fabián Bergero beter3@gmail.com

Lieza Solaro solarolieza@yahoo.com.ar

CURSADO: Anual

HORAS SEMANALES: 2 horas

UBICACIÓN DE LA MATERIA EN EL PLAN DE ESTUDIOS: Cuarto año

CARRERAS Y ORIENTACIONES PARA LAS CUALES SE DICTA:

Licenciatura en Comunicación Social, orientación Periodismo

1. Fundamentación (Plan de estudios 173/03)

El periódico digital es un nuevo medio de comunicación. La organización de su discurso en estructuras hipertextuales sin prácticamente límites de espacio ni de tiempo (*hipertextualidad*), la integración de diferentes morfologías de la información como textos, imágenes y sonidos (*multimedialidad*) y las posibilidades de participación que se abren para los usuarios (*interactividad*) están entre sus características distintivas. Al mismo tiempo, la lectura en la pantalla de la computadora trae aparejado inconvenientes que condicionan el tipo de acceso a los contenidos: la visión acotada que impone y los riesgos de dispersión, una sensación de inestabilidad en el texto, el esfuerzo que exige para la lectura y la limitada portabilidad son condicionantes que también contribuyen a escenificar un particular contexto de recepción e interacción.

Concebirlo como un nuevo medio implica estudiar, investigar y explorar un lenguaje que aproveche al máximo sus ventajas y minimice sus desventajas. Éste es uno de los objetivos centrales de esta asignatura, ubicada en el último año de la carrera.

Se impone además estudiar al periódico digital en el contexto de la reciente creación y popularización de sitios que han hecho de la participación interactiva de sus usuarios su principal arma. Las publicaciones personales y colaborativas (*weblogs*, *wikis*, medios sociales, etc) han mostrado formas de organización y construcción de la actualidad que se presentan como alternativas a las que ofrecen los periódicos digitales de los grandes grupos y han obligado a éstos a reaccionar con algunos intentos de periodismo participativo. Estas nuevas formas de realizar periodismo obligan a repensar el rol de los periodistas y su relación con los lectores/ciudadanos, ofreciéndoles a éstos espacios de actuación ampliados.

2. Objetivos (Plan de estudios 173/03)

- Ubicar al periódico digital en el contexto de la era de la información, estableciendo relaciones entre la evolución tecnológica y los momentos históricos que le dieron origen.
- Reconocer las características del periódico digital como nuevo medio de comunicación, identificando las diferencias que presenta con los otros medios en la construcción de la actualidad y descubriendo algunas de sus características en los medios que lo antecedieron.
- Establecer un perfil del lector/usuario del periódico digital y debatir los alcances y las consecuencias de la brecha digital.
- Producir relatos de actualidad para un periódico digital, buscando explorar y explotar todas las potencialidades interactivas del medio.
- Abordar los servicios de Internet como recursos informativos y de comunicación para el periodista.

3. Contenidos mínimos (Plan de estudios 173/03)

Historia de un nuevo medio. Origen y evolución de Internet. Algunos servicios de Internet. Perfil de los lectores del periódico digital. La brecha digital. Antecedentes del periódico digital: el videotex, el teletexto y otros. Evolución en el periódico digital: del periódico cartel (mural) al periódico digital interactivo. Características del periódico digital. Medios analógicos y medios digitales: comparaciones. La interactividad en el periódico digital. El hipertexto en el periodismo. La comunicación multimedia. Los géneros en el periodismo digital. Los contenidos en el nuevo medio: periodismo de servicio y periodismo en profundidad. La *actualidad múltiple* en el periódico digital. La personalización de contenidos. Escritura para la red. Tipos de estructuras y enlaces hipertextuales. Diseño de un *storyboard*. Internet como

fuentes de información del periodista. Buscadores automáticos, especializados y temáticos. Ejemplos de medios digitales en el mundo. Medios alternativos en la red.

4. Contenidos

UNIDAD 1

Historia y antecedentes del periodismo digital

Historia de las computadoras: del cálculo a la comunicación. Origen y evolución de Internet y la Web. Etapas del Periodismo Digital en la Argentina: del periódico "cartel" al periódico digital interactivo. Etapas en las redes sociales. Concentración, personalización y "filtro burbuja". Los algoritmos de recomendación de contenido: qué son y cómo funcionan. Los sesgos algorítmicos. Los debates sobre el gobierno de Internet. Software libre y propietario. La ética Hacker.

Bibliografía:

BOCZKOWSKI, Pablo (2006) *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*. Buenos Aires: Manantial.

BUSANICHE, Beatriz. (2010) *Argentina Copyleft. La crisis del modelo de Derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*. Villa Allende: Fundación Vía Libre. Disponible en: <https://vialibre.org.ar/arcopy.pdf>

CALIFANO, Bernadette y Mariela BALADRÓN (2013) "La regulación de Internet: formas emergentes de gobierno privado". En MASTRINI, BIZBERGE y DE CHARRAS (Editores) *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. La Crujía, Buenos Aires. Pág: 207-242.

CASTELLS, Manuel (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

COBO, Cristóbal (2019) *Acepto las condiciones. Usos y abusos de las tecnologías digitales*. Buenos Aires: Santillana. Disponible en: <https://www.aceptolascondiciones.com/>

HIMANEN, Pekka (2002) *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/12851/1/pekka.pdf>

PARISER, Eli (2017) *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus.

PEÑA OCHOA, Paz (2013) *¿Cómo funciona internet? Nodos críticos desde una perspectiva de los derechos*. Santiago de Chile: ONG Derechos Digitales. Disponible en: <https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/Como-funciona-internet-ebook.pdf>

SALAVERRÍA, Ramón (2016) *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Ariel/Fundación Telefónica. Disponible en:

https://www.academia.edu/22401512/Ciberperiodismo_en_Iberoam%C3%A9rica_Argentina

STALLMAN, Richard (2004) *Software libre para una sociedad libre*. Madrid: Traficantes de Sueños. Disponible en: https://www.gnu.org/philosophy/fsfs/free_software.es.pdf

ZUAZO, Natalia (2018) *Los dueños de Internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Buenos Aires: Debate.

UNIDAD 2

Características del Periodismo Digital

Interactividad, hipertextualidad y multimedialidad. Definiciones y tipologías. La *actualidad múltiple* en el periódico digital. Documentación y memoria. La personalización de contenidos. Las desventajas del medio. Ejemplos. Convergencia de redacciones: desafíos y roles para el periodista. Rutinas periodísticas en la era digital. La investigación en periodismo digital: temas, ideas y tendencias.

Bibliografía:

ARIAS ROBLES, Félix y José Alberto GARCÍA AVILÉS (2016) Definiendo la hipertextualidad. Análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución del concepto. *Ícono 14*, Vol 14. Disponible en:

<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/995>

ARIAS ROBLES, Félix y José Alberto GARCÍA AVILÉS (2017). ¿Un futuro sin enlaces? La mutación del hipertexto en las nuevas pantallas. *Hipertext.net* 15. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/321588>

BBC Mundo (2017). Guía para periodistas. Recursos y consejos para quienes hacen periodismo original y digital en español. Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/academy/beta/es/>

CANAVILHAS, João (2014) *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilha (Portugal): Livros LabCom Universidade Da Beira Interior. Disponible en: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/121>

CODINA, Lluís (2016) Anatomía y Tipología de los hiperenlaces: la base para el CEO y la Comunicación Social. *Lluís Codina Comunicación y Documentación*. Disponible en: <https://www.lluiscodina.com/anatomia-hiperenlaces-seo/>

GARCÍA OROZA, Berta; Santiago GALLUR SANTORUN y Xosé LÓPEZ GARCÍA (2017) El uso del clickbait en cibermedios de los 28 países de la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación*. Disponible en:

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1218/RLCS-paper1218.pdf>

LABATE, Cecilia y César ARRUETA (Comp) (2017). *La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios*. San Salvador de Jujuy: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy. Disponible en: <http://editorial.unju.edu.ar/download/item/la-comunicacion-digital-2.html>

MAZZONE, Daniel (2018) *Máquinas de mentir. "Noticias falsas" y "posverdad"*. Buenos Aires: La Crujía.

ROST, Alejandro (2006) *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en:

<https://www.academia.edu/1477518/>

[La interactividad en el periodismo digital tesis doctoral 2006](#)

ROST, Alejandro y Fabián BERGERO (Eds) (2012) *Periodismo en contexto de convergencias*. General Roca: Publifadecs. Disponible en:

https://www.academia.edu/3257524/Periodismo_en_contexto_de_convergencias_2012 .

SALAVERRÍA, Ramón (2019). Periodismo digital : 25 años de investigación . Artículo de revisión. *El Profesional de La Información*, 28(1), 1–28.

<https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

SCOLARI, Carlos (2018) *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, complejidad*. Barcelona: Gedisa.

WESTBROOK, Adam (2012) *Dentro del reportaje multimedia. Lecciones de narrativa digital por los mejores profesionales*. Disponible en: <https://openlibra.com/es/book/dentro-del-reportaje-multimedia>

ZUNINO, Esteban y Augusto GRILLI FOX (2020). Medios digitales en la Argentina: posibilidades y límites en tensión. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(1), 401–413.

<https://doi.org/10.5209/esmp.67320>

UNIDAD 3

Nuevas narrativas en periodismo digital

Tendencias narrativas en periodismo digital. Periodismo Transmedia. Géneros en el periodismo digital. Entrevistas en línea. Crónicas escritas en vivo. Infografías animadas. Reportajes multimediales. Periodismo de Datos. El periodismo móvil. El periodismo ubicuo. Periodismo inmersivo: Realidad Virtual y Realidad Aumentada. Estudios y análisis de ejemplos.

Bibliografía:

AGUADO, Juan Miguel; Claudio FEIJÓO e Inmaculada MARTÍNEZ (Coord) (2013) *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital*. Barcelona: Gedisa.

CEREZO, Pepe (2018) *Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio*. Barcelona: Editorial UOC.

COLUSI, J., GOMES, Flávia, SILVA, Frando y ROCHA, Paula Melina (Editoras) (2018)

Periodismo Ubicuo: convergencia e innovación en las nuevas redacciones. Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

DE LARA GONZÁLEZ, Alicia; ÁRIAS ROBLES, Félix; CARVAJAL PRIETO, Miguel; GARCÍA AVILÉS, José (2015). Ranking de innovación periodística 2014 en España. Selección y análisis de 25 iniciativas. *El Profesional de la Información*. 24(3), 235-245. <http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2015/may/03.pdf>

GARCÍA AVILÉS, José; FERRIS, J.L y GONZÁLEZ, J.L. (eds) (2015). *Innovar en periodismo. X Jornadas Internacionales de Periodismo UMH*. Murcia: Diego Marín. Disponible en: <http://mip.umh.es/blog/2015/11/23/innovacion-libro-jornadas-periodismo/>

IRIGARAY, Fernando y Anahí LOBATO (2015) *Producciones transmedia de no ficción*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. Disponible en: https://www.academia.edu/22718076/Producciones_transmedia_de_no_ficci%C3%B3n._An%C3%A1lisis_experiencias_y_tecnolog%C3%ADas

JIMÉNEZ IGLESIAS, Lucía; Adriana PAÍNO AMBROSIO y Isabel RODRÍGUEZ FIDALGO (2017). Realidad virtual, periodismo inmersivo: análisis comparativo de 6X9. En HERRERO, Javier y Concha MATEOS. *Del verbo al bit*. 2Da edición. Revista Latina de Comunicación. Tenerife: Universidad de La Laguna. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/16SLCS/2017_libro/058_Jimenez.pdf

NAFRÍA, Ismael (2017) *La reinención del New York Times*. Austin: Centro Knight. Disponible en: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-18189-la-reinencion-de-new-york-times-descarga-el-libro-gratuito-en-la-biblioteca-digital-d>

ROITBERG, Gastón y Franco PICATTO (2015) *Periodismo disruptivo*. Buenos Aires: La Crujía.

ROST, Alejandro; María Teresa BERNARDI y Fabián BERGERO (Eds) (2016). *Periodismo transmedia. La construcción distribuida de la noticia*. Roca: Publifadecs.

SCOLARI, Carlos (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Madrid: Deusto. Primer capítulo disponible en: <http://hipermediaciones.com/2013/01/11/narrativas-transmedia-el-libro/>

VAZQUEZ HERRERO, Jorge; María Cruz NEGREIRA REY y Xosé LÓPEZ GARCÍA (2018). La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino. *Revista de Comunicación* 18 (1). Lima: Universidad de Piura. Disponible en: <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1032>

UNIDAD 4

Los usuarios

Usuarios de medios y redes sociales en Internet. Tipos de usuarios. Perfiles en el mundo y en la Argentina. Periodismo ambiental. Brechas digitales. Estrategias de navegación y lectura del medio. El *escaneo*. Actividades paralelas. El usuario como productor de contenidos. Consumo fragmentado y móvil. Lectura transmedia. Investigaciones sobre el tema.

Bibliografía:

ALBARELLO, Francisco (2019) *Lectura transmedia. Leer, escribir y conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ampersand.

BERGERO, Fabián (2016) “Del relato oral a la revolución de la pantalla”. Disponible en: https://www.academia.edu/31792569/Del_relato_oral_a_la_revoluci%C3%B3n_de_la_pantalla

BERGERO, Fabián (2016) “Hábitos informativos de las audiencias argentinas. Lectores y usuarios del papel a la web”. Disponible en: https://www.academia.edu/31882569/Lectores_y_usuarios_del_papel_a_la_web_H%C3%81BITOS_INFORMATIVOS_DE_LAS_AUDIENCIAS_ARGENTINAS

BERGONZI, Juan Carlos; Alejandro ROST, Fabián BERGERO, María Teresa BERNARDI, Viviana GARCÍA y María Emilia PUGNI RETA (2008) *Periodismo digital en la Argentina. Diseño, interactividad, hipertexto y multimedialidad en sitios de noticias*. General Roca: Publifadecs. Disponible en: <http://red-accion.uncoma.edu.ar/PeriodismoDigital/inicio.htm>

BOCZKOWSKI, Pablo; MITCHELSTEIN, Eugenia. (2013) *La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. MIT press.

BOCZKOWSKI, Pablo; MITCHELSTEIN, Eugenia. (2017) Vivir en las redes. *Revista Anfibia*. Disponible en: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/vivir-en-las-redes/>

BOCZKOWSKI, Pablo; MITCHELSTEIN, Eugenia. (2016) El medio ya no es medio ni mensaje. *Revista Anfibia*. Disponible en: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>

IGARZA, Roberto. (2009) *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2018) *Ruidos en la web: Cómo se informan los adolescentes en la era digital*. Buenos Aires: Penguin Random House Grupo Editorial.

UNIDAD 5

Redes sociales

Usos de Twitter para periodismo: acceso a información, difusión, interacción, coberturas en vivo y verificación. Usos de Facebook para periodismo: acceso, difusión, interacción. Estudios y análisis de ejemplos. Otras redes: Youtube, Instagram, Whatsapp. Modelos de uso de redes sociales. Qué es un Gestor de Comunidad: distintos perfiles. Escritura y cobertura con redes sociales.

Bibliografía:

BENEDETTI, Ariel (2016). *Marketing en redes sociales. Detrás de escena*. Buenos Aires: AMDIA.

CALVO, Ernesto (2015) *Anatomía política de Twitter en la Argentina*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

DIP, Malena (2017) *Redes y Política*. Buenos Aires: La Crujía.

FERNÁNDEZ, Pablo Martín (2017) El mundo secreto de los bots y los trolls... (y cómo esos 'ejércitos' influyen en la política. *Chequeado*. Disponible en: <http://www.chequeado.com/investigacion/el-mundo-secreto-de-los-bots-y-los-trolls-y-como-esos-ejercitos-influyen-en-la-politica/>

GALUP, Luciano (2019) *Big data y política. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. Buenos Aires: Penguin Random House.

LÓPEZ, Guadalupe y Sandra CIUFFOLI (2012) *Facebook es el mensaje*. Buenos Aires: La Crujía.

MATASSI, Mora y Pablo BOCZKOWSKI (2020). Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión. *El Profesional de La Información*, 29(1), 1–21. Retrieved from <http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2020/ene/matassi-boczkowski.html>

NOGUERA-VIVO, José Manuel (2015) *Todos, todo. Manual de periodismo, participación y tecnología*. Barcelona: UOC.

NOGUÉS, Guadalupe (2018) *Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. Buenos Aires: El gato y la caja.

RAIMONDO ANSELMINO, Natalia; Ana Laura CARDOSO; José ROSTAGNO y Alejandro SAMBRANA (2019). Recursos paratextuales y paralingüísticas en las fanpages de los periódicos argentinos Clarín y La Nación. *Perspectivas de La Comunicación*, 12(2), 245–280. <https://doi.org/10.1002/rcm.4164>

REQUEJO-ALEMÁN, José Luis y Susana HERRERA-DAMAS (2011) "Cómo crear comunidad a través de Twitter. Nueve buenas prácticas en medios españoles". En Larrondo, A. y Meso, K. (eds.) *La transformación del espacio mediático*. Bilbao: Universidad del País Vasco. Disponible en: https://www.academia.edu/1093716/C%C3%B3mo_crear_comunidad_a_trav%C3%A9s_de_Twitter._Nueve_buenas_pr%C3%A1cticas_en_medios_espa%C3%B1oles

ROST, Alejandro y Fabián BERGERO (2011) "Manuales de conducta para el uso de las redes sociales: ¿mordazas para el periodismo libre?". *Revista de la Facultad. Estudios Sociales*. 17. General Roca: Publifadecs. 213-230. Disponible en: <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/medios/revista/revista17/Rost-Bergero.pdf>

ROST, Alejandro, Fabián BERGERO, Lieza SOLARO y Sebastián ESPIÑO (2013) "El monólogo de los medios en las redes sociales. Cómo usan Facebook y Twitter los sitios de noticias patagónicos". En LUCHESSI, Lila. *Calidad informativa. Escenarios de postcrisis*. Buenos Aires: La Crujía.

SUBIELA-HERNÁNDEZ, Blas y Salvador HERNÁNDEZ-MARTÍNEZ (2012) "Comunicación de

crisis y redes sociales: ¿oportunidad o amenaza?. EN NICOLÁS-OJEDA, Miguel Ángel y María del Mar GRANDÍO -ÉREZ (Coords) Estrategias de comunicación en redes sociales. Barcelona: Gedisa.

TOLOSA, Mauricio (2013) *Comunidades y redes sociales. El desplome de las pirámides*. Santiago de Chile: Sitio Cero.

VAN DIJCK, José (2016) *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.

WEB FOUNDATION (2018). *La mano invisible. El News Feed de Facebook y nuestra dieta informativa*. <https://doi.org/10.5347/01856383.0100.000188517>

UNIDAD 6

Periodismo participativo

Reportalismo ciudadano, Periodismo Participativo y Contenido Generado por los Usuarios: definiciones. El poder distribuido de la agenda. La transmedialización de contenidos. Motivaciones de la participación. Estudios y análisis de ejemplos. Crowdsourcing y crowdfunding. Mitos digitales.

Bibliografía:

ALMIRÓN, Nuria y Josep Manuel JARQUE (2008) *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre internet y periodismo*. Barcelona: Anthropos.

GUALLAR, Javier; Jaume SUAU; Carlos RUIZ-CABALLERO; Albert SÁEZ y Pere MASIP. (2016). Redistribución de noticias y debate público en las redes sociales. *El profesional de la información*, 25(3), 358-366. Disponible en: http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2016/may/05_esp.pdf

MASIP, Pere (2016). "Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias". *El Profesional de la Información*. Vol 25. Nro3. Barcelona: EPI. Disponible en: <http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2016/may/01.html>

ROST, Alejandro (2010) "La participación en el periodismo digital: muchas preguntas y algunas posibles respuestas". En IRIGARAY, Fernando. *Periodismo digital en un paradigma de transición*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario/Fundación La Capital. Disponible en: <http://www.unrinteractiva.com.ar/2011/03/periodismo-digital-paradigma-transicion/>

UNIDAD 7

#PeriodismoEmprende: herramientas para la Web

El periodista emprendedor. Identidad digital del periodista. Nuevos perfiles profesionales. Desafíos para la puesta en marcha de micromedios. Producción y redacción de relatos de actualidad para distintas plataformas. Diseño de *storyboards*. Cómo aprovechar el hipertexto. Cómo aprovechar la multimedialidad. Desarrollo de la interactividad. Pautas de escritura SEO (optimización para buscadores). Analítica web. Curaduría de contenidos. Diseño de un sitio con un gestor de contenidos.

Bibliografía:

CAMUS, Juan Carlos (2009) *Tienes 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Universidad Diego Portales. Disponible en: <http://tienes5segundos.cl/>

CANAVILHAS, João (2007) *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Covilhã: Livros Labcom. Disponible en: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf>

COBOS, Silvia (2012) *Internet para periodistas*. Barcelona: Editorial UOC.

FRANCO, Guillermo (2008) *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Knight Foundation. Disponible en: http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

ORIHUELA, José Luis (2015) *Los medios después de Internet*. Barcelona: Editorial UOC.

SALAVERRÍA, Ramón (2005) *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: EUNSA.

TASCÓN, Mario (Dir) (2012) *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes*

sociales. Madrid: Fundeu.

YUSTE, Bárbara y Marga CABRERA (2014) *Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información*. Barcelona: Editorial UOC.

5. Propuesta metodológica

Los docentes realizarán exposiciones dialogadas sobre temas teóricos del programa con ayudas visuales, cuando éstas sean necesarias.

Durante el cursado se trabajará en grupos con producciones periodísticas alrededor de una temática, que les permita explotar una diversidad de medios y plataformas digitales.

Deberán además preparar investigaciones o reportajes especialmente redactados para internet, uno de ellos con abordaje transmedia, que serán publicados en el sitio de la cátedra: <http://medialabpatagonia.org/>

Los estudiantes realizarán también la presentación en grupo y en clase de un tema teórico del programa asignado oportunamente por la cátedra.

6. Condiciones de acreditación y evaluación

Alumnos regulares

Para aprobar el cursado: 80 por ciento de los trabajos prácticos más de 4 (cuatro)

Para promocionar: 90 por ciento de los trabajos prácticos más de 7 (siete)

En ambos casos, se debe aprobar un trabajo práctico integrador sobre los conceptos teóricos abordados.

Se ponderará la calidad de la producción periodística en las distintas plataformas, las investigaciones o reportajes multimediales y la exposición del tema teórico.

Alumnos libres

Solicitar una entrevista con el profesor de la cátedra

Elaboración original de textos con definiciones, tipologías, ejemplos y análisis en relación a los tres conceptos básicos del periodismo digital

Realizar producciones periodísticas para cuatro redes sociales diferentes.

Elaboración de dos investigaciones periodísticas o reportajes especialmente producidos para la *Web*, uno de ellos con abordaje transmedia.

Evaluados positivamente los pasos enunciados, el profesor habilita al alumno para presentarse en los tribunales examinadores establecidos por la Facultad.

7. Cronograma

- Durante todo el año, los estudiantes deberán generar contenidos para una multiplicidad de plataformas digitales, con asistencia y evaluaciones bimestrales de los docentes. Se ofrecerán talleres para el dominio de recursos que permitan aprovechar la multimedialidad e interactividad (Unidad 7).
- También durante todo el año se trabajará con las redes sociales, especialmente Twitter, Facebook e Instagram (Unidad 5). En marzo y abril se darán clases sobre usos y recursos.
- Los contenidos de la Unidad 1 serán expuestos en las primeras clases (“Historia y antecedentes del periodismo digital”).
- Los tres conceptos clave del periodismo digital (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad) serán desarrollados a lo largo del primer cuatrimestre con clases teóricas y trabajos prácticos específicos (Unidad 2).
- Durante el segundo cuatrimestre, se realizarán dos investigaciones especialmente

diseñadas para la Web. Para ello se ofrecerán clases sobre distintas herramientas (Unidad 7).

- Los contenidos de la unidad 3, 4 y 6 serán trabajados en mayo y junio. Parte de ellos, serán preparados y expuestos por los estudiantes en grupos, con guía y asistencia permanente de los docentes de la cátedra.

1 Sitios Web de la Cátedra

Red-accion (Sitio web) <http://red-accion.uncoma.edu.ar>

Media Lab Patagonia <http://medialabpatagonia.org/>

Trabajos disponibles en la web de los docentes

<https://uncoma.academia.edu/alejandrorost>

<https://uncoma.academia.edu/FabianBergero>

Blogroll de consulta

<http://www.fnpi.org/>

<http://www.clasesdeperiodismo.com/>

<http://www.revistaanfibia.com/>

<http://www.puroperiodismo.cl/>

<http://hipermediaciones.com/>

<https://documeditos.wordpress.com/>

<http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.ar/>

<https://knightcenter.utexas.edu/es>

<http://catedratransmedia.com.ar/>

<http://www.dcmteam.com.ar/>

<https://medium.com/@alvaroliuzzi>

Los docentes en Twitter

<http://twitter.com/alerost>

<http://twitter.com/beter3>

<http://twitter.com/liezasolaro>

General Roca, marzo de 2020

Dr. Alejandro Rost
Profesor Asociado