



DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
<b>Titulación</b>		<b>Máster en Comunicación y Educación Audiovisual</b>	
<b>Denominación de la asignatura (español/inglés)</b>		2.4. Las nuevas caras del periodismo impreso: en un mundo digital / 2.4. The new faces of printed journalism: in a digital world	
<b>Módulo</b>		2. Comunicación ética y educativa en la sociedad de la información	
<b>Código</b>	1100308	<b>Año del plan de estudios</b>	
<b>Carácter</b>	<b>Créditos</b>	<b>Semestre</b>	<b>Idioma</b>
Optativa	4 ETCS	Segundo	Castellano
DATOS DEL PROFESORADO			
<b>Coordinador</b>		Laura López-Romero	
<b>Centro/Departamento</b>		Facultad CC. de la Comunicación	
<b>Área de conocimiento</b>		Periodismo	
<b>Nº Despacho</b>	<b>Email</b>	<b>Tlf.</b>	952133297
	lauralopezr@uma.es		
<b>Horario de enseñanza de la asignatura</b>		<a href="http://www.master-educomunicacion.es/cronograma.php">http://www.master-educomunicacion.es/cronograma.php</a>	
<b>Horario tutorías primer semestre</b>			
<b>Horario tutorías segundo semestre</b>			
OTRO PROFESORADO			
Rosalba Mancina		<a href="https://www.master-educomunicacion.es/profesor.php?id=102">https://www.master-educomunicacion.es/profesor.php?id=102</a>	
Charo Sádaba Chalezquer		<a href="http://www.master-educomunicacion.es/profesor.php?id=64">http://www.master-educomunicacion.es/profesor.php?id=64</a>	
Santiago Tejedor Calvo		<a href="http://www.master-educomunicacion.es/profesor.php?id=48">http://www.master-educomunicacion.es/profesor.php?id=48</a>	
DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA			
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES			
No existen requisitos diferentes a los que se exigen para el acceso y admisión en el Máster			
COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE que el estudiante adquiere con dicha materia			
<i>Competencias</i>	<i>Contenidos</i>	<i>Habilidades y destrezas</i>	
COM2, COM3, COM8, COM10	C03, C05	HD01, HD03, HD04, HD05, HD06	
<i>Resultados de aprendizaje</i>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer la evolución de la prensa escrita online desde sus inicios hasta el día de hoy.</li> <li>- Valorar la convergencia en el periodismo en Internet: formatos y contenidos.</li> <li>- Conocer y explorar los nichos de audiencia de productos informativos en el ámbito del periodismo digital.</li> <li>- Estudiar el modelo de negocio de la prensa digital.</li> <li>- Discutir y reflexionar sobre el reciente concepto del periodismo ciudadano y su colisión con el periodismo profesional.</li> <li>- Debatir las implicaciones éticas, sociales y políticas del periodismo digital.</li> <li>- Analizar los nuevos modelos de opinión pública.</li> <li>- Estudiar la evolución de la prensa especializada en educación y su aprovechamiento en el contexto digital.</li> <li>- Indagar sobre las metodologías y estrategias de investigación del medio online.</li> <li>- Conocer las herramientas del ciberperiodista para informar y comunicar.</li> <li>- Reflexión sobre las transformaciones, los retos y los interrogantes del ciberperiodismo.</li> <li>- Análisis proyectos existentes en ciberperiodismo en el escenario iberoamericano.</li> </ul>			
Número de horas de trabajo del alumnado			
Nº de horas en créditos ECTS .....		100	
- Clases grupos grandes.....		20	
- Clases grupos reducidos.....		10	
- Trabajo autónomo o en tutoría.....		70	
Actividades Formativas			
Código	Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
1	Sesiones teóricas de clase.	20 h	100%



2	Sesiones prácticas.	10 h	100%
3	Trabajo autónomo.	70 h	0%

Las actividades formativas de este módulo comprenden sesiones teóricas con debates y dinámicas de grupo, lecturas y ejercicios prácticos de entrega en el aula que suman un 30% de la nota. La realización de un trabajo final de carácter grupal que permita comprobar la asimilación de los contenidos que integran el módulo puntúa con un 50% de la nota final. Y por último, la asistencia a clase contabiliza el 20 % de la calificación final. Se valorará la asistencia y la participación activa en las actividades propuestas, por lo que el régimen de asistencia a las clases es obligatorio.

**Metodología Docentes**

Código		Metodología Docente
1	X	Método expositivo
2	X	Trabajo en grupos colaborativos
3	X	Trabajo autónomo
4	X	Tutoría proactiva y reactiva
5	X	Indagación, búsqueda de información, análisis de documentos
6	X	Participación activa

**Programa de contenidos**

1. Introducción. Historia. Evolución de los soportes de la prensa escrita. Modos de construir la información.
2. La llegada de los soportes digitales. La vulnerabilidad del medio digital.
3. Del papel a la pantalla. Periodismo en la era de Internet. Nuevos medios y nuevos métodos de comunicación. El comunicador digital.
4. Característica de la comunicación en la web. Modelos sociales de la información, de lo manuscrito a lo digital.
5. Formatos y contenidos en el soporte digital. Redactar para la web. Objetivos. El texto digital. Conceptos y elementos del discurso digital. Criterios de edición de contenidos online.
6. La producción periodística de contenidos digitales. Contenidos multiplataforma.
7. Comercialización en los medios digitales. Rentabilidad de los medios on-line.
8. Metodologías y estrategias de Investigación en los Medios Digitales
9. Análisis, evolución y tendencias en los medios digitales.
10. Principios éticos del periodismo en la red y del ciudadano.
11. El periodismo digital como herramienta didáctica.
12. Análisis de las posibilidades educativas de los suplementos educativos en la prensa digital.
13. Actividades lúdicas y educativas del periodismo digital y su aplicación en el ámbito docente.

**Bibliografía**

- AAVV. (2013). Guía rápida para escribir para la web. [www.galinus.com](http://www.galinus.com).  
Lhttp://galinus.com/es/articulos/guia\_escribir\_para\_web.html
- AAVV. (2013). 12 consejos sobre cómo escribir en un weblog. Kaosklub.  
L[www.kaosklub.com/9-consejos-sobre-como-escribir-en-un-blog](http://www.kaosklub.com/9-consejos-sobre-como-escribir-en-un-blog)
- AZNAR, H. (2000): Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación. Barcelona: Paidós.
- BORONAT, J. (1995): Medios de comunicación y educación. Análisis de contenido de la prensa educativa. Palencia: Centro Asociado UNED.
- CEBRIAN, M. (Dir.) (2010): Desarrollo del periodismo en Internet. Madrid: Periférica.
- DIEZHANDINO, María Pilar (Coord.) (2009). Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: el tratamiento de la inmigración en los medios. Madrid: Ariel/Fundación Telefónica.
- GARCIA, J. (2008): El periodismo en el siglo XXI: una profesión en crisis ante la digitalización. Madrid: Dykinson.
- IRC (2013). Cómo escribir para la Web. IDRC. [http://web.idrc.ca/es/ev-48407-201-1-DO\\_TOPIC.html](http://web.idrc.ca/es/ev-48407-201-1-DO_TOPIC.html)
- KÜNG, L. (2013). Innovation, Technology and Organisational Change. Legacy Media's Big Challenges. An Introduction. En: Storsul, T. & Krumsvik, A.H. (eds.), Media Innovations, a Multidisciplinary Study



- of Change. University of Gothenburg, Suecia: Nordicom, pp. 10–12.
- LEIVA, R.; Vara Miguel, A. (2010). La estrategia 'freemium': Una alternativa para crear valor y cobrar por los contenidos periodísticos especializados en Internet <http://hdl.handle.net/10171/21449>. En M. Quesada Pérez (ed.), Internet como fuente generadora de contenidos especializados, (pp. 338-354). Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- LÓPEZ-GARCIA y PEREIRA, X., (2010) Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España, Santiago de Compostela: Universidad Santiago de Compostela.
- LÓPEZ-ROMERO, L (2015). La prensa infantil y juvenil como fenómeno educativo en España, en Estudios del Mensaje Periodístico. Vol 21 núm 2. 1081-1097
- MESO, K. (2006): Introducción al Ciberperiodismo: breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- NAVARRO, E. y GARCÍA MATILLA, A. Nuevos textos y contextos en la web 2.0. Estudios de caso relacionados con las revoluciones en el norte de África y Oriente Próximo. En CUADERNOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (CIC), Número monográfico sobre Avances e Investigación en Comunicación y Nuevas Tecnologías, Publicaciones de la Universidad Complutense. Vol 16, 2011.
- PÉREZ TORNERO, J.M. & Tejedor-Calvo, S. (2014). Escribir para la Red: Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'. Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación.
- PORTILLA, I., & Sádaba, C. (2005), Modelos de Negocio. En Salaverría, R. "Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Comunicación Social, Sevilla. Pp. 83-120.
- SÁDABA, C. (2015). Innovación en el sector de los medios. En: R. Salaverría, Ciberperiodismo en Iberoamérica (pp. 423-433). Madrid: Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- SALAVERRÍA, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. El Profesional de la Información, 24(4), 397-404.
- SUÁREZ VILLEGAS, Juan Carlos & Cruz Álvarez, Jesús (Eds) (2016). Desafíos éticos en el periodismo digital. Madrid: Editorial Dykinson.
- TEJEDOR-CALVO, S. (2007). "Periodismo mashup: Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística". Anàlisi, 35.  
<http://raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/74252/94421>.  
<http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n35p17.pdf>
- TEJEDOR-CALVO, S. (2008). "Ciberperiodismo y web 2.0: El ciberperiodista como creador de "itinerarios". Revista Etcétera. México. ciberperiodísticos".  
[http://escrituraperiodisticamultimedia.files.wordpress.com/2012/10/lr\\_ciberperiodismo-y-web-21.pdf](http://escrituraperiodisticamultimedia.files.wordpress.com/2012/10/lr_ciberperiodismo-y-web-21.pdf).
- VARA MIGUEL, A. (2008). "El caso del WSJ.com: del modelo de suscripción al modelo gratuito <<http://hdl.handle.net/10171/7418>>". En M. Medina y P. Faustino (orgs.), The Changing Media Business Environment (pp. 283-303) Porto: Media XXI.
- VARA MIGUEL, A. y Díaz Espina, C. (2012): Modelos de negocio y estrategia editorial: el caso del WSJ.com. Revista de Comunicación 11, 110-128. .  
<http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2012/Art110-128.pdf>.
- VARA MIGUEL, A. (2012), "Modelos de pago en el sector de la prensa: una estrategia defensiva", en Libro Blanco de la Prensa Diaria 2013 (pp.407-422), AEDE, Madrid.  
<http://hdl.handle.net/10171/27754>
- VARELA, JUAN (2009). "El periodista como red social". Periodistas 21  
<http://periodistas21.blogspot.com.es/2009/03/el-periodista-como-red-social.html>. .  
[www.periodistas21.com/2009/03/el-periodista-como-red-social.html](http://www.periodistas21.com/2009/03/el-periodista-como-red-social.html)
- WATLINGTON, Laressa (Ed.) (s.a). Guía de periodismo en la era digital. International Center for Journalists. [http://www.icfj.org/sites/default/files/icfj\\_guia\\_de\\_periodismo\\_FINAL.pdf](http://www.icfj.org/sites/default/files/icfj_guia_de_periodismo_FINAL.pdf)
- VV.AA. (2008): Periodismo en la era de Internet. Barcelona: Planeta.
- ZUGASTI AZAGRA, Ricardo; Mancho de la Iglesia, Ana Cristina y Segura Anaya, Ana (Eds.) (2018). La Opinión Pública y la Comunicación Política en entornos digitales. Sevilla, Egregius.

**Sistemas de Evaluación**



Sistemas de Evaluación	Porcentaje Mínimo	Porcentaje Máximo	Calificación máxima
Participación	10%	20%	40
Trabajos en el aula	20%	30%	
Trabajo final	50%	70%	60

**Convocatorias**

**Convocatoria ordinaria o de curso.** La evaluación del temario atenderá a los siguientes parámetros:

- Asistencia y participación activa en clase, exposiciones, debates, foros y la producción de tareas que se propongan en las horas de docencia. (20%)
- Entrega de los ejercicios en el aula (30%)
- Trabajo final del módulo. (50%) El proyecto podrá realizarse por grupos. El trabajo consiste en la elaboración de un proyecto de educomunicación orientado a una geografía local. Todas las indicaciones se ofrecerán en el campus virtual de la asignatura.

**Requisitos para la concesión de la mención “Matrícula de honor”:** superar todas las pruebas con sobresaliente y, además, el profesor le podrá solicitar alguna prueba excepcional sobre los contenidos de la materia.

**Convocatoria ordinaria II o de recuperación de curso (septiembre).** Se seguirán los mismos criterios que para la convocatoria ordinaria I.

**Convocatoria ordinaria III o de recuperación en cursos posteriores (diciembre).** Se seguirán los mismos criterios que para la convocatoria ordinaria I.

**Modalidades de evaluación**

**Evaluación continua.** La evaluación continua se llevará a cabo siguiendo las directrices recogidas al inicio de este apartado. Convocatorias I y II.

**Evaluación única final.** De acuerdo al artículo 8 del *Reglamento de evaluación para las titulaciones de grado y máster oficial de la Universidad de Huelva*, aprobada el 13 de marzo de 2019, los estudiantes tendrán derecho a acogerse a una Evaluación única final.

Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, lo solicitará al profesorado responsable por correo electrónico o según el procedimiento que se establezca en la guía docente de la asignatura. En este caso, el estudiante será evaluado en un solo acto académico que incluirá todos los contenidos desarrollados en la asignatura, tanto teóricos como prácticos, y que se realizará en la fecha de la convocatoria de evaluación ordinaria.

La/s prueba/s que formarán parte de la evaluación única final son:

Entrega por escrito de un resumen y la valoración personal de varias lecturas científicas (artículos y capítulos de libro) vinculadas al módulo.