DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	REDACCIÓN PERIODÍSTICA EN MEDIOS DIGITALES		
Identificador:	31945		
Titulación:	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	LENGUA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	4	**Periodo lectivo:**	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	**Horas totales:**	150
Actividades Presenciales:	66	**Trabajo Autónomo:**	84
Idioma Principal:	Castellano	**Idioma Secundario:**	Castellano
Profesor:		**Correo electrónico:**	

PRESENTACIÓN:

Los medios digitales han aportado a la comunicación un código y una narrativa propia. El discurso lineal de los medios tradicionales se ha transformado en una narrativa multimedia, hipertextual, interactiva, semántica e integrada con las nuevas tecnologías. La construcción de la noticia (también del resto de los géneros) responde a parámetros diferentes y requiere del periodista una visión global del hecho informativo, teniendo siempre presente las posibilidades técnicas de los medios digitales.

Esta materia da continuidad a la asignatura de Ciberperiodismo y, si bien recuerda conceptos teóricos fundamentales, tiene un planteamiento eminentemente práctico. El objetivo es que los estudiantes ejerciten la redacción en las diferentes plataformas digitales y ganen la destreza que en un futuro cercano se les exigirá en el mercado laboral. sino que también se estudiarán las formas de producción de la información en digital y se trabajará la redacción de los diferentes formatos periodísticos de los nuevos medios.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Comunicación escrita y verbal en lengua materna.
	G07	Trabajo en equipo.
	G09	Compromiso ético.
	G12	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
	G13	Capacidad de investigación.
Competencias Específicas de la titulación	E01	Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
	E04	Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.
	E05	Capacidad básica para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o audiovisual, en inglés estándar.
	E06	Capacidad y habilidad para comunicar 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.
	E08	Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).
	E09	Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.
	E10	Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas.
	E15	Capacidad de trabajar en un contexto internacional con una sensibilidad hacia la diversidad y la multiculturalidad.

	E20	Capacidad para generar y difundir los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual, según las estrategias comunicativas e intereses de todo tipo.
Resultados de Aprendizaje	R01	Comprender la importancia de la evolución, la historia y los modelos de comunicación de la Word Wide Web en la sociedad actual.
	R02	Elaborar contenidos digitales orientados a la actividad periodística o informativa siguiendo los criterios y estándares de W3C.
	R03	Redactar contenidos informativos para medios digitales con una estructura propia de la Red e integrando aspectos técnicos para el posicionamiento y visibilidad en Internet.
	R04	Gestionar un entorno Web colaborativo para la publicación de contenidos informativos, creación de entornos colaborativos y su posicionamiento en Internet.
	R05	Elaborar una propuesta y diseño de Website con los recursos más habituales utilizados por los usuarios de Internet para la búsqueda y consulta de contenidos informativos.

REQUISITOS PREVIOS:

No existen requisitos previos, si bien se recomienda conocer en profundidad las características de los géneros informativos y saber escribir ajustándose a los distintos formatos periodísticos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - Periodismo integrado: claves para el periodismo del siglo XXI
1.1 - Convergencia de medios
1.2 - Capacidades y competencias del ciberperiodista
1.3 - Pistas para crecer como profesional de la información en el entorno actual
1.4 - Cinco claves para abrirse paso en un mercado cambiante y complejo
2 - Lenguaje periodístico digital
2.1 - La redacción en internet frente a la escritura impresa
2.2 - Hipertextualidad, multimedialidad e interactividad
2.3 - Narrativas y universos transmedia
3 - Técnicas de redacción periodística: cómo crear los contenidos en Internet
3.1 - Estilo periodístico
3.2 - Estructura del texto informativo en el ciberespacio
3.3 - Cómo titular en los cibermedios
3.4 - Usos periodísticos de los enlaces
3.5 - ¿Escribir para robots? Técnicas de redacción para buscadores
4 - Géneros: pautas específicas e indicaciones generales
4.1 - La noticia
4.2 - El reportaje
4.3 - La entrevista y otros géneros dialógicos
4.4 - La columna y otros géneros argumentativos
4.5 - La infografía
5 - Retos éticos del ciberperiodismo
5.1 - La misión de los periodistas en la era de la posverdad: cultura, democracia y sociedad
5.2 - El creciente papel de las audiencias. Noticias falseadas e infoxicación
5.3 - Infoxicación y dictadura del clic (bots, clickbait, viralización)
5.4 - Marco legal: derechos de autor y propiedad intelectual

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

a) Clases magistrales: exposición teórica del contenido de la materia apoyada en herramientas multimedia. El profesor aportará material didáctico (monografías, artículos científicos, recursos audiovisuales, fuentes digitales, etc.) para que el alumno profundice y amplíe sus conocimientos.

b) Estudio de casos: el análisis de casos particulares de medios y formatos periodísticos en el universo digital, sobre todo a través de la experiencia de invitados externos, servirá como herramienta para conocer las principales características de los soportes digitales y de la producción de contenidos multimedia.

c) Ejercicios y resolución de practicas: orientadas a explorar nuevas tendencias y oportunidades que el nuevo ecosistema de medios ofrece a los profesionales de la comunicación, a dominar los fundamentos de la comunicación digital y afianzar los principios básicos de arquitectura, usabilidad y lenguaje web.

d) Tutorías: serán solicitadas por los propios estudiantes vía correo electrónico (jmalbalad@usj.es). Estos encuentros facilitarán la resolución de dudas y permitirán un asesoramiento individualizado a lo largo del cuatrimestre (acompañamiento permanente), de acuerdo a las necesidades de cada alumno y grupo de trabajo.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	10
	Otras actividades teóricas	6
	Casos prácticos	10
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	6
	Debates	4
	Proyección de películas, documentales etc.	1
	Talleres	2
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	5
	Otras actividades prácticas	8
	Actividades de evaluación	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	10
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	4
	Estudio individual	20
	Preparación de trabajos individuales	12
	Preparación de trabajos en equipo	30
	Lecturas obligatorias	6
	Lectura libre	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	7
	Otras actividades de trabajo autónomo	1
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	30	%
Trabajos en equipo:	70	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

COBO, S.: Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital. Barcelona, Editorial UOC, 2012.
CRUCIANELLI, S.: Herramientas digitales para periodistas. Knight Center for Journalism in theAmericas, 2013.
MARTÍN GARCÍA, B.: La tiranía del clic. Madrid, Turner Publicaciones, 2019.
PES RIVAS, C.J. Fundamentos del SEO. Autoedición, 2013.
SALAVERRÍA, R. (Coord.) Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social, 2005.
SALAVERRIA, R. y NEGREDO, S.: Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización deredacciones. Barcelona, Editorial Sol 90, 2009.
TASCÓN, Mario (dir.): Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Madrid,Galaxia Gutenberg, 2012.

Bibliografía recomendada:

CABRERA, Mª.A. Evolución de los Cibermedios. De la convergencia digital a la distribución multiplataforma. Madrid: Fragua, 2013.
CEBRIÁN HERREROS , M. Desarrollos del periodismo en Internet. Sevilla: Comunicación Social, 2012.
CORDÓN GARCÍA, J.A. y CARBAJO CASCÓN, F. Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento. Ed. Pirámide, 2012.
FRANCO, G. Cómo escribir para la web. Disponible en: https:/ / knightcenter.utexas.edu/ Como_escribir_para_la_WEB.pdf
GUALLAR, J. y LEIVA-AGUILERA, J. El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet. Barcelona: Editorial UOC, 2013.
LANDOW, G. Hipertexto 3.0. Barcelona: Paidós, 2009.
LIUZZI, A. El Documental Interactivo en la Era Transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos. Obra Digital, 2015.
MARTA LAZO, Carmen (coord). La comunicación digital en Aragón. Antecedentes, estado actual y tendencias. Sevilla: Comunicación Social, 2014.
PÉREZ MARTÍNEZ, Victor Manuel. El ciberespacio: la nueva ágora.Santa Cruz de Tenerife: Ediciones Idea, 2009.

Páginas web recomendadas:

Web informativa sobre la industria de los medios de comunicación convencionales y digitales y la transición entre ambos	http://digimedios.es/
Blog del Profesor José Luis Orihuela	http://www.ecuaderno.com
Blog del Profesor Ramón Salaverría	www.salaverria.es
Fundación Gabo	https://fundaciongabo.org/es
Ismael Nafria	https://www.ismaelnafria.com
La Buena Prensa	http://labuenaprensa.blogspot.com
Periódico digital para periodistas, una escuela online donde se enseña y se aprende día a día	http://www.clasesdeperiodismo.com/
The Knight Center for Journalism pertenece a la Universida de Texas y ofrece programas de formación professional para periodistas	http://Knightcenter.utexas.edu
Tutoriales del Knight Digital Media Center	http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/
Un lugar de encuentro para todos los que quieran aprender y pensar sobre el periodismo	http://1001medios.es/

* Guía Docente sujeta a modificaciones