

<b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO</b>			
<b>FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: Comodoro Rivadavia</b>			
<b>PROGRAMA DE: PERIODISMO DIGITAL</b>		<b>DEPARTAMENTO DE: COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
2do Cuatrimestre	Lunes y Jueves	14 a 16	107 y 4
PROFESOR RESPONSABLE: Daniel Pichl			
EQUIPO DE CÁTEDRA: Víctor Latorre (JTP) Allison Pagano (Ayud.Segunda)			

## 1. Fundamentación

En la nueva sociedad digital en la que nos encontramos inmersos, surgida tras la aparición de Internet, se cumple con la máxima que afirma que lo único constante es el cambio. Una constante de la evolución histórica de la sociedad es la aceleración en la frecuencia con la que se producen los cambios y, desde luego, nunca fueron tan rápidos como en la actualidad.

Para los usuarios de las tecnologías ya no es suficiente que el periódico digital ofrezca nuevas versiones con ligeras modificaciones en comparación con algo ya existente, sino que exigen que las novedades presenten modificaciones profundas, que supongan una ruptura con aquello a lo que estamos habituados y se instauren definitivamente con rapidez, hasta que otra novedad deje obsoleta esta versión recién establecida.

Esta sociedad digital se ha superpuesto a la ya instaurada sociedad de la información. La revolución tecnológica, de hecho, ha supuesto una transformación masiva e irreversible de los paradigmas tradicionales de gestión de la información. La sociedad digital hace posible que todos seamos productores y consumidores de información y en su generación y manejo y almacenamiento la informática e Internet desempeñan un papel fundamental. Por este motivo se hace necesario, más que nunca, conocer los principios fundamentales de los procedimientos de almacenamiento y recuperación de la información para gestionarla de forma adecuada y establecer un código de buenas prácticas al respecto. Así por ejemplo, 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.

## 2. Objetivos

- Reconocer entre la evolución tecnológica y los momentos históricos que le dieron origen.
- Determinar las características del periódico digital como nuevo medio de comunicación, identificando las diferencias que presenta con los otros medios en la construcción de la realidad.
- Conocer las herramientas digitales en la nueva redacción 2.0 y 3.0. De lector a consumidor. Las consecuencias de la brecha digital y la convergencia mediática.
- Producir relatos para un periódico digital, buscando explorar y explotar todas las potencialidades interactivas del medio.
- *Fake news*, noticias falsas, *gatekeeping*, los contenidos de la antired.
- El periodismo móvil y la fragilidad laboral.

### 3. Contenidos mínimos

Convergencia: internet como un medio distinto o todos los medios dentro de un nuevo medio. La brecha digital.

Lenguaje gráfico y lenguaje multimedia. El periodismo 1.0, 2.0 y 3.0. La evolución de los sitios periodísticos en Internet.

La personalización de contenidos. Escritura para la red. Tipos de estructuras y enlaces hipertextuales.

Internet como fuente 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 – Evolución 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. Propiedad de imagen y de autor en la web.

#### **Bibliografía:**

ALMIRON, Núria (2001) *De Vannevar Bush a la WWW*. Barcelona: 3 i 4. Disponible en:

[http://www.almiron.org/Almiron.org/Books\\_&\\_Book\\_Chapters\\_files/WWW-Bush.pdf](http://www.almiron.org/Almiron.org/Books_&_Book_Chapters_files/WWW-Bush.pdf)

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:

<http://es.scribd.com/doc/58293287/Busaniche-Beatriz-Argentina-CopyLEFT-La-crisis-del-modelode-derecho-de-autor-y-las-practicas-para-democratizar-la-cultura>

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. Pag: 207-242.

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

De MORAGAS, Miquel (ed.) (2012) *La comunicación: de los orígenes a Internet*. Barcelona: Gedisa

HIMANEN, Pekka (2002) *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Disponible en:

<http://es.scribd.com/doc/3108865/La-etica-del-hacker-y-el-espiritu-de-la-era-de-la-informacion->

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>

STALLMAN, Richard (2004) *Software libre para una sociedad libre*. Madrid: Traficantes de Sueños.

#### ***UNIDAD 2 - Características del Periodismo Digital***

Interactividad, hipertextualidad y multimedialidad. Definiciones y tipologías. La actualidad múltiple en el periódico digital. La personalización de contenidos. Las desventajas del medio. Ejemplos. Convergencia de redacciones: desafíos y roles para el periodista. Nuevas rutinas periodísticas en la era digital.

## **Bibliografía:**

- CALVO, Ernesto y ARUGUETE, Natalia (2020) Fake news, trolls y otros encantos. Buenos Aires: Siglo XXI editores
- CALVO, Ernesto (2015). Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- 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>
- JENKINS, Henry (2008) Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- 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.
- MAZZONE, Daniel (2012) Huffington Post vs. New York Times ¿Qué ciberperiodismo?. Buenos Aires: La Crujía.
- 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](https://www.academia.edu/3257524/Periodismo_en_contexto_de_convergencias_2012)
- SCOLARI, Carlos (2008) Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa.
- SCOLARI, Carlos (2018) Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, complejidad. Barcelona: Gedisa. (Ve Natalia si lo da en 2019)
- WESTBROOK, Adam (2012) Dentro del reportaje multimedia. Lecciones de narrativa digital por los mejores profesionales. Disponible en: <https://openlibra.com/es/book/dentro-del-reportajemultimedia>

## ***UNIDAD 3- Narrativas en periodismo digital***

Narrativas en periodismo digital. Nuevos géneros en el periodismo digital. Entrevistas y crónica en línea. Periodismo de datos. El periodismo móvil. Periodismo de investigación. Periodismo científico. Periodismo inmersivo: realidad virtual y realidad aumentada.

## **Bibliografía:**

- AGUADO, Juan Miguel; Claudio FEIJÓO e Inmaculada MARTÍNEZ (Coord) (2013) La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital. Barcelona: Gedisa.
- Anuario del Centro de Formación en Periodismo Digital (2013). Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Disponible en: <http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/?q=content/anuario-delcentro-de-formacion-en-periodismo-digital-2013-herramientas-y-recomendaciones-pa>
- 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.elprofesionaldeinformacion.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](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](http://www.revistalatinacs.org/16SLCS/2017_libro/058_Jimenez.pdf)

LARRONDO URETA, Ainara (2009) Los géneros en la redacción ciberperiodística. Bilbao: UPV/EHU.

LARRONDO URETA, Ainara y Ana SERRANO TELLERÍA (2007) Diseño periodístico en Internet. Bilbao: Universidad del País Vasco.

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 cuentan. Madrid: Deusto. Primer capítulo disponible en: <http://hipermediaciones.com/2013/01/11/narrativas-transmedia-el-libro/>

#### **UNIDAD 4 – La web y las redes sociales**

Características de los productores, difusores y usuarios de redes sociales y mensajería. Estrategias de navegación y lectura de los medios tradicionales. Consumo tradicional, fragmentado y móvil. 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.

#### **Bibliografía:**

ALBARELLO, Francisco (2011) Leer/navegar en Internet. Las nuevas formas de lectura en la computadora. Buenos Aires: La Crujía.

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

[http://www.labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital\\_MitosyRealidades.pdf](http://www.labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital_MitosyRealidades.pdf)

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](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%81BITO\\_S\\_INFORMATIVOS\\_DE\\_LAS\\_AUDIENCIAS\\_ARGENTINAS](https://www.academia.edu/31882569/Lectores_y_usuarios_del_papel_a_la_web_H%C3%81BITO_S_INFORMATIVOS_DE_LAS_AUDIENCIAS_ARGENTINAS)

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/>

CALVO, Ernesto y ARUGUETE, Natalia (2020) Fake news, trolls y otros encantos. Buenos Aires: Siglo XXI editores

CALVO, Ernesto (2015). Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman. Buenos Aires: Capital Intelectual.

CEREZO, Pepe (2016) Los customer media. Medios líquidos para usuarios hiperconectados.

Madrid: Evoca. Disponible: <http://evocaimagen.com/dosieres/dosier-evoca-01-customer-media.pdf>

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-esejercitos-influyen-en-la-politica/>

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

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

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

ORIHUELA, José Luis (2011) Mundo twitter. Barcelona: Alienta Editorial.

REQUEJO ALEMÁN, José Luís y Susana HERRERA DAMAS (2011a) "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](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 PÉREZ (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.

SERRANO SANTOYO Arturo y Evelio MARTÍNEZ MARTÍNEZ (2003) La Brecha Digital. Mitos y realidades. Mexicali (México): Editorial Universitaria de la Universidad Autónoma de Baja

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

ZUAZO, Natalia (2018). Los dueños de Internet. Buenos Aires: Debate.

### **UNIDAD 5 #PeriodismoEmprende**

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. Pautas de escritura SEO (optimización en buscadores) Análítica web sobre medios digitales. 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](http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php)

GOOGLE Manuales para periodistas.

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**

La propuesta metodológica tratará de reflejar, en todas las instancias, el eje teoría-práctica, en donde lo individual y lo grupal se conjuguen. El tratamiento de los diferentes temas se realizará, principalmente, a través de: clases teórico-prácticas, en las cuales se plantearán los temas del periodismo digital. Se desarrollará una por semana de tres horas de duración.

Los temas se desarrollarán a través de:

- a.- Exposiciones del docente o de docentes e invitados especiales.
- b.- Trabajos individuales, sobre la base de lecturas previamente realizadas acerca de textos de interés, bibliografía actualizada y resúmenes de investigación, entre otros.
- c.- Trabajo en pequeños grupos, para el abordaje de situaciones problemáticas, la confrontación de ideas y experiencias, la lectura compartida y el análisis de los textos seleccionados.

Los Trabajos Prácticos, serán producciones escritas, con carácter acreditable y coincidentes con una instancia plenaria teórico – práctica. Estas producciones formarán parte de la producción final, requisito para rendir el examen final –con aprobación del setenta por ciento de las mismas-.

Consultas individuales y tutorías se armarán de acuerdo a lo solicitado por los alumnos. Se prevé un horario semanal para consulta de alumnos y de otras cátedras que así lo solicitaran.

Resumiendo, podríamos decir que la propuesta se planteará en torno a una serie de tareas a desarrollar individual y grupalmente, en donde se trabajará con la discusión de materiales bibliográficos, intercambio de experiencias –como alumno, como docente y como parte integrante de un plan de estudio- y confrontación de opiniones con el objeto de producir conocimiento. Las clases teóricas como los trabajos prácticos, se encuentran disponibles en el campus virtual de la universidad, donde los estudiantes podrán ingresar cuando lo deseen.

## **6. Condiciones de acreditación y evaluación**

Todas las actividades anteriormente mencionadas (clases teórico-prácticas, trabajo individual o grupal) serán evaluadas por la Cátedra. Durante el transcurso del ciclo lectivo, se evaluarán tanto los procesos como los productos del aprendizaje, a través de diversas estrategias. Asimismo los alumnos deberán presentar –en tiempo y forma- y aprobar el setenta por ciento de las producciones escritas solicitadas, así como reunir los requisitos de regularidad dispuestos por las reglamentaciones vigentes en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.

Para la obtención del concepto, los alumnos deberán acreditar: la aprobación del setenta por ciento de las producciones solicitadas (trabajos prácticos), en los plazos de entrega estipulados. La falta de cumplimiento con las fechas de entrega establecidas equivaldrá a la desaprobación de los mismos. La aprobación de los dos parciales, con un mínimo de cuatro puntos cada uno.

Para el examen final los alumnos regulares deberán presentar una situación de la actualidad informativa, a partir de la cual se puedan resignificar los contenidos abordados durante la cursada. En el caso que se elabore un texto el mismo deberá entregarse a la Cátedra con 48 horas

de anticipación.

En el caso de los alumnos que tuvieran que rendir la materia como libres y que por consiguiente no hubieran pasado por la experiencia del cursado con la modalidad propuesta deberán presentar un escrito, cuya temática será previamente acordada con la Cátedra y deberá ser entregado con 48 horas de anticipación a la consubstanciación de la mesa examinadora.

Cabe aclarar que los criterios de evaluación para todas las instancias anteriormente mencionadas serán:

1. El grado de información
2. Nivel de elaboración:
  - 2.a. Formulación de problemas e hipótesis de trabajo
  - 2.b. Exposición, articulación y comparación crítica de argumentos y conceptos
  - 2.c. Discusión de las conclusiones y de sus implicaciones.
  - 2.d. Reflexión acerca de la significatividad del tema.
3. La claridad, precisión y comunicabilidad de la exposición.
4. Metodología de trabajo utilizada.
5. Cumplimiento con la fecha de entrega establecida

## **7. Cronograma**

Durante el dictado del taller de periodismo digital, los estudiantes deberán generar contenidos para una multiplicidad de plataformas digitales, con asistencia y evaluaciones de los docentes. Se ofrecerán talleres para el dominio de recursos que permitan aprovechar la multimedialidad e interactividad.

También durante todo el año se trabajará con las redes sociales, especialmente Twitter, Youtube y Facebook. También con mensajería: WhatsApp y Telegram.

Los contenidos de la Unidad 1 serán expuestos en las primeras clases (“Historia y antecedentes del periodismo digital”).

Los conceptos claves del periodismo digital (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad e instantaneidad) serán desarrollados a lo largo de las primeras clases teóricas y con trabajos prácticos específicos (Unidad 2).

Se realizará una investigación especialmente diseñada para la Web. Para ello se ofrecerán clases sobre distintas herramientas multimedia, en conjunto con la cátedra de producción de contenidos multimedia y taller de producción de contenido. (Unidad 3 y 4).

Los contenidos de la unidad 5 serán trabajados y parte de ellos, serán preparados y expuestos por los estudiantes en grupos, con guía y asistencia permanente de los docentes de la cátedra.

### **Sitios de consulta**

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

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

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

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

<http://hipermediaciones.com/>

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

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

Año de vigencia: 2022. Comodoro Rivadavia, 26 de marzo de 2022

Profesor Responsable Daniel Pichl

(Firma Aclarada)

VISADO		
DECANO	SECRETARIO ACADEMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA