

PROGRAMA DE PERIODISMO TRANSMEDIA							
I.- DATOS GENERALES							
Nombre de la Carrera o Programa: COMUNICACIÓN SOCIAL							
Nombre de la Asignatura: Periodismo Transmedia							
Departamento y/o cátedra: Periodismo							
Concentración: Periodismo							
Régimen: <i>Semestral</i>				Número de Unidades Crédito: 5			
Ubicación en el plan de estudios: Semestre B							
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:			
Obligatoria	x	Electiva		Teóricas:	2	Prácticas/Seminarios	2
Prelaciones/Requisitos:				Asignaturas a las que aporta: De la concentración <u>Periodismo</u> : Trabajo final de la concentración.			
Fecha de aprobación del Programa por Consejo de Facultad: 27/6/2016							

II.- JUSTIFICACIÓN
<p>Si, como dice el catedrático español especializado en comunicación digital Carlos Scolari, una narrativa transmedia se caracteriza por contar una historia complementada a través de varios medios, que además involucre la participación de las audiencias para la construcción de ese proceso narrativo, podríamos decir que el periodismo es transmedia por vocación y que las nuevas tecnologías de la información solo han abierto las puertas para que esa vocación se cumpla cabalmente.</p> <p>En efecto, según precisa Scolari en su blog Hipermediaciones “El periodismo cumple las dos principales condiciones que caracterizan a las narrativas crossmedia”(…)“Estamos en presencia de una historia que se cuenta a través de varios medios (web, RSS, blogs, radio, televisión, prensa impresa, etc.) y a su vez que está enriquecida con los aportes de los usuarios (blogs, comentarios, tweets, llamadas telefónicas, cartas al editor, etc.)”.</p> <p>Pero además, el transmedia y la comunicación digital parecen ser el futuro del periodismo, de acuerdo con la prospectiva realizada por la Unión de Empresas de Comunicación Europea y publicada bajo el nombre El paisaje de los medios en 2020.</p> <p>En ese sentido, es indispensable formar periodistas con competencias para sobrevivir en este proceso de convergencia mediática, que entiendan la importancia de las audiencias en la producción de procesos de construcción de contenidos informativos complejos, y que sepan manejar las herramientas de la transmedialidad.</p>
III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:
Competencia profesional básica: Se comunica efectivamente

Se expresa correcta y adecuadamente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produce mensajes adecuados a la situación comunicativa 2. Elabora textos coherentes de distinto orden o género 3. Evalúa la idoneidad de un mensaje
Utiliza las tecnologías de la información y la comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utiliza adecuadamente las TIC para la obtención y procesamiento de información 2. Se actualiza permanentemente en relación con las TIC 3. Valida la información que obtiene de Internet
Competencia profesional básica: Interpreta la realidad social	
Interpreta problemáticas sociales con sentido crítico, reflexivo y ético	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contextualiza problemáticas desde una perspectiva histórica y cultural 2. Analiza problemáticas de la realidad social de manera crítica, reflexiva y autónoma, haciendo uso de conceptos y procedimientos de las ciencias sociales 3. Articula el conocimiento de la realidad con valores y principios éticos
Competencia profesional básica: Crea mensajes para una audiencia	
Produce textos adecuados al contexto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferencia las características y convenciones de los géneros utilizados en la comunicación social 2. Determina las características de las audiencias objetivo 3. Selecciona el medio adecuado para transmitir un mensaje 4. Utiliza adecuadamente el lenguaje para crear textos con distinto propósito y formato, y para distintas audiencias y medios 5. Utiliza adecuadamente las TIC para la elaboración y difusión de mensajes
Competencia profesional específica: Crea textos periodísticos	
Produce textos periodísticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferencia géneros periodísticos 2. Utiliza la metodología adecuada para discriminar audiencias y sus condiciones de recepción e interacción 3. Analiza las características y posibilidades de distintos medios 4. Selecciona el género que mejor se ajusta a la audiencia, al medio y a la situación comunicativa



	<p>5. Utiliza adecuadamente el lenguaje para crear mensajes informativos</p> <p>6. Maneja las distintas herramientas tecnológicas asociadas a las plataformas</p>
Evalúa el texto	<p>1. Maneja equitativamente las fuentes informativas en términos de variedad, cantidad y perspectivas diferentes.</p> <p>2. Evalúa el texto según criterios periodísticos</p> <p>3. Evalúa el texto según criterios éticos y jurídicos</p>

IV.- CONTENIDOS	
Unidad I. Narrativas Transmedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Narrativas Transmedia. Definiciones, conceptos <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Los 7 principios según H. Jenkins 2. Antecedentes <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Media Ecology 2.2. Hipertextos 2.3. Hipermedia 2.4. Multimedia 3. Transmedia Storytelling <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Fragmentación de medios 3.2. Multiplicidad de medios 4. Newsgames: el periodismo en forma de juegos 5. Los mapas interactivos
Unidad II. Periodismo, Web 2.0 y Redes Sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. El periodismo ciudadano y el periodismo transmedia 2. Las nuevas relaciones emisor receptor 3. Fragmentación de la noticia 4. Contenido enriquecido 5. Dispositivos para la creación y consumo de contenidos 6. El lenguaje del periodismo transmedia y el lenguaje de las redes 7. Herramientas y soportes del periodismo transmedia
Unidad III. Periodismo transmedia y géneros complejos. Elaboración de reportajes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de objetivos 2. Estructuración de contenidos 3. Selección de medios 4. El guión para el transmedia 5. Preparación de medios <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Textos 5.2. Fotos 5.3. Vídeos 5.4. Sonidos 5.5. Infografías 5.6. Geolocalización 5.7. Redes Sociales 6. Ensamblaje del reportaje en la web



V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	
DOCENTES	ESTUDIANTES
1. Exposición de contenidos (que no debe convertirse en clase magistral) para ofrecer la información de manera organizada y coherente 2. Presentación de modelos 3. Presentación de videos para comprender contenidos específicos de la asignatura 4. Estudio de casos 5. Desarrollo de prácticas específicas 6. Desarrollo de análisis de textos multimedia 7. Discusión de dilemas éticos 8. Desarrollo de blogs, videos, galerías fotográficas y de prácticas por Twitter e Instagram 9. Creación de un wiki para que los estudiantes discutan conceptos básicos	1. Atención, participación y formulación de dudas en clases presenciales 2. Estudio de contenidos teóricos autoevaluables 3. Análisis creativo y crítico de textos y de casos 4. Desarrollo de textos periodísticos
VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	
Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura <i>Periodismo Transmedia</i> son: <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluación de ensayos, informes y de textos periodísticos. 2. Pruebas cortas, orales o escritas. 3. Discusiones y debates. 4. Elaboración y desarrollo de proyectos de periodismo de investigación. 	

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
<p>TEXTOS</p> <p>Bibliografía básica general:</p> <p>Domínguez, E. (2013). 'Newsgames': <i>Con la información sí se juega</i>. Disponible en http://blogs.lavanguardia.com/elcuartobit/%E2%80%98newsgames%E2%80%99-con-la-informacion-si-se-juega</p> <p>Franco, M y Comas, I. (2013). <i>Un nuevo camino para la narración multimedia</i>. Disponible en http://martafranco.es/un-nuevo-camino-para-la-narracion-multimedia/</p> <p>Franco, M. (2013). <i>Las narrativas transmedia en el periodismo</i>. Disponible en http://martafranco.es/las-narrativas-transmedia-en-el-periodismo/</p> <p>Franco, M. (2014). <i>La escalada del periodismo móvil y de la tecnología 'wearable'</i>. Disponible en http://martafranco.es/la-escalada-del-periodismo-movil-y-de-la-tecnologia-wearable/</p> <p>Franco, M. (2014). <i>Zeega, una aplicación para narrar historias multimedia en periodismo</i>. Disponible en http://martafranco.es/zeega-una-aplicacion-para-narrar-historias-multimedia/</p> <p>Irigaray, F. y Lobato, A , comp. (2014). <i>Hacia una comunicación transmedia</i>. Ebook. UNR</p>



Editora. Editorial de la Universidad Nacional del Rosario. Disponible en <http://www.widbook.com/ebook/read/hacia-una-comunicacion-transmedia>

Jenkins, Henry. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Landow, George. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Landow, George. (1997). *Teoría del Hipertexto*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Porto, D y Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia. Reflexiones y técnicas para el periodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Editorial Fragua. Disponible en http://www.academia.edu/9779059/Periodismo_transmedia

Reno, D. (2015). *Periodismo y transmedia: conceptos en transformación y construcción*. Disponible en <http://www.eafit.edu.co/escuelas/humanidades/noticias/Paginas/transmedia-denis-reno.aspx>

Reno, L y Reno, D. (2013). "Narrativa transmedia y mapas interactivos: periodismo contemporáneo". En *Revista Razón y Palabra*. N° 83. Junio-Agosto. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/40_RenoReno_V83.pdf

Salaverría, R. y Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90

Scolari, Carlos. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Mexico: Gedisa.

Solari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Udecam. (2014). *¿Cómo será el panorama mediático en 2020?* Disponible en http://www.udecam.fr/docs_paysagemedia/Paysage%20Media%202020%20-%203eme%20edition%20-UDECAM%202014.pdf

PÁGINAS WEB

GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO

Guías definidas por el profesor al inicio de cada período académico.

