

## **Programa**

### **Seminario de Periodismo Digital**

#### **1. Denominación Completa**

Seminario de Periodismo Digital

#### **2. Carga horaria total**

3 horas semanales (Total: 48 horas)

#### **3. Profesor a cargo**

Mg. Emilio Federico Corbière

#### **4. Equipo docente y funciones de cada integrante**

Mg. Emilio Federico Corbière: Teórico - Prácticos

Lic. Mariano García: Jefe de Trabajos Prácticos

Sebastián Gurvitsch: Auxiliar

#### **5. Momento de dictado**

Segundo Cuatrimestre 2013

Horarios sugeridos: Martes 10 a 13 hs. / Jueves 10 a 13 hs. / Viernes 10 a 13 hs.

#### **6. Objetivos de la asignatura**

##### **6.1. General:**

Proporcionar a los alumnos/as un conocimiento sistemático sobre las herramientas de uso periodístico que prestan los entornos digitales, con el objeto de optimizar la calidad de la actividad profesional desde un enfoque multidisciplinario propio al dominio de las Ciencias de la Comunicación.

##### **6.2. Específicos:**

- a) Lograr que los estudiantes incorporen a sus saberes teóricos, rutinas productivas asociadas a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), con

especial atención sobre aquellos escenarios convergentes que facilitan la interacción entre el periodista y su audiencia.

- b) Estimular desde la práctica cotidiana la realización de experiencias en la administración de recursos y aplicaciones virtuales en donde se ejercita la actividad periodística: narrativas multimediales, géneros *transmedia* y la adaptación de formatos tradicionales a los nuevos soportes.
- c) Ampliar el horizonte de posibilidades circunscripto a los géneros informativos tradicionales e incentivar a los alumnos para la concreción de prácticas innovadoras en los procesos creativos de narración periodística.

## 7. Contenidos

### 7.1. Desglose de contenidos por unidad

<b>Unidad 1: Del periodismo impreso al digital</b>
--

#### 1. ¿Qué es el periodismo digital?

Breve historia de Internet: Los protocolos creados por Vinton Cerf y el diseño de la World Wide Web de Tim Burners Lee. La Sociedad de la Información. El pasaje de la Web 1.0 a la Web 2.0 y los desafíos de la Web Semántica o inteligente. La irrupción cultural de los “nativos digitales”, la figura del prosumidor (*prosumer*) y los desafíos del periodismo digital.

#### 2. Plataformas y formatos

Introducción a la administración de un blog. Usos periodísticos de los buscadores de Internet.

#### 3. Transición hacia entornos digitales. ¿Cómo se escribe para la web?

La lógica de los medios tradicionales, su transición hacia medios integrados y la irrupción de los medios nativos (o nuevos medios). Puntos de contacto y divergencia con la práctica tradicional. Procesos de innovación y adaptación en la prensa digital. Características que lo definen y diferencian de su antecesor impreso. Tipología de medios on line: Comparación de tapa papel de un medio con tapa del mismo medio online

<b>Unidad 2: Recursos multimedia para el periodismo digital</b>
---

#### 4. ¿Cómo se piensa la nota multimedia?

Experiencias *transmedia* (*crossmedia*). Nuevas narrativas en el periodismo digital. Líneas de tiempo dinámicas y complementos interactivos para la construcción de una noticia. Temporalidad múltiple del periodismo digital. Primer recorrido por herramientas innovadoras: Storify, Dipity, Timetoast, Verite.co y Paper.li.

#### 5. ¿Qué contenidos se pueden tomar de Internet para un desarrollo multimedia?

Uso responsable de las nuevas tecnologías. Marco regulatorio argentino sobre Derecho de Autor. Cultura *Copyleft* y vigencia de las licencias Creative Commons.

## **6. Nuevos géneros del periodismo digital**

El género hipertextual como una nueva aplicación de la escritura ciberperiodística. Diferencia entre géneros periodísticos y ciberperiodísticos. Segundo recorrido por herramientas innovadoras: Tagxedo, Wordle, Prezi, Wix y Tableau Public.

## **7. Experiencias interactivas**

- a) Biografías históricas en tiempo real: las experiencias de Revolución 1810, Malvinas30 y Mapa76.
- b) Periodismo de datos: el uso de la herramienta interactiva Tableau Public en [lanacion.com](http://lanacion.com) y la
- c) Geolocalización de hechos relevantes en forma colaborativa. *Crodwmap* y el sistema *Ushahidi*. Ejemplificación del caso argentino: [quepasariachuelo.org](http://quepasariachuelo.org) (*Garage Lab*)

## **Unidad 3: Nuevas agendas, nuevas audiencias**

### **8. El impacto de los nuevos medios en el periodismo**

Modelos de periodismo colaborativo. Los casos: Huffington Post, Rebellion.org e Indymedia. Dinámica de las redes sociales Facebook y Twitter como insumo para la elaboración de una noticia. Relevancia de estos fenómenos de circulación distribuida para los medios digitales.

### **9. Análisis estadístico y estudios de audiencias en Internet**

Modelos de estudio de audiencias, y su posible aplicación al soporte digital. Analítica web: principales herramientas de medición. Google Analytics, estadísticas en blogs y sistema AWStats. La analítica web como herramienta para planificar contenidos, elaborar criterios de noticiabilidad y responder a las demandas de la audiencia.

### **10. Criterios de noticiabilidad en la web**

Curación de contenidos. Selección y calidad de las fuentes. El rol del editor web. Periodismo de calidad: chequeo de fuentes, uso de redes sociales como nueva fuente de primera y segunda mano. Criterios de noticiabilidad con atención al uso de los nuevos medios: novedad, relevancia, interés y cercanía. Ejercicio práctico: se problematizará con los alumnos la utilización de Google Maps y otras herramientas de geolocalización para una eventual cobertura periodística con dispositivos multimedia (*smartphone*). El reportaje entendido como “navaja suiza digital”.

## **Unidad 4: Gestión y edición de medios on line**

### **11. La necesidad de integrar diseño, programación y periodismo para una cobertura**

Roles profesionales en el periodismo digital. Función del Editor Web (Webmaster). Usabilidad, visibilidad y *eye tracking*. Sinergia entre el diseñador, el periodista y programador.

### **12. Economía de la empresa periodística**

Tendencias de monetización del periodismo digital. El sistema publicitario basado en el modelo: Ad Sense / Ad Words. Crisis de oferta: migración de audiencias vs. migración de anunciantes. Modelos de negocios: gratis / pago / “*freemium*”.

### **13. El fenómeno de “desintermediación” en la Web 2.0 y las estrategias de agenda informativa en los medios periodísticos**

Relación entre el periodista y la audiencia. El efecto de “desintermediación” de las nuevas plataformas. Agenda *setting*, agenda *surfing* y agenda *cutting*. Consideraciones acerca del valor de la información que circula por espacios colaterales a los medios reconocidos como empresas periodísticas.

#### **7.2. Bibliografía general dentro de cada unidad**

##### **Unidad 1: Del periodismo impreso al digital**

Albornoz, Luis: “La prensa diaria en Internet” en *Periodismo digital*, La Crujía, Buenos Aires, 2007.

##### **Unidad 2: Recursos multimedia para el periodismo digital**

Mancini, Pablo: *Hackear al periodismo. Manual de Laboratorio*, La Crujía, Buenos Aires, 2011.

##### **Unidad 3: Nuevas agendas, nuevas audiencias**

Igarza, Roberto: “Convergencia 3.0” y “El modelo de comunicación de los nuevos medios” en *Nuevos Medios, estrategias de convergencia*, La Crujía, Buenos Aires, 2008.

##### **Unidad 4: Gestión y edición de medios on line**

Boczkowski, Pablo J.: *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*, Buenos Aires, Manantial, 2006.

#### **7.3. Bibliografía específica dentro de cada unidad**

##### **Unidad 1: Del periodismo impreso al digital**

Castells, Manuel: *Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica*. Cataluña, 2001.  
Disponible en:

[http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugural01/intro\\_conc.html](http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugural01/intro_conc.html)

Becerra, Martín: *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Editorial Norma, Buenos Aires, 2003.

Corbière, Federico (2010): “Megabuscaadores: implicancias del cambio tecnológico en el orden periodístico” en *Nuevos escenarios detrás de las noticias: agendas, tecnologías y consumos* / compilado por Lila Luchessi, Buenos Aires, La Crujía, 2010. Disponible en: <http://bundest.com/2008/11/09/megabuscaadores-implicancias-del-cambio-tecnologico-en-el-orden-periodistico/>

Katz, Claudio: El enredo de las redes. Un Análisis Crítico de M. Castells. Revista Voces y Culturas. N° 14. Barcelona, 1998.

Leiner, Barry M., Cerf Vinton G., Clark David G. (AA.VV): "Una breve historia de Internet" (Primera Parte), en revista *Novática*, N° 130, febrero de 1998, Barcelona. Disponible en: <http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html>

Leiner, Barry M., Cerf Vinton G., Clark David G. (AA.VV): "Una breve historia de Internet" (Segunda Parte), en revista *Novática*, N° 131, febrero de 1999, Barcelona. Disponible en: <http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint2.html>

Lessig, Lawrence. Las reglas del ciberespacio. Ensayo presentado en a conferencia Taiwan Net '98, celebrada en Taipei, marzo de 1998. Disponible en: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm>

Mattelart, Armand y Mattelart, Michelle: "La teoría de la información", en *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Buenos Aires, 1997.

## **Unidad 2: Recursos multimedia para el periodismo digital**

Larrondo Ureta, Ainara: "El ciberperiodismo y la reconfiguración de los géneros en función del hipertexto", Universidad del País Vasco - UPV/EHU. Disponible en: <http://semioticafernandez.com.ar/wp-content/uploads/2008/05/ciberperiodistaygeneros.pdf>

Rost, Alejandro: "La actualidad múltiple en el periódico digital". *Sala de Prensa*. N°69. Año VI, Vol. 3., México, SdP, Julio 2004. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art552.htm>

Smith, Anthony: "Migración digital. ¿Es este el futuro del periódico?", *Revista Telos*, N° 86, Madrid, Enero-Marzo 2011. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011012609340001&idioma=es>

## **Unidad 3: Nuevas agendas, nuevas audiencias**

García, Mariano: "Hacia un paradigma indicial de la recepción en Internet" en *Nuevos escenarios detrás de las noticias: agendas, tecnologías y consumos* / compilado por Lila Luchessi, Buenos Aires, La Crujía, 2010.

Piscitelli, Alejandro: "Desintermediación, reintermediación y negocios en tiempo real" en *La Generación Nasdaq: Apogeo (y ¿derrumbe?) de la Economía Digital*, Buenos Aires, Granica, 2001. Disponible en: [http://books.google.com.ar/books?id=T9lpFFn14\\_0C&lpg=PA347&ots=f2B14QZYJe&dq=Desintermediaci%C3%B3n%20reintermediaci%C3%B3n%20y%20negocios%20en%20tiempo%20real&hl=es&pg=PA346#v=onepage&q=Desintermediaci%C3%B3n,%20reintermediaci%C3%B3n%20y%20negocios%20en%20tiempo%20real&f=false](http://books.google.com.ar/books?id=T9lpFFn14_0C&lpg=PA347&ots=f2B14QZYJe&dq=Desintermediaci%C3%B3n%20reintermediaci%C3%B3n%20y%20negocios%20en%20tiempo%20real&hl=es&pg=PA346#v=onepage&q=Desintermediaci%C3%B3n,%20reintermediaci%C3%B3n%20y%20negocios%20en%20tiempo%20real&f=false)

Roitberg, Gastón: "Audiencias participativas" en *Nuevos escenarios detrás de las noticias: agendas, tecnologías y consumos* / compilado por Lila Luchessi, Buenos Aires, La Crujía, 2010.

## Unidad 4: Gestión y edición de medios on line

Díaz Nosty, Bernardo (2011): "Vida más allá del papel..." Revista Telos, Número 86. Enero-Marzo 2011, Madrid. Disponible en:

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es\\_ES&id=2011012509430001&activo=6.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011012509430001&activo=6.do)

Busaniche, Beatriz [et. al.]: *Monopolios artificiales sobre bienes intangibles*. Córdoba, Fundación Vía Libre, 2007.

Corbière, Federico: "Periodismo, nuevos medios y poder comunicacional" en *La Trama de la comunicación*, UNR Editora, Rosario, Anuario del Dpto. de Cs. de la Comunicación, Facultad de Ciencia Política y Rel. Internacionales, UNR, Vol. 15, 2011.

Vercelli, Ariel: *Repensando los bienes intelectuales comunes. Análisis socio-técnico sobre el proceso de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y derecho de copia y las tecnologías digitales para su gestión*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 2009.

### 8. Metodología de enseñanza

El seminario presenta una modalidad teórico-práctica. Los alumnos problematizarán los textos indicados en la bibliografía durante primera mitad de la clase. Cumplida la instancia de introducción teórica y discusión grupal, el Jefe de Trabajos Prácticos dará las consignas, acorde a los bloques temáticos planteados para cada clase, en la se indicará la realización de ejercicios específicos con la utilización de herramientas específicas para el periodismo digital.

### 9. Régimen de evaluación y promoción

- Los alumnos deberán asistir a un 75% de las clases.
- El seminario será de promoción directa.
- Los estudiantes deberán cumplir con la publicación de trabajos prácticos regulares y para promocionar, con nota 7 (siete) o superior tendrán la opción de entregar:
  - a) Un proyecto final para la creación de un medio digital.
  - b) Un proyecto de tesina relacionado con una propuesta diagnóstica sobre un medio digital de relevancia pública.