



PERIODISMO DIGITAL

(6 créditos)

David Domingo
Tíscar Lara

1. Introducción

1) Explorar los cambios y oportunidades que la digitalización en red ofrece al periodismo. Los periodistas viven bajo múltiples tensiones en la era digital, que cuestionan su legitimidad y necesidad como profesión. La maduración de las audiencias activas ha desmantelado el monopolio de la producción de información e interpretación. La creación de espacios de participación reduce las barreras entre productores y consumidores, proponiendo nuevas formas de relación. Nuevos modelos de negocio y de gestión permiten crear proyectos periodísticos sostenibles. 2) Redefinir la identidad del periodista profesional para reencontrar su legitimidad como actor social y gestionar su propia presencia personal en las redes en paralelo a la producción de contenidos. 3) Diseñar estrategias de gestión de la participación de las audiencias activas que promuevan una ciudadanía implicada. Las estrategias varían en función de la cultura de cada redacción periodística. Definiremos los factores, actitudes y rutinas de trabajo, y valoraremos las consecuencias para el producto periodístico y para la relación periodismo/público de diferentes modelos de gestión. 4) Usar las redes sociales como fuente y espacio de interacción periodística. Internet permite acceder a nuevas voces y superar las limitaciones del modelo de fuentes oficiales del periodismo clásico. Pero a la vez supone muchos retos: verificación de la información y los emisores, generación de confianza y reputación, gestión de la interacción. Nos centramos en el análisis de buenas prácticas para superar tanto las visiones catastrofistas como las acrílicas en la definición de la relación de los periodistas con sus fuentes en Internet.

2. Planificación

El seminario se desarrollará durante los meses de marzo y abril (ver calendario)

Semana 1: Periodismo digital en las empresas tradicionales

Sesión online en directo de 3 horas: Conceptos clave y debate. Gumersindo Lafuente (El País).

Lecturas sobre la adopción de Internet en los medios tradicionales, los nuevos soportes de publicación (móviles, tablets), el modelo de negocio digital, la gestión de la participación y las normas de uso de redes sociales para periodistas.

Actividad: Análisis de casos de buenas prácticas en la participación de la audiencia en la producción periodística tradicional.

Semana 2: Identidad digital

Sesión online en directo de 3 horas: Conceptos clave y debate. Tíscar Lara

Lecturas sobre el nuevo papel de la audiencia activa, la redefinición del periodista profesional, la construcción de marca personal y la gestión de la presencia en las redes sociales (credibilidad, transparencia, reputación).

Actividad puntuable: Evaluación de la huella digital.

Semana 3: Nuevos periodismos

Sesión online en directo de 3 horas: Conceptos clave y debate. David Domingo.

Lecturas sobre periodismo de datos, periodismo multimedia, periodismo ciudadano, blogs, centradas en nuevos formatos de contenidos periodísticos.

Semana 4: Modelos alternativos de gestión de proyectos periodísticos

Sesión online en directo de 3 horas: Conceptos clave y debate. Pau Llop (Bottup, Fixmedia).

Lecturas sobre propuestas teóricas (gatewatching, crowdsourcing), estrategias de negocio (non-profit, crowdfunding, cooperativismo) y casos (microperiodismos, submojour).

Actividad: Debate sobre los puntos fuertes y débiles de proyectos periodísticos concretos de características diversas.

Semana 5

Actividades puntuables: Entrega del trabajo individual de análisis (en Storify) y del proyecto. Debate virtual sobre ambos.

Complemento de la asignatura (fecha a determinar):

Taller en MediaLab sobre visualización de datos (3 horas).

3. Desarrollo del curso

15 horas de sesiones online abiertas: 5 seminarios de 3 horas (1,5 de ponencia, 1,5 de debate).

30 horas de trabajo online (lecturas y debates, experimentos y proyectos)

15 horas de tutorías presenciales y virtuales

4. Evaluación

Se computarán la cantidad y calidad de intervenciones, aplicando el temario y las reflexiones desarrolladas individual y colectivamente. Se valorará el desarrollo e incorporación de aportaciones ajenas al proyecto del alumno así como su colaboración en los proyectos de los compañeros.

Esta actividad se materializa en:

- Seminarios: La evaluación se realizará valorando la asistencia a las sesiones y la participación activa en los seminarios y debates en la red (1,5 créditos / 15 horas).
- Análisis de contenidos periodísticos digitales (trabajo individual): Realización de un trabajo de análisis que aplicará los contenidos teóricos de las clases magistrales y la

bibliografía obligatoria al análisis del desarrollo de un tema periodístico en Internet, tanto su cobertura por medios profesionales como por alternativos y redes sociales (1,5 créditos / 15 horas)

- Diseño de publicación periodística digital (trabajo individual o grupal): Aplicación de los conocimientos adquiridos al ámbito del proyecto de máster (2 créditos / 20 horas)
- Presentación y debate de las propuestas: Debate con los compañeros del máster del análisis y de los proyectos (0,5 créditos / 5 horas)
- Gestión de la reputación digital: Auto-análisis de la presencia en Internet de cada alumno (huella digital) y construcción de una persona digital más acorde con sus expectativas y objetivos (0,5 créditos / 5 horas)

5. Temario y bibliografía recomendada

1) Narrativa multimedia

- 1.1. Nuevos formatos narrativos y periodísticos en la Red
- 1.2. Nuevas plataformas: móviles, tabletas
- 1.3. Periodismo de datos: investigación y aplicaciones

2) Identidad digital

- 2.1. Redefinición del periodista profesional
- 2.2. Construcción de marca personal
- 2.3. Gestión de la presencia en redes sociales

3) El periodismo digital en los medios

- 3.1. Estructura de las redacciones digitales
- 3.2. Convergencia en las redacciones
- 3.3. Rutinas de producción: inmediatez y multimedia
- 3.4. Internet como fuente informativa

4) El periodismo fuera de los medios

- 4.1. Blogs: crítica y especialización
- 4.2. Redes sociales: micro-noticias y debate público
- 4.3. Periodismo ciudadano: alternativa y laboratorio

5) Tendiendo puentes, reinventando el periodismo

- 5.1. Gestión de la participación ciudadana en los medios profesionales
- 5.2. Colaboración periodistas/ciudadanos
- 5.3. Redefinición profesional del periodista e identidad digital
- 5.4. Modelos alternativos de periodismo profesional
- 5.5. Nuevos formatos informativos: lúdicos, distribuidos

Bibliografía:

Trabajaremos múltiples textos de análisis crítico de cómo la industria periodística afronta el reto de Internet, así como propuestas de alternativas. Estas son las referencias básicas:

- Allan, S. and Thorsen, E. (eds.) (2009) *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York: Peter Lang.
- Biggs, M. (2007) *Journalism 2.0. How to survive and thrive*. Washington: J-Lab.
- Boczkowski, Pablo J. (2006) *Digitalizar las noticias*. Buenos Aires: Manantial.
- Boczkowski, Pablo J. (2010) *News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance*. University of Chicago Press.
- Bruns, Axel (2005) *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. Peter Lang.
- Cobo, Silvia (2012) *Internet para periodistas: kit de supervivencia para la era digital*. Editorial UOC.
- Curran, James, Natalie Fenton and Des Freedman (2012) *Misunderstanding the Internet*. Routledge.
- Deuze, M. (ed.) (2010) *Managing Media Work*. London: Sage.
- Domínguez, Eva y Jordi Pérez Colomé (2012) *Microperiodismos. Aventuras digitales en tiempos de crisis*. Editorial UOC.
- Gillmor, Dan (2006) *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*. O'Reilly.
- Gillmor, Dan (2010) *Mediaactive*. Creative Commons.
- Fenton, Natalie (ed.) (2009). *New media, old news: journalism & democracy in the digital age*. Chipenham: Sage.
- Friend, Cecilia i Singer, Jane (2007) *Online Journalism Ethics*. ME Sharpe.
- Jones, Janet and Lee Salter (2012) *Digital Journalism*. Sage.
- Larrondo, Ainara (2009) *Los géneros en la redacción ciberperiodística: contexto, teoría y práctica actual*. Universidad del País Vasco.
- McCombs, M. et al. (2010) *The Future of News. An Agenda of Perspectives*. San Diego: Cognella.
- Paterson, C. i Domingo, D. (2008) *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. New York: Peter Lang.
- Domingo, D. and Paterson, C. (eds.) (2011) *Making online news – Volume 2: newsroom ethnography in the second decade of internet journalism*. New York: Peter Lang.
- PEW Project for Excellence in Journalism (2012) *The State of the News Media 2012*. Washington: Pew Research Institute.
- Singer, J.B., Hermida, A., Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Reich, Z., Vujnovic, M. (2011) *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. New York: Routledge.