



UTPL
La Universidad Católica de Loja

Modalidad Abierta y a Distancia

Tendencias de la Comunicación

Guía didáctica



Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Departamento de Ciencias de la Educación

Sección departamental de Comunicación y
Tecnologías

Tendencias de la Comunicación

Guía didáctica

Autora:

Diana Elizabeth Rivera Rogel



Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

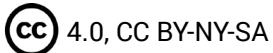
Referencias bibliográficas

Tendencias de la Comunicación

Guía didáctica

Diana Elizabeth Rivera Rogel

Universidad Técnica Particular de Loja



Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojainfo@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-25-702-4



La versión digital ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

23 de abril, 2020

Índice

1. Datos de información.....	7
1.1. Presentación de la asignatura	7
1.2. Competencias genéricas de la UTPL.....	7
1.3. Competencias específicas de la carrera	7
1.4. Problemática que aborda la asignatura	8
2. Metodología de aprendizaje.....	8
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje	9
 Primer bimestre.....	 9
Resultado de aprendizaje 1	9
Semana 1	9
 Unidad 1. Periodismo y tendencias digitales.....	 10
1.1. Introducción a las tendencias del periodismo digital.....	10
Actividades de aprendizaje recomendadas	16
Semana 2	16
 Unidad 2. Nuevos formatos y nuevos soportes	 16
2.1. Nuevas profesiones: nuevas rutinas de trabajo y transformación del perfil profesional	22
Actividades de aprendizaje recomendadas	27
Semana 3	28
 Unidad 3. Nuevas modalidades de periodismo	 28
Actividades de aprendizaje recomendadas	33
Resultado de aprendizaje 2 y 3	34
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	34

Índice	
Semana 4 a 7	34
Unidad 4. Periodismo de datos y big data	34
4.1. Periodismo de datos y visualización de datos.....	35
Actividades finales del bimestre	43
Semana 8	43
Autoevaluación 1	44
Segundo bimestre	47
Resultado de aprendizaje 4	47
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	47
Semana 9	47
Unidad 5. Drones y periodismo	47
5.1. Drones en el campo informativo	48
5.2. Uso de drones en Ecuador con fines periodísticos	51
Semana 10	54
Unidad 6. Transmedia y Crossmedia	54
6.1. Narrativas multimedia y transmediáticas del periodismo en Internet	54
Actividades de aprendizaje recomendadas	56
Semana 11	57
Unidad 7. Introducción al periodismo de inmersión: realidad virtual y video 360	57
7.1. Periodismo de inmersión.....	57
7.2. Imagen y video 360º	60
Unidad 8. Newsgames: periodismo y videojuegos.....	63
8.1. Introducción: el periodismo y los videojuegos.....	63

Semanas 12 y 13.....	64
Unidad 9. Periodismo wikiLeads y mashups	64
Semana 14 y 15.....	69
Unidad 10. Modelos de negocio con tecnologías emergentes y disruptivas.....	69
10.1.Tendencias, diversidad y modelos híbridos	69
10.2.Metodologías, estrategias y diseño de nuevos modelos de negocio	70
10.3.Crowdfunding y Crowdsourcing.....	70
Actividades de aprendizaje recomendadas	74
Atividades finales del bimestre.....	74
Semana 16	74
Autoevaluación 2	76
4. Solucionario	78
5. Referencias bibliográficas	80

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



1. Datos de información

1.1. Presentación de la asignatura



1.2. Competencias genéricas de la UTPL

- Comunicación oral y escrita.
- Orientación a la innovación y a la investigación.

1.3. Competencias específicas de la carrera

- Participa en los procesos de acceso y democratización de la información a través de medios de comunicación convencionales y digitales.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

1.4. Problemática que aborda la asignatura

El objetivo de esta asignatura es estudiar las nuevas modalidades del periodismo de datos, 360, videojuegos, crowdfunding y crowdsourcing, transmedia y crossmedia, entre otras temáticas, que le permitirán al comunicador ser un profesional que aplique las últimas tendencias a su labor periodística.



2. Metodología de aprendizaje

La metodología de aprendizaje de la asignatura de Tendencias de la Comunicación se basa en que el estudiante reflexione y analice las principales tendencias de la comunicación.

Se consideran las siguientes metodologías:

- **Estudios de casos:** resolución de una situación problemática que demande la puesta en práctica de elementos teóricos partiendo de los sistemas conceptuales.
- **Clases demostrativas:** lo que se aprende se pone en práctica y se utiliza para reconstruir aprendizajes significativos.
- **Trabajo práctico:** espacios para la construcción de saberes epistemológicos sometiendo al objeto de conocimiento a pruebas lógicas en el campo de acción.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1

Conoce y analiza las nuevas modalidades de la comunicación



Semana 1



Unidad 1. Periodismo y tendencias digitales

1.1. Introducción a las tendencias del periodismo digital

Al iniciar el estudio de este primer bimestre es importante conocer los nuevos entornos en los cuales se desarrolla la profesión periodística, que a través de la implementación de la tecnología dieron un giro, en muchos casos de 360°. Para entender la actividad periodística y la forma de generar contenidos es necesario conocer los cambios que surgieron en el transcurso de la historia y la implementación de nuevos recursos, en cada una de estas etapas; hasta llegar a una transformación digital, que implica cambios de formatos, soportes y de la manera de hacer periodismo.

Los cambios a los que se han enfrentado los medios de comunicación, de cierto modo amenazaron la actividad de los mismos, que se cuestionan en la forma de vincularse con la audiencia y la acción social que ejercían en la tarea de educar, informar y entretenér.

Los primeros rasgos del periodismo se expresan en las representaciones, símbolos y pictogramas de las culturas más antiguas en el mundo, como los egipcios, los romanos y los persas, quienes a través de diferentes recursos daban a conocer leyes, dictámenes o acciones de quienes dirigían la nación. De estas culturas mencionadas es en la antigua Roma donde se registran de forma aún más clara, dadas a través de los comentarios, memorias

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

históricas y actas que fueron expuestas a la población mediante la expresión oral.

Entre los siglos XIII y XV aparecen manuscritos y algunos diarios donde se compartían ideas y argumentos entorno a la época. El proceso de comunicación se fortaleció con la llegada de la imprenta en 1450, haciendo posible que se incremente notoriamente la difusión de información y a la par la expansión de conocimientos.

Muchas personas hablan de un mismo tema, al mismo tiempo porque los cambios culturales y mentales también fueron evidentes, es decir que con la implementación de este recurso los ciudadanos se fueron empoderando de los contenidos.

La imprenta aceleró varios procesos en el día a día del ser humano modificando su comportamiento en la educación, la ciencia, la religión, la convivencia diaria y como materia de estudio de la presente asignatura el ámbito informativo.

Tiempo después, la información y noticias que se compartían se lograban de forma oral e impresa, así con la aparición de la radio (inicios del siglo XX), de la televisión (1926) y de la Internet (1969) las formas de generar este contenido y los formatos en sí cambiaron. De acuerdo con la llegada de cada uno de estos medios, el periodismo se ha adaptado a las posibilidades y exigencias.

El proceso unidireccional, de a poco, se modifica para concebir el espacio multimedia y bidireccional, donde existen más recursos y participación de quien recibe la información. Entre las décadas de 1880 y 1900 el periodismo sufrió cambios muy importantes en el ámbito tecnológico, así como en la estructura y composición del contenido.

En sus inicios el periodismo fue considerado como un oficio y en actualidad es un poder en la sociedad y representa un peso económico importante. Barrera (2008) señala al periodismo como

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

un oficio con características bien definidas desde sus inicios y que mantiene líneas generales hasta nuestros días.

La evolución del periodismo nos permite adentrarnos en el periodismo digital, el cual surge con la llegada de la Internet y la necesidad de los medios de comunicación de migrar y adaptarse a las nuevas plataformas, puesto que esta decisión les ha permitido mantenerse en el tiempo y llegar a audiencias no pensadas, y ha implicado un cambio de formatos, de la manera de hacer información, de los soportes, de actualización constante de los profesionales, etc.

El periodismo experimenta nuevos retos sociales y económicos, retos para el profesional de la información y para el medio de comunicación. A decir de Ramón Salaverria inició aproximadamente en la década de 1990, centrándose en la investigación y producción para luego publicar cada nota con ayuda de las tecnologías digitales. Hoy el ciberperiodismo es un hecho consolidado.

Para ampliar el aprendizaje de este tema le invito a leer el apartado 1.1. de su texto base “1.1. Statu quo del periodismo, los medios y su relación con la red” (páginas 13-16).

En esta asignatura queremos aprender las bases, pero en el futuro trataremos de ir innovando, soñando y por qué no creando nuevos productos, pensando siempre ¿Qué podríamos agregarle a la comunicación para que sea diferente?

A continuación, conoceremos las principales tendencias en el periodismo digital que se marcan y proyectan en los próximos años.



Figura 1. ITendencias para la prensa

Fuente: [Laboratorio de Periodismo](#)

Según la [Knight Foundation](#) en el año 2020 el periodismo experimentará una nueva cultura, las cinco generaciones existentes de periodistas deberán aprender unas de otras, ya que cada una ha experimentado transformaciones en el ámbito tecnológico y profesional. Las cinco generaciones a las que hacen referencia son:

- Tradicionalistas: nacidos antes de 1946.
- Baby Boomers: nacidos entre 1946 y 1964. En su tiempo los recursos del periodismo eran abundantes y accedían en primera instancia a dirigir un departamento.
- Generación X: nacidos entre 1965 y 1976. Para ellos era difícil acceder a los altos rangos periodísticos, experimentaban la vanguardia de la transformación digital.
- Generación Y / Millennials: nacidos entre 1977 y 1997. Los millennials no conocen lo que es progresar en periodismo, experimentan pasando de una redacción a otra hasta esperar que su contenido llegue a un medio nacional.
- Generación Z: nacidos después de 1997.

Se compartirán experiencias y conocimientos entre generaciones hasta convertirse en una cultura que permita acelerar la innovación en el periodismo, valorando la participación comunitaria, la equidad y la inclusión.

Jesús Hernández Cuéllar argumenta algunas tendencias periodísticas, a continuación, se resumirán algunas de ellas.

Internet brinda a los usuarios diversas opciones para navegar, lo que obliga a los medios y periodistas a innovar y buscar maneras más novedosas para llegar a ser atractivos para su público. Pero hay quienes piensan y discuten entre ser atractivos e ingresar en una plataforma de entretenimiento o volver a ser tradicionales mediante una plataforma de información. Recordemos que los medios al tener hoy en día la mayoría una versión digital, compiten con toda la globalidad de contenido que se presenta en la Web, con grandes atracciones que hace poco no estaban al alcance de todos.

En esta misma línea, Paucar y Coronel-Salas (2019) señalan “la innovación implementada a partir de la digitalización, donde el usuario es el único protagonista para explorar contenido hipermedia que trae consigo potenciales retos y necesidades por cumplir”.

Contextualizando, al finalizar el año 2019 la cantidad de usuarios de teléfonos móviles se aproximaba a tres mil 300 millones, hablamos que el 42.6% de la población mundial desde sus aparatos tecnológicos “consumirán todo tipo de contenidos, inclusive periodístico. Ignorar esta realidad dentro de una sala de redacción, sería suicida” (Hernández, s.f., párr.7).

El mundo de la comunicación también experimenta la llegada de la inteligencia artificial, en cuanto a producción de contenidos con los robots, lo que representa una lucha y preocupación para los periodistas actuales, pero también permite acelerar procesos y optimizar tiempo y recursos.

Otra de las tendencias actuales es la inmersión de los laboratorios en comunicación, como parte del análisis, publicación y visualización de datos. Para Paucar y Coronel-Salas (2019) “la convergencia trajo consigo diversos cambios; la incorporación a la sala de redacción de profesionales más allá del periodismo, mismos

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

que cuentan con aptitudes informáticas y de diseño, que innovan los productos informativos a través de los laboratorios” (p.480).

Ante el desarrollo de los laboratorios y labs, Salaverría (2015) manifiesta: “Los labs centrados en desarrollo de tecnologías y aplicaciones digitales no buscan la resolución de problemas tecnológicos existentes, sino la exploración de oportunidades futuras” (p.402).

Ejemplo de esto tenemos el Laboratorio de Comunicación, innovación y cultura digital de la UTPL [MediaLab UTPL](#), pueden ingresar a la página y conocer los diferentes proyectos y actividades que desarrollamos a diario.

Les invito a conocer la opinión de Ramón Salaverría, experto en ciberperiodismo, sobre las tendencias del periodismo en el siguiente video.

Nuevas tendencias de los medios:

- *Washington Post*: Pagebuilder. El diario propiedad de Jeff Bezos ha desarrollado un programa que permite a los periodistas crear páginas de forma sencilla introduciendo diferentes formatos editoriales [Conoce más](#).
- *The New York Times*: ha decidido desarrollar una herramienta de código abierto. “Hive” (colmena) pretende facilitar la recogida de datos y está a disposición de cualquier usuario en “GitHub”.
- *The Guardian*: El diario, que sigue manteniendo su edición digital de acceso libre, apostó hace más de una década por una plataforma de citas online llamada “[Soulmates](#)” (almas gemelas). Se estima que recibe actualmente unas 1.500 suscripciones diarias, convirtiéndose en uno de sus negocios más rentables. Uno de sus competidores, *The Telegraph*, también tiene su propio servicio llamado “*Telegraph Dating*”.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

En la siguiente unidad nos centraremos en conocer los nuevos formatos y soportes periodísticos, en especial los que han surgido con la transformación digital, puesto que los soportes tradicionales ustedes ya los conocen.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Les dejo este artículo de Opennemas, en el que encontrarán los “[Mejores blogs de periodismo para estar al día en 2020](#)”, la idea es investigar y navegar por los que le parezcan más interesantes y posteriormente hacer una lista en su cuaderno de apuntes de las tendencias en periodismo digital que se mencionan y que llaman su atención.



Semana 2



Unidad 2. Nuevos formatos y nuevos soportes

Se debe considerar que Internet reduce el tiempo que los usuarios dedican a otros medios, siendo una alternativa funcional a los demás medios, en especial a la televisión; navegando en la red

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

el individuo logra entretenerte, pasar el tiempo, interactuar e informarse (Moreno, 2017). Esto implica la inmersión de nuevos formatos y nuevos soportes al hacer periodismo.

Robledo-Dioses (2017) afirma que “desde la aparición del primer diario hasta los móviles, el periodismo no ha dejado de ser uno, cada medio con su aparición lo ha enriquecido y le ha permitido permanecer en el tiempo, renovándolo y extendiendo su naturaleza social” (p.1).

En la actualidad son varios **los nuevos formatos** que se emplean para el desempeño del periodismo:

Mapas interactivos: se cita el ejemplo de los periodistas que utilizaron herramientas digitales para desarrollar mapas interactivos de las masacres en Colombia. Accederá al texto “Periodismo innovador en América Latina”, presionando la imagen a continuación (páginas 18-20).



Figura 2. Ejemplo de mapas interactivos en periodismo

Tomado de: Mioli, T., y Nafría, I. (2017). [Periodismo innovador en América Latina](#)

En la red existe la investigación publicada por José Alberto García Avilés en el año 2017, “[70 géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter](#)” en la que realiza un completo recorrido

de formatos visuales que se pueden utilizar en periodismo, exclusivamente: representaciones gráficas, videos, GIF e infografías.

Para resumirlo presentamos el siguiente mapa mental:

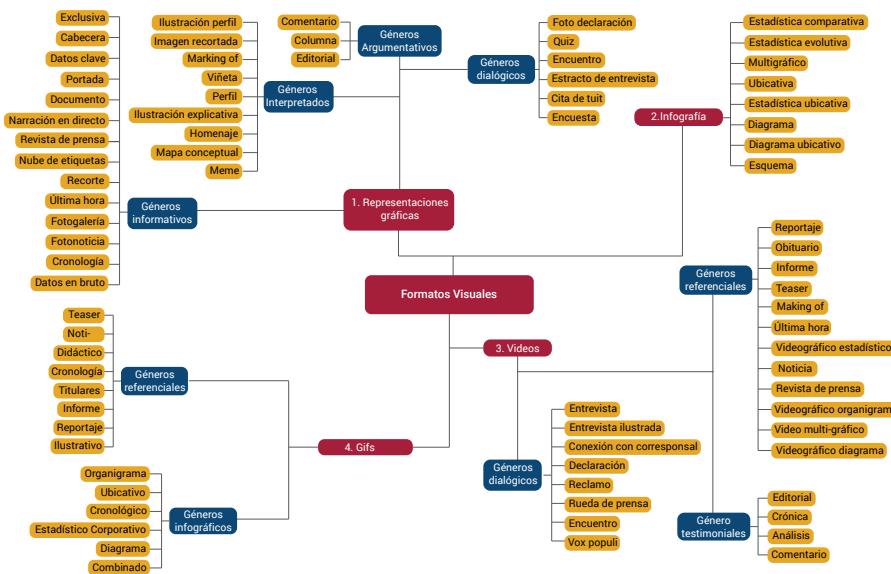


Figura 3. Formatos visuales para géneros periodísticos

Fuente: Elaboración propia

Storytelling: emplea características de storytelling general para narrar una historia o contar una noticia, el narrador describe los hechos o da su testimonio en primera persona y el mecanismo de la espera para generar atención. Llama mucho la atención en periodismo, contar lo que ocurrió con el testimonio de una persona, esto genera afinidad con su audiencia.

Es una tendencia que está empezando, no todos los medios se arriesgan a utilizarla, pero para los próximos dos años, el storytelling se solidificará en los medios de mayor influencia.

Algunos ejemplos son: [Narrative.ly](#) donde el periodista cuenta las vivencias de otros; [the Atavist](#) donde cambian la estructura de la información, tratando de ocultar hechos.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Un ejemplo de la utilización de varios formatos, incluso nuevas herramientas como el dron en periodismo (del que conoceremos más adelante), es esta [publicación](#) de *The New York Times*, donde nos traslada en un recorrido por Groenlandia. Propuesta como esta tienden a incluir: textos, videos, audio, mapas y animaciones.

Entre los principales **soportes** establecidos gracias a la ayuda de la tecnología están:

Netflix:

Las plataformas por streaming como Netflix se convierten en un nuevo canal para acceder a contenidos novedosos y que es útil para aprender nuevas formas de hacer periodismo. En este soporte se puede subir contenido interesante para el periodismo en documentales, series y películas; o un nuevo formato que surgió, los llamados docuseries, que combina los elementos del documental, pero explicando los hechos en cada capítulo.

Redes sociales:

Las redes sociales se han convertido en uno de los principales soportes para difundir contenido y noticias, en la actualidad la mayoría de medios de comunicación que tienen presencia digital, poseen cuentas en las diferentes redes sociales y posteán a diario su contenido. Esto también con el fin de que a través de estos canales y de acuerdo al interés, el usuario llegue a la página principal del medio.



Figura 4. . Noticias y redes sociales

Fuente: RTVE.es

Para profundizar los invito a leer el capítulo “Redes sociales” de Lillian Agosto Maldonado (páginas 17-21) expuesto en línea en la [Guía de periodismo en la era digital](#). En donde se evalúan varias redes sociales más populares para los periodistas.

Un estudio de Quicksprout, una empresa especializada en marketing *online* analizó cual es la mejor hora para publicar en cada red social, o como se conoce en el mundo anglosajón, cuándo se produce más *engagement*, que es el grado de implicación e interacción de un consumidor con una información o marca.

- Facebook, 13:00, mientras que el mayor número de clicks se consigue alrededor de las 15:00. El rango horario de mayor uso se sitúa entre las 9 y las 7 de la tarde, especialmente los jueves, viernes y sábados.
- Twitter concentra más actividad a las 12 del mediodía y entre las 17 y las 18:00, con un promedio correcto de entre 1 y 4 tuits por hora.
- Instagram destaca los lunes y en las horas centrales (15:00-16:00)
- Pinterest es más usado los sábados entre las 20 y las 23:00.
- Shareaholic, una herramienta que facilita y mide el tráfico del contenido que se comparte, sostiene que la mejor hora para compartir información en redes sociales es entre las 8 y las 12 de la mañana, con un pico especial a las 9, que suele ser la hora a la que se entra a trabajar. La interacción va descendiendo durante el día, hasta alcanzar un nuevo pico a las 21:00.

Facebook Live: permite transmitir instantáneamente la información necesaria, el periodista se encuentra en el lugar de los hechos, requiere de un dispositivo móvil, y acceso a internet; gracias a ello podrá difundir lo ocurrido.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

En Loja existe el caso del medio de comunicación Primer Reporte, quienes desde su fan page en Facebook, [Primer Reporte](#), dan a conocer noticias a nivel local y nacional de los principales hechos en torno a la política, economía, sociedad, etc.

Primer Reporte, desde Facebook Live, realiza coberturas en tiempo real de ruedas de prensa, acontecimientos cívicos, entre otras. También difunde entrevistas que dan un valor agregado a la información publicada en su página, tal es el caso de la cobertura en vivo del Paro Nacional del Ecuador, el pasado octubre de 2019, desde la Casa de la Cultura en Quito se conoce la opinión ciudadana y de líderes indígenas. A continuación, si da clic a la imagen accederá a la entrevista completa.



Figura 5. Transmisión en vivo de manifestación en el Paro Nacional del Ecuador

Fuente: Primer Reporte Facebook (2019)

Para completar la experiencia en el uso de este soporte interactivo, López (2007) nos enseña “Cómo usar Facebook Live en el periodismo para mayor interacción con los usuarios: lecciones de medios en español” (p. 21-26), mediante estas seis páginas el autor

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

comenta la importancia de Facebook Live, como soporte que admite cubrir las necesidades periodísticas que por ejemplo la televisión no permitiría, una interacción directa con los usuarios, puesto que mediante el *streaming*, los mismos pueden comentar o preguntar en tiempo real.

2.1. Nuevas profesiones: nuevas rutinas de trabajo y transformación del perfil profesional

Con la llegada de los nuevos entornos digitales no se piensa que la producción de contenidos se detuvo, ya que la tarea del profesional es adaptarse y generar las condiciones para cubrir estos espacios. La aparición de nuevos entornos, nuevos soportes y nuevas formas de narración significa que la labor periodística se debe desarrollar bajo otras condiciones.

En la actualidad, los periodistas trabajan más deprisa, considerando que se debe contribuir inmediatamente con los sitios digitales, así también conocen nuevas técnicas de investigación para el uso de las fuentes digitales y de la misma manera para el dominio de los códigos en texto, audio e imagen y lograr presentarlos a través de contenidos multimedia y/o multiplataforma.

Gabriel García Márquez (1996) señala que “los periodistas se han extraviado en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro”, frase que Toledo (2017) asume como una predicción de la tarea actual de la profesión, donde adaptarse al desarrollo tecnológico es la alternativa para mantenerse vigente y responder a las necesidades informativas de la audiencia.

Si la aparición de medios como la radio, la prensa o la televisión exigieron en los profesionales de la época desarrollar diversas destrezas, Internet como un nuevo soporte crea un “nuevo tipo de periodismo”, donde se elimina la comunicación lineal y el usuario participa del proceso, además se incluye varios cambios en la rutina periodística tradicional (Meso, 2003, p. 5).

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Independientemente de la época en la que se desarrolle la profesión, para Gil (1999) la tarea del periodista también es mantenerse en la responsabilidad social con la sociedad, pero al enfrentarse a nuevos entornos es necesario adquirir determinadas destrezas como el uso y beneficios de los recursos web, desarrollar trabajos más directos, obtener conocimientos en diseño gráfico y saber reconocer las fuentes fiables para la generación de información. Otras de las características del ejercicio periodístico en la actualidad es que poseen una buena cultura visual, disponen de cualidades y habilidades para desarrollar estrategias de contenido y así desempeñar con eficiencia su trabajo.

A partir de lo señalado y frente a los cambios en la presentación de la información, también se transforman las rutinas periodísticas. Quim Gil, citado por Meso (2003) señala que “gran parte de las rutinas periodistas en la web no coinciden con el trabajo convencional” (p. 5). Los sucesos se escriben desde el lugar de los hechos y para ello se cuenta con equipos portátiles, con varios programas de diseño.

Este se relaciona con nuevas posibilidades para satisfacer las necesidades de comunicación del usuario: lo que antes se desarrollaba a través de una grabadora, un diario o un teléfono fijo, hoy se cumple con otros recursos como los teléfonos móviles, tablets y grabadoras digitales cuyas funcionalidades suplen a los otros elementos que se involucraban en el pasado. A través del teléfono móvil es posible hacer fotografías, videos, audios, además de acceder a Internet para hacer investigaciones y búsquedas.

El periodista digital transforma su perfil tradicional en uno “multifacético”, donde no puede perder el tiempo porque los contenidos son instantáneos, las noticias se desarrollan a partir de diferentes fuentes y su circulación se da al momento por la usabilidad de las redes sociales. La sala de redacción es la calle, donde se dan los acontecimientos para luego llevarlos a un trabajo más pulcro y amplio si el contenido así lo requiere.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Se habla de una transformación del perfil profesional porque la misma persona elabora y difunde la información por diferentes canales asumiendo el protagonismo en el proceso de producción informativa.

Stange y Salinas (2017) señalan cambios dentro de la rutina periodística en tres dimensiones diferentes como: la práctica profesional, donde el periodista administra y gestiona la información, dejando distante el rol tradicional del reportero; el conjunto de valores, donde el periodismo se apropiá de los discursos liberales y un sistema de producción de noticias organizado, que responde a un sistema mediático organizado, estrategias comerciales, entre otros (p. 6).

Algunos otros cambios indican tanto la necesidad de conocimientos técnicos, como la redacción original del contenido, la contrastación e investigación de fuentes, la búsqueda de historias que permitan vincular a la sociedad, la creación de paquetes informativos, la gestión de herramientas interactivas, la búsqueda de nuevos recursos que permitan vincular otras audiencias y la capacidad de edición, redacción y adaptación de textos al entorno digital.

El papel del periodista está más cuestionado que nunca, donde se ha afectado seriamente su credibilidad. De Lara y Arias (2017) indican que “no se puede perder de vista que se provee de un servicio público de primer orden, consistente de recoger, procesar y difundir informaciones relevantes sobre la actualidad de la ciudadanía” (p. 23).

Hoy en día se experimenta cambios en la producción periodística, el rol de los periodistas y a la par de las modificaciones en la empresa mediática, donde se exige trabajar coherentemente frente a las necesidades de las nuevas audiencias.

Bajo el término “trabajar” se involucra directamente a la profesión periodista y así referirse a un periodista multimedia “capaz de tratar la información en multipantallas, lograr nuevas propuestas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

en el sector comunicacional, dominar la multimedia, seleccionar la información de interés para los usuarios, usar eficientemente las plataformas tecnológicas y los dispositivos móviles" (Barrios y Zambrano, 2014, p. 234)

El periodista actual busca alcanzar competencias en la utilización de equipos de registro visual, realización y edición de audio y video, así como el manejo integral de plataformas y recursos en Internet (manejo de blogs, redes sociales, SEO) y tablas de datos, que permitan alcanzar un mayor porcentaje de audiencia y lograr abarcar los diferentes códigos comunicacionales.

La parte técnica se complementará con los contenidos que se logren concretar, en este sentido la necesidad de conocer y consolidar formatos y géneros para los soportes en los que se vaya a trabajar.

Se requiere un periodista que maneje géneros, lenguajes y narrativas, en función de la categoría y el género al que pertenece; produzca información inmediata; se adapte a reaccionar eficazmente en temas de cobertura; relacione imágenes de manera creativa; identifique las características expresivas específicas de cada medio de comunicación; domine la escritura, la imagen y/o el sonido en cualquier clase de soporte y de canal; capacidad de lectura interpretativa, argumentativa y crítica de los mensajes; analice, comprenda, asocie y aplique los diversos textos escritos, verbales y visuales en forma sencilla y articulada para diferentes medios, soportes y plataformas digitales.

Parte de este proceso de transformación profesional se debe también a los nuevos implementos tecnológicos que aparecen, reduciendo los costos y tiempos empleados para la producción y postproducción.

Por su parte, Silver (2018) menciona cinco aspectos importantes que han cambiado y evolucionado la labor del periodista, como la relevancia de la actualidad inmediata, que se traduce en inmediatez

de la publicación de la información donde prácticamente se elimina el proceso de edición; se reduce el número de personal y se busca trabajadores con experiencia, conocimientos y habilidad en diferentes áreas; se desarrollan conversaciones con el lector, ya que este no se queda pasivo frente a la información y los periodistas incluso incitan a la participación. La relación de pertenencia también se modifica, alineándose más al periodista que al medio en el que trabaja y finalmente la inclusión de las redes sociales en la tarea diaria, sea esta para consultar fuentes, buscar información, publicar contenido o generar participación del público.

Las exigencias hacia los nuevos profesionales varían:



Figura 6. Competencias que se exigen en las nuevas profesiones

Fuente: [Expansión](#)

Hoy en día, qué necesita y cómo debería ser el profesional para crear estos nuevos formatos y difundirlos en los nuevos soportes:

- Ofrecer información y diálogo
- Estar actualizado

- Saber trabajar en equipo
- Agilidad para la redacción de contenidos, escribir con frecuencia.
- Disponer de un blog
- Promocionar las publicaciones
- Estar en el medio Offline – trabajo de campo.
- Adaptarse a diferentes estilos y a la velocidad de los medios digitales
- Diversificar sus fuentes de información
- Manejo de las herramientas del mundo digital.
- Interacción con los lectores o usuarios. Fidelizar a la audiencia.
- Se interesan por los problemas de la gente.
- Saber relacionarse con otros periodistas.

Para finalizar este apartado le invito a aprender sobre las “[Cinco áreas que los estudiantes de periodismo \(y todo periodista\) deberían conocer](#)”, donde encontrará las áreas de conocimiento que la transformación digital ha obligado a los periodistas a profundizar.



Actividades de aprendizaje recomendadas

A continuación, a modo de enseñanza-aprendizaje realizaremos la actividad recomendada, a fin de que usted conozca la evolución de los formatos y soportes periodísticos.

Crucigrama nuevos formatos y nuevos soportes

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Semana 3



Unidad 3. Nuevas modalidades de periodismo

En la presente unidad haremos un recorrido general de las diferentes y nuevas modalidades que experimenta el periodismo digital, puesto que en el segundo bimestre abordaremos cada una de ellas.

Periodismo de datos: esta modalidad de periodismo se alimenta de otras más y necesita de investigación, profundidad, presión, asistido por computadora y analítico; permite trabajar con un volumen significativo de datos.

Sobre el ejercicio del periodismo de datos, Chequeado (2015) lo clasifica como una especialidad que progresó del periodismo de precisión y como parte del periodismo en general, afirma:

Los testimonios, trascendidos, rumores y demás fuentes pueden ayudar las “intuiciones” del periodista que, como tales, no constituyen una parte del trabajo terminado sino una fracción que puede disparar a distintas fuentes documentales, pero nunca sustituirlas. El tratamiento informático de los datos es el núcleo duro del periodismo de datos, sin el cual se cae su propia definición. (p. 9)

El portal de Periodismo.com (2017) expone diez importantes claves para el periodismo de datos:

1. No atosigar a los lectores con números.
2. Decidir qué herramientas te permiten contar mejor una historia.
3. Determinar si debe desarrollar un estilo editorial.
4. La determinación de tu enfoque puede ser influenciada por la alfabetización de datos, y las preferencias de tu público.
5. No poner enlaces a blogs o comunicados de prensa, direccionar a la investigación real.
6. Incluir la atribución adecuada de tus fuentes.
7. Asegurarse de que sus enlaces funcionan.
8. Que sus artículos generen empatía y sean digeribles.
9. No abrumar a la audiencia.
10. El buen periodismo de datos es más difícil de encontrar de lo que piensa, se debe incluir varios elementos: imágenes, gráficos, estadísticas y elementos interactivos.

Drones y periodismo: el uso de drones con fines periodísticos facilita la labor de la profesión y la recopilación de noticias, puesto que en la actualidad es posible acceder a la información y grabar los hechos desde el aire. Son dispositivos electrónicos equipados con procesadores, motores, sensores, rotores, cámaras de audio y video en alta calidad (HD), que desde el aire controlan, observan, fotografían, filman y verifican datos.

El uso de los drones se enfoca para contar nuevas historias, innova en las narrativas periodísticas, puedes estar en el lugar de los hechos, pero desde otra perspectiva, proporcionan imágenes de lugares difíciles de acceder y sin arriesgar al periodista o a un piloto.

Transmedia y crossmedia: el Periodismo transmedia viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios.

Orihuela (2003) presenta diez características básicas del periodismo transmedia:

1. El usuario es parte del proceso, y no solo una audiencia pasiva;
2. Los medios venden contenido y no soporte;
3. El lenguaje es multimedíatico, con numerosos canales;
4. El contenido es producido en tiempo real y no diario o semanal;
5. El espacio de datos es ilimitado, sin limitación de tiempo o espacio;
6. El medio es autónomo y dispensa el gatekeeper y la agenda setting;
7. El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos y no de uno para muchos;
8. Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal;
9. Ofrece interactividad al usuario (antes receptor) en la organización y obtención de información;
10. Ofrece información sobre la información.

Al periodismo *crossmedia*, Rost, Bernandi y Bergero (2016) lo definen como:

Una forma de narrar un hecho de actualidad a través de distintos medios, soportes y plataformas, donde cada mensaje es independiente y hace una contribución a la historia global. La diferencia con el periodismo transmedia es que aquí no hay participación activa de los usuarios en la construcción de contenidos; en el mejor de los casos, intervienen como receptores interactivos, que consumen y/o propagan la historia. (p.14)

Narrativas multimedia y transmediáticas: las “narrativas multimedia” son las que incluyen en su creación: video, locución, redacción y edición. Se la comprende como la que agrupa todas las gramáticas posibles (Sánchez-García y Salaverría, 2019) señala cuatro rasgos descriptivos:

- un proceso de composición y recepción abierto y colectivo, que implica un nuevo rol del escritor y del lector;
- una coherencia en la sintaxis polifónica, tanto de contenido como de interacción;
- una ‘muerte del autor’ a causa del proceso colectivo de composición e interpretación, si bien el periodista sigue teniendo una presencia decisiva por ser quien aporta el enfoque periodístico;
- una recepción interactiva, eje vertebral de la narrativa periodística multimedia. (p.9)

La narrativa transmediática a más de ser aplicada en la comunicación e información, interviene también en entornos de entretenimiento, espectáculos y contenido periodístico. Scolari (2011) señala “uno de los rasgos distintivos de las narrativas transmediáticas es precisamente la expansión del relato por medio de la incorporación de nuevas situaciones y personajes”.

Una mezcla, según Flores (2017), de televisión, cine, videojuegos, libros y la prensa; el rol del periodismo cada día es más transmediático.

Periodismo de inmersión: el diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el término inmersión como la acción de introducir o introducirse plenamente a algo o alguien en un ambiente determinado.

En lugar de “leer” una historia *online* el usuario tiene que hacer algo y en el proceso aprende y entiende mejor el tema.” (Outing 2002).

Cantero, Sidorenko y Herranz (2018) sobre los contenidos en 360º asegura “un contenido virtual, para proporcionar inmersión, debe ser completo y tener un rango de visión total desde cualquier ángulo

(semejante a nuestra sensación de visión en la vida real); así, se convierte en todo lo que nos rodea” (p.81).

Periodismo y videojuegos: los videojuegos representan una gran tendencia en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación, puesto que los videojuegos se han posicionado como la segunda actividad más popular de los iPad y tabletas (Flores, 2017). Pero en ocasiones es difícil pensar como los videojuegos pueden emerger en el mundo del periodismo y ayudarnos a presentar una realidad.

Los videojuegos en ocasiones incluso pueden simular una vida virtual a sus jugadores, esta situación hace surgir un nuevo término conocido como newsgames, el usuario recibe la información como un juego, lo que lo obliga a prestar atención. En la unidad 8 nos adentraremos al estudio de este revolucionario tema.

Periodismo WikiLeaks y mashups: en la actualidad el debate se centra en el fenómeno de WikiLeaks como una innovación del periodismo de Internet. Algunos expertos señalan que WikiLeaks es “un tipo de periodismo dedicado a la exhibición de filtraciones de documentos recibidos de diversas fuentes a las que se les garantiza, mediante secreto profesional, su anonimato” (Flores, 2017, p.70). Su principal objetivo es presentar contenido económico, político o en relación con la historia, en los que se descubre la comisión de injusticias, de delitos, etc.

A partir de la unidad cuatro nos centraremos en analizar a profundidad cada una de estas modalidades, sus funciones y las tendencias que han surgido con las tecnologías, todo esto obliga al profesional de la comunicación a estar actualizado y cubrir todos los ámbitos, formatos y soportes que se presentan.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Actividades de aprendizaje recomendadas

Les invito a explorar el artículo en línea “[Los géneros periodísticos puros han muerto: ¡vivan las nuevas narrativas híbridas!](#)” de Juan Gonzalo Betancur. En este encontrarán una reflexión sobre los viejos géneros periodísticos y su transformación con la llegada de las nuevas narrativas, el autor asegura que no los olvidan ni rechazan, sino que los complementan y potencian.

Luego de conocer la realidad del periodismo digital, les invito a escribir su propia reflexión sobre como la transformación tecnológica influye en el periodismo tradicional.

Resultado de aprendizaje 2 y 3

- Comprende la importancia del periodismo de datos
- Recolecta, analiza y visualiza grandes volúmenes de datos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 4 a 7



Unidad 4. Periodismo de datos y big data

Para llegar a la presente unidad hemos revisado varios contenidos relacionados con las nuevas tendencias en el periodismo, así como las diversas posibilidades para la presentación de contenidos, sobre todo considerando que la profesión periodística está prácticamente obligada a incorporar estas innovaciones para acaparar y solventar las necesidades de los nuevos públicos.

4.1. Periodismo de datos y visualización de datos

Si bien el periodismo en sí mismo ya involucra el análisis y la difusión de una serie de datos en cada producto periodístico elaborado, el periodismo de datos se presenta como una nueva tendencia y es por ello que Renó (2018) señala que este recibe esa denominación por dedicarse específicamente al estudio de los datos, incluyendo procedimientos específicos, estadísticos, que combinados con el periodismo tradicional posibilitan la presentación de diversos productos.

Para Dader (1997, citado por el mismo Renó, el periodismo de datos “es la evolución del periodismo de investigación” (p.25). Esto se justifica en los procedimientos más específicos utilizados, así como diversas herramientas y técnicas que permitan cumplir con el fin propuesto. Para ampliar este y otros argumentos sobre el periodismo de datos les invito a visitar el siguiente [Manual de Periodismo de Datos](#) que recopila varios criterios académicos.

A través del periodismo de datos los productos periodísticos se presentan con mayor exactitud, es decir, que más allá de la percepción del periodista y del criterio de las fuentes, estos exponen resultados analíticos apoyados en técnica e instrumentos propios de cada tema.

Algunas de las experiencias, cuya repercusión ha sido relevante por la cercanía con el público, son las desarrolladas por *The Guardian* y *The New York Times*, en cuanto a la publicación de las filtraciones de Wikileaks¹.

En el enlace adjunto a continuación le presentamos una recopilación de varios hechos relacionados con Wikileaks y sintetizados por

¹ López, A. (2015). “El periodismo de datos, el caso ecuatoriano”. Revista EAC. N. 3. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/284284966_El_periodismo_de_datos_el_caso_ecuatoriano

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Figura 7. Portal principal de Narcodata

Fuente: Narcota <https://narcodata.animalpolitico.com/>

El sitio excesosincastigo.convoca.pe/ también es un claro ejemplo de periodismo de datos, cuya estructura refleja el trabajo de recopilación de datos respecto a la minería, su impacto y las obligaciones mineras. En las imágenes 8 y 9 le mostramos parte de este sitio web, a la vez que le invitamos a visitarlo.

Índice



Figura 8. Portal principal del sitio Exceso sin castigo

Fuente: excesosincastigo.convoca.pe/

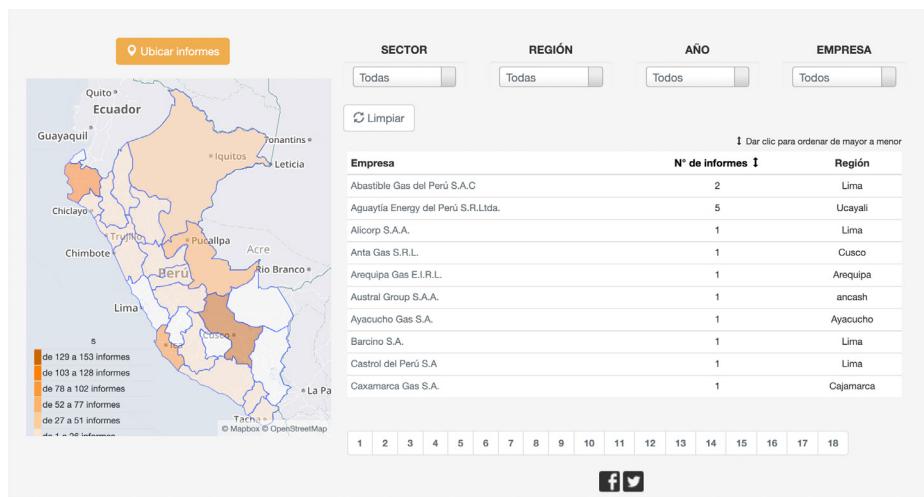


Figura 9. Informes brindados por el sitio

Fuente: Excesos sin castigo: excesosincastigo.convoca.pe/

Además, este sitio cuenta con enlaces y accesos que permiten realizar consultas a detalle de los datos recogidos (Imagen 10).

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Índice

MAPA DE INFRACCIONES AMBIENTALES

Explora las infracciones ambientales de tu región

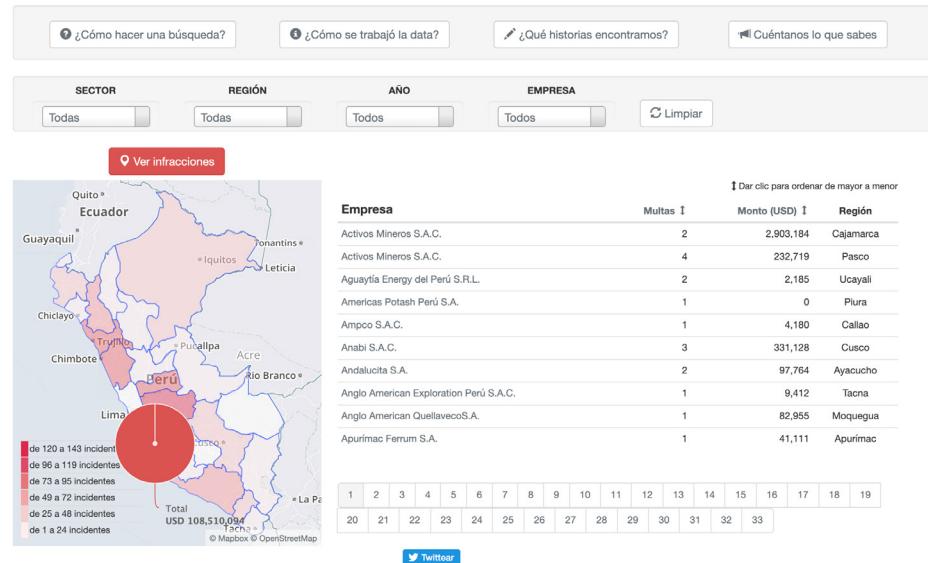


Figura 10. BuscApp del sitio

Fuente: Mapa de infracciones ambientales: <http://mapambiental.convoca.pe/>

Así también, el cambio se produce en cuanto a la profesión periodística, por lo que López-García, Tournal-Bran y Rodríguez Vásquez (2016) señalan que estos nuevos perfiles se han originado con la llegada de la digitalización y por ende de la tecnología. “El perfil del periodista de datos se va definiendo conforme la evolución de la sociedad en red, con los *big data* como gran telón de fondo y el aprovechamiento de datos concretos para contar historias de no ficción” (p. 289).

La investigación [Software, Estadística y Gestión de bases de Datos en el Perfil del Periodista de Datos](#) recoge información relevante relacionada con este último punto señalado, por lo que le invitamos a revisarla para complementar su estudio. Además, recomendamos la revisión del capítulo “Creación de un Equipo de Periodismo de Datos”, del Libro [Periodismo Innovador en América Latina](#) (2017)

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

donde encontrará con más detalle características de la profesión en este nuevo entorno, herramientas y formas de ejecución del trabajo.

Otros autores que se refieren al periodismo de datos son Lope-Salvador, Marta-Lazo y Gabelas-Barroso (2018), incluyen a las TIC, Internet y bases de datos en línea como parte de este proceso evolutivo, a la vez que “proporcionan gran capacidad para procesar, comparar y analizar datos e información que la sociedad requiere” (p.16). Estos autores, también incluyen las figuras de Adrian Holovaty² y Julian Assange³, como parte antecedente del periodismo de datos; información con la que discrepan Flores y Cebrián (2012) también citados por Lope-Salvador et al., al enfatizar que este tipo de periodismo data de tiempo atrás y es el periodismo de investigación.

El periodismo de datos se presenta como un área multidisciplinaria, considerando que incluye herramientas de informática por el uso de aplicaciones, algoritmos y otras técnicas específicas; estadística, en cuanto a datos estadísticos y característicos de la población; y sociología, en el análisis de comportamientos individuales y colectivos, que conjugados entre sí posibilitan la obtención del producto periodístico (Lope-Salvador, et al., 2018).

Dentro de este apartado es necesario incluir un término que ha tomado auge a lo largo del tiempo y que nos permitirá ampliar el panorama en cuanto a las nuevas tendencias del periodismo, y en sí, al periodismo de datos. Se trata del *Big Data*. Pero ¿qué es el *Big Data*? En las siguientes líneas lo desglosaremos.

Pérez (2015) señala que el *Big Data*, más que la cantidad de datos que se puedan recoger refiere a la capacidad de búsqueda e interpretación de estos para obtener otros y con ello exponer información más exacta.

² Periodista y programador estadounidense.

³ Periodista, programador, activista y fundador de la plataforma WikiLeaks.

Hablar de *Big Data* también involucra analizar el procedimiento que debe ejecutarse para luego presentar los resultados, frente a ello Hernández-Leal et al. (2017) sintetizan el trabajo en cuatro fases:

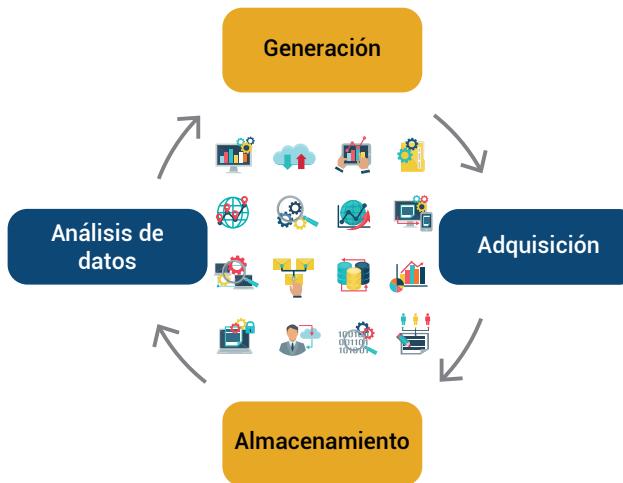


Figura 11. Fases del procedimiento en Big Data

Le recomiendo leer el artículo de Hernández-Leal, E., Duque-Méndez, N., y Moreno-Cadavid, J. (2017). Big Data: [una exploración de investigaciones, tecnologías y casos de aplicación](#).

A partir de esta definición nos adentramos en la relación directa del Big Data con el periodismo de datos, que se interrelacionan para evidenciar resultados a través de un producto periodístico. Boyd y Crawford (2012) citados por Pérez, presentan el Big Data desde diferentes perspectivas, que se resumen a continuación (p.35):

- **Tecnológica**, permitiendo el trabajo con algoritmos, de tal manera que se puede obtener, analizar y contrastar una cantidad considerables de datos.
- **Analítica**, el trabajo se apoya en patrones, logrando de esta manera establecer nuevas tendencias e incluso pronosticar comportamientos.

- **Mitológica**, por las percepciones que tienen el usuario al considerar que mientras la información tenga más datos, mayor será el conocimiento. La presencia de números genera esa cercanía de veracidad y objetividad.

La definición que anteriormente se plantea se comparte por Hernández-Leal, Duque Méndez y Moreno-Cadavid (2017), que a más del gran tamaño de datos incorporan otras características como la variedad de datos y la velocidad de acceso y procesamiento. "Hoy en día se percibe más que transacción de la información, interacción con la misma, cuyo fin es obtener el mejor provecho de lo que se genera minuto a minuto" (p. 3).

Lo señalado hasta el momento, se precisa tomando en cuenta la gran cantidad y variedad de datos, que incluso en su momento se hablará de una sobreabundancia de información, entre la que el usuario discernirá de acuerdo a su afinidad.

Hablar de *Big Data* también involucra analizar el procedimiento que debe ejecutarse para luego presentar los resultados, frente a ello Hernández-Leal et al. (2017) sintetizan el trabajo en cuatro fases:

- **Generación.** Las acciones diarias de los seres humanos permiten la generación de un sinnúmero de datos; lo que se traducen en información de diversas áreas, temáticas y desde varias perspectivas. Estos datos, durante esta fase, también se conciben como fuentes de información, cuyo origen se puede percibir desde personas naturales, empresas, datos de la web, etc.
- **Adquisición.** Con los datos dispersos, el siguiente paso es la adquisición, es decir, recoger la información para luego almacenarla y analizarla. En este punto es necesario considerar el volumen de información que se va a almacenar y la variedad con la que se cuenta, de tal manera que los datos

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

a procesar permitan obtener los resultados esperados. Los datos recogidos durante la adquisición se obtienen en crudo, en otras palabras, sin ningún tipo de tratamiento.

- **Almacenamiento.** Con los datos adquiridos es importante implementar estrategias y herramientas para su clasificación y posterior almacenamiento. Durante este punto, también se puede incluir la preparación de los datos, de tal manera que puedan avanzar al análisis de forma transparente, precisa y con cierta distinción de aquellos que no serán útiles. Los datos obtenidos y almacenados se transforman en información, siendo esta la materia prima para la elaboración del o los productos periodísticos.
- **Análisis de datos.** Finalmente, se procesan los datos para obtener el contenido de valor. Este análisis no representa únicamente organización de los datos, sino la conversión de estos a información importante, a través de técnicas específicas. Esta etapa es considerada el núcleo del proceso, donde se aplicarán los algoritmos adecuados y de ser necesario se incluirán criterios especializados, de acuerdo al tema en tratamiento. El resultado final se identifica mediante conclusiones y nuevas posibilidades para los contenidos.

El trabajo de Ortega y Coronel, que se incluye en el libro *La comunicación en el escenario digital* de Romero-Rodríguez y Rivera-Rogel (2019)⁴ asocia el uso de big data con el análisis predictivo y el análisis del comportamiento del consumidor (independientemente del área de interés), buscando de tal manera identificar perfiles y características de consumo, así como nuevas tendencias. En el caso de los medios de comunicación esta posibilidad permite identificar y analizar el comportamiento de las audiencias y cómo estas se han modificado frente a las nuevas formas de consumo, en cuanto a los contenidos digitales.

⁴ El libro se subirá al EVA

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

En este punto es necesario comprender que los hábitos de consumo de las nuevas generaciones han variado de forma notoria, ya sea por su forma de vida, las nuevas plataformas o la accesibilidad y rapidez con la que la información se recoge y expone; a más que el papel de consumidor se reemplaza por el de prosumidor, es decir, su interacción se obtiene también en la producción de contenidos.

La labor periodística desarrollada por el periodismo de datos y apoyado en el big data se expone como un trabajo con otro tipo de validez al periodismo convencional, donde las cifras, estadísticas, encuestas, documentos y otros elementos generan mayor amplitud del tema desarrollado y la percepción de la ciudadanía es distinta.

Además de los recursos que se han señalado, le invitamos a revisar el libro *Big data y periodismo en la sociedad red*, de Carlos Elíaz Pérez.



Actividades finales del bimestre



Semana 8

Es importante, estimado estudiante, que en esta semana usted reflexione todo lo estudiado en este primer bimestre para que pueda rendir la evaluación presencial y dar cumplimiento con los resultados de aprendizaje propuestos.

Para repasar le propongo responder la autoevaluación del primer bimestre.



Autoevaluación 1

Responda V si es verdadero o F si es falso, según corresponda a los siguientes enunciados.

1. () Los primeros rasgos del periodismo se expresan en las representaciones, símbolos y pictogramas de las culturas más antiguas en el mundo
2. () Salaverría asegura que el periodismo digital surge aproximadamente en 1990, centrándose en la investigación y producción para luego publicar cada nota.
3. () En Netflix no es posible realizar la actividad periodística.
4. () El Storytelling permite narrar una historia o contar una noticia en primera persona.
5. () La red, la web es lo ciber que transforma toda una industria y cambia la forma de crear y fabricar noticias.
6. () El profesor Jarvis en 2007 afirma que mucha información en la actualidad es creada por un ejército de blogueros denominados periodistas inmersivos.
7. () Los millennials son los nacidos entre 1977 y 1997.
8. () Al terminar el año 2019 la cantidad de usuarios de teléfonos móviles se aproximaba a mil 300 millones.

9. () Desde la aparición del primer diario hasta los móviles, el periodismo no ha dejado de ser uno, cada medio con su aparición lo ha enriquecido y le ha permitido permanecer en el tiempo.
10. () El periodismo 360 es una forma de narrar un hecho de actualidad a través de distintos medios, soportes y plataformas.
11. () Los testimonios, trascendidos, rumores y demás fuentes pueden ayudar al ejercicio del periodismo de datos.
12. () El periodismo de datos “es la evolución del periodismo de multimedia”
13. () A través del periodismo de datos los productos periodísticos se presentan con mayor exactitud, más allá de la percepción del periodista.
14. () El periodismo de datos excluye a las TIC, Internet y bases de datos en línea como parte de este proceso evolutivo.
- a. De las siguientes opciones escoja la opción adecuada para cada enunciado:
15. Una de las claves importantes del periodismo de datos es:
- Venden contenido y no soporte
 - No atosigar a los lectores con números
 - Ser un eje vertebral de la narrativa periodística multimedia

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

16. Los datos del estudio del profesor Philip Meyer aseguran que si los periódicos no hacen nada perderán sus lectores hasta octubre de:
 - a. 2043
 - b. 2040
 - c. 2053
17. Medio que está creando una estrategia de colaboración y un torrente de nuevos productos rentables:
 - a. Washington Post
 - b. El Universo
 - c. The Times
18. Diario que sigue manteniendo su edición digital de acceso libre y desarrolló una plataforma de citas online.
 - a. The New York Times
 - b. The Guardian
 - c. Washington Post
19. José García entre los géneros informativos incluye:
 - a. Fotonoticia
 - b. Meme
 - c. Mapa conceptual
20. José García entre los géneros referenciales incluye:
 - a. Entrevista
 - b. Declaración
 - c. Última hora

[Ir al solucionario](#)

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 4

Conoce las herramientas para la construcción de una narrativa enfocada en drones y 360°

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 9



Unidad 5. Drones y periodismo

Avanzamos en su formación profesional y nos adentramos a nuevas formas y tendencias dentro del campo periodístico, las que se logran con la implementación de nuevos recursos para alcanzar innovadores resultados, que se expondrán, posteriormente, a la sociedad.

Estos elementos permitirán mejorar la experiencia del usuario a la hora de informarse y reforzar el contenido multimedia, propio de las plataformas en Internet. Antes de adentrarnos al tema me gustaría hacer una reflexión, ¿Por qué es importante estudiar drones y periodismo?

En el periodismo han sido utilizados de forma positiva, por ejemplo, al usarse en situaciones de peligro, durante manifestaciones, enviamos los drones y desde ahí podemos tener la información de primera mano. Los drones permiten configurarlos para presentar información de satélite, mapeos y más.

5.1. Drones en el campo informativo

Con el transcurso del tiempo varios recursos se han implementado en la profesión periodística, considerando las demandas y necesidades del usuario, así como las innovaciones en equipos y soportes. La adaptabilidad a la que se ha enfrentado es paulatina y según avanza la tecnología, el periodismo se involucra en el mismo camino.

Dentro de estas actualizaciones se presentan equipos que permiten ampliar las perspectivas de la información, y obtener nuevas formas de presentar los productos; tal es el caso del dron, equipo que abordaremos en esta unidad, considerando su uso en el campo informativo.

En cuanto a la historia del uso de drones, brevemente se puede señalar que en sus inicios estos se asociaron a ámbitos militares y no es sino hasta el año 2011 cuando se asocia con el periodismo, cuando la cadena internacional CNN colocó una cámara en una pequeña nave para recoger imágenes de lo causado por un tornado en Tuscaloosa, Alabama, logrando de esta manera evidenciar la magnitud del siniestro y mostrar otras perspectivas en una cobertura (Cruz, 2017, p.91).

Para conocer los elementos a considerar en una noticia elaborada con el uso de drones, les invito a leer la siguiente lectura: Cruz, J. (2017). [Elementos de la noticiabilidad a partir del uso periodístico de drones en la cobertura del terremoto en Ecuador de 2016.](#)

Fernández-Barrero (2018) se refiere a la versatilidad que han alcanzado estos equipos y de las múltiples disciplinas y áreas del conocimiento en las que son utilizados, incluyendo el periodismo. Este autor, incluso, menciona que se puede hablar de “periodismo dron y periodrones” (p.36), siendo su principal uso la obtención de imágenes que no pueden ser cubiertas de forma directa, sea por el acceso, la distancia o el nivel de dificultad para crear cercanía presencial.

A continuación, les invito a leer un artículo donde se explica cuáles son los retos y oportunidades que brindan los drones al periodismo: María Ángeles Fernández (2018). [Periodismo y drones. Retos y oportunidades del uso de drones para la narración informativa en España.](#) Este documento recoge un breve resumen de la historia del dron y su utilidad en el transcurso del tiempo, además de señalar las oportunidades que permiten estos equipos en la narrativa periodística.

Así también Fernández (2018) pone en evidencia varios usos del dron en cuanto la narración del periodismo, tal es el caso de:

- Cobertura de protestas y manifestaciones que insistan en evidenciar dimensiones y número de personas (imagen 11).
- Coberturas automáticas de eventos deportivos, donde se podrá registrar movimientos en largas distancias (imagen 12).
- Coberturas en tiempo real.
- Coberturas inesperadas.
- Documentación visual de acciones ilegales.
- Vigilancia de actividades del gobierno.
- Coberturas en territorios de difícil acceso (imagen 11) (p.42).

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Figura 12. Tomas captadas de la marcha en Barranquilla (2019)

Fuente: El Heraldo (2019) <http://bit.ly/2HeyN8E>



Seguimiento de eventos deportivos con drone universidad de cundinamarca

Figura 13. Evento deportivo captado por drone

Fuente: Space Drone Films (2017) Seguimiento de eventos deportivos con drone Universidad de Cundinamarca



Figura 14. Cobertura de zonas de difícil acceso

Fuente: RT (2020) A vista de dron: <http://bit.ly/2w3gDo9>

En el caso de los medios de comunicación, lograr obtener este tipo de tomas, que tiempo atrás no se lograban, permite elaborar productos periodísticos de un nivel mayor y donde el usuario disponga de una nueva narrativa al informarse.

Otro de los aspectos que resulta llamativo en cuanto al uso de drones en el periodismo en su versatilidad y bajo costo, reemplazando a los helicópteros (cuyo uso representa un valor monetario) se pueden obtener tomas importantes desde las alturas y con un manejo accesible.

5.2. Uso de drones en Ecuador con fines periodísticos

En el caso de Ecuador, Jorge Cruz Silva, profesor adjunto de la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, [en una entrevista](#) a diario *El Telégrafo*, señala que el uso drones con fines periodísticos está asociado a “la evolución técnica y el acceso, así como a la economización de recursos y experimentación de innovadores géneros y productos” (párr.3).

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Según el profesor Cruz, los drones, en el periodismo, permiten ampliar y romper fronteras, además de tener un alto potencial para facilitar la cobertura de concentraciones numerosas de personas y desastres naturales.

En el artículo “[Elementos de la noticiabilidad a partir del uso periodístico de drones en la cobertura del terremoto en Ecuador de 2016](#)”, de Cruz (2017), se señala la experiencia ecuatoriana en el uso de drones para la narrativa periodística, donde una catástrofe natural como el terremoto de 2016 en las costas ecuatorianas pone en evidencia las posibilidades que estos equipos permiten. Al respecto varios videos fueron captados desde las alturas y frente al riesgo y magnitud de los daños, estos resultaron ser la alternativa más adecuada para captar el panorama en general y medir el impacto de lo ocurrido.

A continuación, les recomiendo algunas contextualizaciones relacionados con el uso de drones en la actividad periodística.

Lecturas:

Prudkin, G., y Pellin, L. (2019). [El Periodismo Dron: ¿Innovación, disrupción o continuidad? Un estudio teórico retrospectivo sobre la captación de imágenes aéreas en el contexto de una cultura visual.](#)

Molineros, D. (2016). [Los drones amplían las fronteras aparentes del periodismo.](#)

Adicional a estos recursos, en el siguiente [video](#), publicado por la agencia de información mundial AFP, en breves minutos se puede observar un resumen aéreo del daño del terremoto en Ecuador de 2016, que aunque no cuenta con una narrativa periodística como recurso audiovisual resulta efectivo para informar. Así como este, muchos otros circulan en la web siendo utilizados ya en la narración de productos como reportajes o documentales.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Como se puede percibir, el uso de drones apunta a varias opciones: por un lado y desde el enfoque periodístico permitiendo informar desde otras perspectivas al ciudadano, mostrando contenido visual diferente. Así también, en el caso de desastres naturales, permite a los organismos de rescate tener una mejor lectura y evaluación de los daños.

En el siguiente recurso multimedia se evidencian algunos de los trabajos con material obtenido mediante el uso del dron, en uno de los acontecimientos que ha marcado la historia de Ecuador en los últimos años: el terremoto en 2016:



Figura 15. Imágenes capturadas por dron de los daños del terremoto en Ecuador 2016.

Fuente: AFP (2016) [Exclusivo: Los daños del sismo en Ecuador, a vista de dron](#)

En el caso ecuatoriano, a decir de Rivera y Rosero (2017) el uso del dron en el periodismo o periodismo dron (como lo denominan) no se ha implementado de forma total y más bien resulta un complemento de las coberturas periodísticas, que permite la captura de imágenes en lugares amplios y donde no es posible ingresar con los equipos convencionales.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Semana 10



Unidad 6. Transmedia y Crossmedia

Si los recursos y soportes se han modificado en el periodismo, las formas de narrar los contenidos también lo han hecho. En la siguiente unidad usted conocerá nuevas formas para contar historias que permitirán obtener nuevas experiencias en el usuario.

Abordaremos conceptos sobre transmedia y crossmedia como nuevas oportunidades para informar y aprovechar los diferentes recursos, que gracias a las innovaciones tecnológicas existen en la actualidad.

6.1. Narrativas multimedia y transmediáticas del periodismo en Internet

Gracias a todas las nuevas actualizaciones, formatos y plataformas, hoy en día se puede hablar de una reinención del periodismo, donde cada elemento existente aporta en la narración de los hechos y la lectura que tendrá el consumidor. Peñafiel (2016), al referirse al periodismo transmedia, señala que este reúne “conceptos vitales del mundo de la información, como multiplataforma, multimedia,

participativo y ciudadano, web 2.0, periodismo 3.0, periodismo crossmedia, entre otros” (p.167).

Las primeras experiencias de esta innovación suceden con las redes sociales, donde se alcanza cercanía con los usuarios y nuevas formas de presentar los contenidos informativos. Más adelante nuevas aplicaciones y herramientas agilizan la producción y expansión de los productos periodísticos.

En el capítulo 3, del texto base, “Los elementos del ciberperiodismo”, de Jesús Miguel Flores, se recoge aspectos relacionados con estas nuevas oportunidades de hacer periodismo. Es por ello que les invito a revisarlo y ampliar sus perspectivas. En este capítulo pueden estudiar los “formatos multimedia” en reportajes periodísticos, las narrativas transmediáticas y los medios sociales del ciberperiodismo.

En las “nuevas narrativas multimedia” del periodismo en Internet la convergencia de formatos y las nuevas plataformas que permiten conectar con diferentes públicos son la base que permite que este entorno funcione, motivando mayormente la participación del usuario.

Ramón Salaverría (2017) señala algunas de las innovaciones en las que se ve involucrado el periodismo, para lo cual le invito a revisar el siguiente [video “La narrativa periodística ante el avance de la tecnología”](#) - Ramón Salaverría y conocer un poco más de estas actualizaciones.

Liuzzi (2016), al hablar de estas nuevas formas señala los desafíos de los medios, donde los usuarios consumen relatos periodísticos de calidad y que se puedan percibir en diferentes plataformas y no solo en un medio único. “Con la aparición de Internet, existe un “reacomodamiento” de todas las especies de medios, donde se perciben tensiones, crisis y evoluciones” (párr.6).

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Los nuevos retos y desafíos que representa la innovación no se direccionan únicamente a la profesión periodística, ya que la empresa periodística también debe involucrarse en estos aspectos. Salaverría (2015) incluye en esta perspectiva los denominados “labs”, que se presentan como los “departamentos encargados de la investigación, experimentación, desarrollo e implementación de actualizaciones tecnológicas y editoriales” (p.398).

Al respecto de estos labs, Salaverría incluye cuatro modelos de acuerdo a sus actividades (p.397):

- Aplicaciones y tecnologías digitales.
- Exploración de nuevas narrativas y periodismo de datos.
- Promoción de proyectos empresariales y startups.
- Formación profesional y programas de alfabetización mediática.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Lecturas recomendadas:

Para ampliar el tema en estudio, le invito a revisar los siguientes artículos:

- Salaverría, R. (2015). [Los Labs como fórmula de innovación en los medios](#).
- Peñafiel, C. (2016). [Reinvención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia](#).
- Liuzzi, A. (2016). [Narrativas Transmedia y Periodismo, el nuevo desafío de los medios](#).



Semana 11



Unidad 7. Introducción al periodismo de inmersión: realidad virtual y video 360

La innovación en el campo periodístico es un factor determinante del día a día; por lo tanto, varias iniciativas se incluyen a la hora de desarrollar los diferentes productos, con la previsión de aprovechar nuevos canales, soportes y formatos.

En la presente unidad precisamente abordaremos estas nuevas iniciativas, que le permitirán obtener el conocimiento y las herramientas necesarias para innovar en la profesión y llevar los contenidos a un nivel superior.

7.1. Periodismo de inmersión

Al referirse al periodismo de inmersión, López (2016), conjuntamente con otros términos, lo señala como el periodismo del futuro, que incluye nuevas herramientas y soportes para enfrentar las exigencias del mercado y del consumidor en la actualidad.

En el caso de Paíno-Ambrosio y Rodríguez-Fidalgo (2019) la realidad virtual y el video 360º son parte de estas nuevas posibilidades que

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

ofrece el periodismo de inmersión y durante “los últimos años existe un creciente interés en las posibilidades de creación de contenidos periodísticos mediante estas herramientas” (p.1134).

Citando a Moloney (2011), López (2016) incluye a la inmersión como una característica de la narrativa transmediática, entendida como la posibilidad que el receptor viva la narración del periodista, así como este la vivió; por lo tanto, el relato se construirá con detalles y datos que permitan esta interpretación, incluso influyendo en otros sentidos (p.244).

Para alcanzar esta receptividad se pone en juego el papel de innovadoras herramientas como la realidad aumentada, o los videos 360° (se detallan más adelante), que permiten la experimentación y exploración de otros sentidos, así como la oportunidad de llegar al usuario con otros mecanismos de comunicación e información.

A través de la serie de documentales denominado “[Clandestino](#)”, el periodista David Beriain (Imagen 15) evidencia un claro ejemplo del periodismo de inmersión, introduciéndose en el mundo de los carteles y pandillas, para luego contar su experiencia y documentarla a través de video. Este contenido fue publicado en Discovery en español y está disponible hasta la actualidad, por lo que le invitamos a revisarlo en la plataforma de [YouTube](#) y obtener un criterio más amplio de este tipo de productos.



Figura 16. David Beriain en uno de los documentales

Fuente: Clases de Periodismo, 2017

Tabla 1. Ejemplos de periodismo de inmersión

Medio	Autor	Destacado
The New Yorker	Truman Capote (1965)	Hizo un libro acerca de los resultados, los detalles y los personajes involucrados en el terrible asesinato de la familia Clutter, que fue atada y acribillada por personas desconocidas en Kansas. Siguió la investigación durante seis años. Habló con los habitantes del pueblo y se ganó la confianza de los asesinos para que le relataran su vida.
Apoyo de: W Radio	Valentina Alazraki (2012)	Publicó un libro acerca del pontificado del Papa Juan Pablo II. Su investigación se basó en entrevistas, viajes alrededor del mundo y anécdotas personales del acompañamiento al Papa durante 26 años.



Figura 17. Ejemplo de periodismo inmersivo en Ecuador

Para ampliar este tema, le recomiendo revisar el libro de López-Hidalgo y Fernández-Barrero (2013) *Periodismo de inmersión para desenmascarar la verdad*. En este libro se analiza la situación de la

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

profesión periodística y las nuevas posibilidades para desarrollar un periodismo diferente, que utiliza nuevas herramientas y estrategias para solventar las necesidades de los públicos actuales.

7.2. Imagen y video 360°

Las innovaciones tecnológicas permiten desarrollar nuevas experiencias en diferentes áreas del conocimiento, en este sentido la labor periodística no es la excepción y hoy es posible el consumo de un sinnúmero de productos renovados.

En el siguiente apartado conoceremos algunas iniciativas periodísticas que incluyen la realidad aumentada y el video 360° como herramientas para construir una narrativa diferente. Por ejemplo, Paíno-Ambrosio y Rodríguez-Fidalgo (2019) refieren al trabajo denominado “[Phiona. A VR Portrait of the Queen of Katwe](#)”, que utiliza el video 360° para contar la historia de Phiona Mutesi, “quien utiliza el ajedrez para dar esperanza a los menores de los barrios marginales de Uganda” (p.1144)

Le invito a visualizar este recurso y utilizar las flechas de la parte superior izquierda (imagen 16), para navegar por el video y tener una idea más precisa del uso de este recurso.



Phiona: A VR Portrait of 'The Queen of Katwe' | ABC News #360Video

Figura 18. Imagen 16. Captura de pantalla de video 360°

Fuente: ABC News (2016) [Phiona: A VR Portrait of 'The Queen of Katwe' | ABC News #360Video](#)

Lectura: Para consultar otros ejemplos le recomendamos la revisión del artículo [Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360º](#), donde encontrará experiencias de otros países e incluso algunas clasificaciones, como la relacionada con el género periodístico.

En el caso de Latinoamérica, Cantero, Sidorenko y Herranz (2018, p.91) realizaron un estudio donde evidencian que 25 medios de comunicación analizados alguna vez han incluido herramientas de periodismo inmersivo en sus producciones, y 19 de estos se apoyan en plataformas como las redes sociales para su difusión (Imagen 17).

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Figura 19. Imagen 17. Captura de pantalla de video 360° de Noticias Caracol
Fuente: Noticias Caracol (2019) en <https://www.facebook.com/watch/?v=1238962279592075>

Entre los países que han involucrado estas herramientas con el quehacer periodístico están México, Argentina, Chile, Colombia, Panamá, Uruguay, Nicaragua, Brasil, Venezuela, El Salvador y República Dominicana.



Unidad 8. Newsgames: periodismo y videojuegos

8.1. Introducción: el periodismo y los videojuegos

Se determina newsgames a la iniciativa de difundir noticias o contenido periodístico de forma didáctica y lúdica, que de manera entretenida contribuya a entender una realidad. Una de las ventajas que presenta es que puede acercar a cierto público a historias que contadas de otra manera no interesarían.

García-Ortega y García-Avilés (2018) definen los *newsgames* como “un formato interactivo que bebe del videojuego y el periodismo para mostrar las noticias de una forma lúdica, inmersiva y participativa” (p.327).

Samudio (2017) afirma “Los newsgames son la forma de los juegos serios que buscan gamificar noticias a través de videojuegos; su objetivo es generar experiencias de entretenimiento y análisis entre los usuarios” (p.43).

En el artículo escrito por Javier Cortés “[Comunicación La información en juego: ‘newsgames’, otra manera de hacer periodismo](#)” expone varias iniciativas que experimentan los videojuegos para transmitir información o contenido expuesto de manera entretenida o novedosa.

¿Por qué los videojuegos pueden llegar a informar al usuario?
Quienes participan y acceden a juegos aseguran que es un género

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

que ayuda a profundizar en la noticia, David Farrell afirma que el éxito es exigir al usuario a tomar decisiones, Farrell es creador de *Find Me*, un videojuego que permite buscar a las niñas raptadas en Nigeria.

Les invito a dirigirse a su texto base, a la unidad 6, apartado 6.5 “Exploración de narrativas periodísticas en videojuegos”. Durante esta lectura conocerán la iniciativa de un laboratorio de interacción virtual y tecnología de la comunicación, que se dedica a entender las características y experiencias de los videojuegos en el usuario.



Semanas 12 y 13



Unidad 9. Periodismo wikiLeads y mashups

La transformación tecnológica, los cambios sociales, políticos y económicos son parte de los factores que influyen en las nuevas formas de hacer periodismo, buscando alternativas que permitan ampliar el alcance de usuarios y masificar los contenidos producidos.

En estas nuevas perspectivas y previsiones se presenta el periodismo *wikileaks*, donde atendiendo a este segundo nombre y según su propio sitio web (wikileaks.org), se concibe como un espacio para “la publicación masiva y el análisis de documentos

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

secretos”, cuyo rostro más visible es Julian Assange, considerado también miembro y fundador de esta web.

Autores como Lovink y Riemens (2011) generan una relación de wikileaks con el periodismo de investigación, sin embargo, señalan que el modo de operación presenta sus variantes, por ejemplo:

El periodismo de investigación desarrolla su trabajo mediante tres etapas, como son el descubrimiento de los hechos, el cruce y contrastación de datos y la contextualización de estos, para alcanzar un discurso comprensible. En el caso de wikileaks, la primera parte es prácticamente la única que se cumple (p.142).

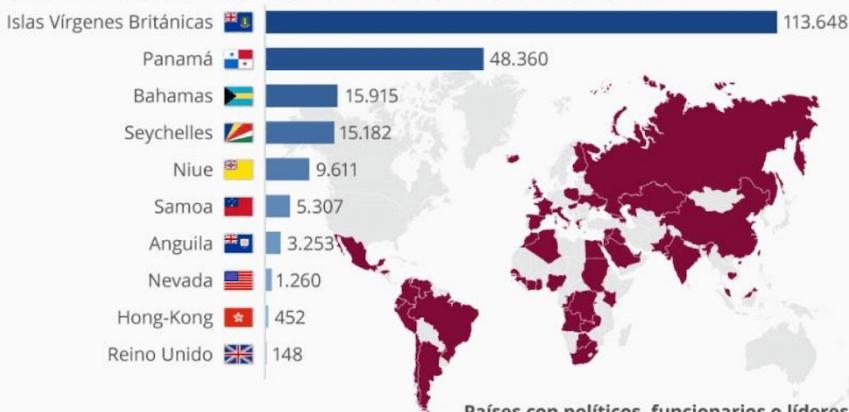
Lectura: Algunas conceptualizaciones sobre *Wikileaks* se encuentran en el documento “Doce tesis sobre Wikileaks” de Lovink y Riemens (2011), que le invito a revisar y comparar cada uno de estos contenidos.

Así también les sugiero la revisión de “[Las 10 filtraciones más importantes de Wikileaks en sus 10 años](#)”, publicados por CNN en 2016.

Otros ejemplos de esta relación de periodismo y Wikileaks es la difusión de los Panamá Papers (Imagen 18), que involucra a varios perfiles y líderes mundiales en paraísos fiscales.

Principales paraísos fiscales de los Panamá Papers

Origen de las empresas que figuran en los ficheros de Mossack Fonseca



Países con políticos, funcionarios o líderes nombrados en la filtración de los Panama Papers



Fuentes: ICIJ, The Panama Papers

statista

Figura 20. Países involucrados en los Panamá Papers

Fuente: Jenik, (2016)

Asimismo, en el texto básico, en el capítulo 4, apartado 4.1, ustedes podrán revisar a *Wikileaks* como modelo informativo emergente en la web, es decir, los grandes hitos de *Wikileaks*, el procesamiento de ingentes cantidades de información, la filtración de documentos y las consecuencias a que esto conduce.

Dentro de este mismo apartado también incluiremos el estudio del periodismo *mashup* que, según Tejedor (2007), combina elementos como “mapas, planos, fotografías, direcciones, vídeos musicales, películas, entre otros”, logrando ir más allá del multimedia y alcanzando un “nuevo tipo de convergencia mediática” (p.21).

Uno de los ejemplos planteados en este campo es el que señala Andrade (2016) al referirse al mashup de periodismo “[Balas y Baladas 2016](#)”, que se desarrolla en la ciudad de México, y cuyo objetivo es acercar el periodismo al cine documental.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

También le sugerimos revisar un breve resumen de este encuentro, que permitirá tener un mayor acercamiento con la definición del periodismo mashup. Ingrese al siguiente enlace [MASHUP. Reseña de Balas y Baladas.](#)

Otros aspectos relacionados con esta iniciativa son los planteados por Flores y Salinas (2012) en cuanto a los tipos (gráfico 1) y categorías.

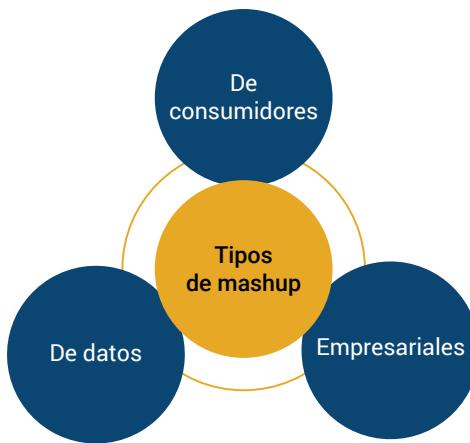


Figura 21. Flores y Salinas, (2012).

Elaboración: La autora.

En cuanto a las categorías se desglosan en “mapas, vídeos y fotos, búsqueda y compras, y noticias” (Flores y Salinas, 2012, p.14).

A continuación, le presentamos algunos ejemplos gráficos:

Índice

Página Principal >> Detalles de los crímenes
Homicidio São Paulo, SP - 15/04/08 6:29
Caso que chocou o País, o qual uma criança foi arremessada pela janela de seu quarto, aparentemente pelos pais, e morreu ao atingir o solo.
Ver este crimen en el mapa
Ver los crímenes relacionados Intento de Robo
Ver los crímenes relacionados Intento de Hurto
Ver los crímenes relacionados Hurto
Ver los crímenes relacionados Robo
Ver los crímenes relacionados Otro

Top WikiCrimes

Figura 22. Imagen 19. Sitio para reportar crímenes
Fuente: Mapa crímenes <http://www.wikicrimes.org>

ES FÁCIL SER VERDE
Cómo Google consiguió que sus empleados comieran sus verduras
omeaero.mediuuh.com Alimentación Salud

El misterio de los pueblos rotativos neolíticos de Eslovaquia
1 digg etiashachova.com Arqueología
Casi imperceptible hoy, y ciertamente invisible a simple vista del Neolítico, la curiosa rotación de las

NO PENSANDO RECTO
BIEN, ESTOY ESTRESADO
Alguien encontró la canción que más ansiedad generó para usar como la llamada de conferencia Música en espera

Figura 23. Mashup de sitios de noticias
Fuente: Digg <https://digg.com/>

Para ampliar el tema, deben ingresar al texto básico, capítulo 6, apartado 4.2, y leer los antecedentes de este tipo de periodismo, mapas de información y narración de noticias a través de mapas.

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Semana 14 y 15



Unidad 10. Modelos de negocio con tecnologías emergentes y disruptivas

Planteadas varias herramientas e iniciativas innovadoras para el desarrollo de productos periodísticos es necesario la implementación de un modelo de negocio que permita incluirlas y generar rentabilidad. En la siguiente unidad, nuestro trabajo se centrará en los modelos de negocio con tecnologías emergentes y disruptivas que permiten el desarrollo de nuevas oportunidades, en cuanto a la profesión y a la contribución con la sociedad.

10.1. Tendencias, diversidad y modelos híbridos

Le invito a ir a su texto base y realizar la lectura y análisis del apartado 7.1 “Tendencias, diversidad y modelos híbridos y comprender como las tecnologías emergentes influyen en el ecosistema mediático”.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

10.2. Metodologías, estrategias y diseño de nuevos modelos de negocio

Flores (2017) afirma que “la integración de redacciones web con las del medio impreso ha sido el comienzo de una estrategia para la rentabilidad de los medios periodísticos” (p.144).

Herranz (2015) asegura que el problema significativo que enfrentan los periodistas es “que la economía, la empresa y los números, en muchos casos, nos son incómodos” este autor apoya la idea de los proyectos emprendedores en periodismo, pero realizados desde una buena planificación. Conozca la metodología aplicada al campo periodístico que expone en su capítulo “[Metodología de trabajo para generar modelos de negocio y proyectos emprendedores en el ámbito periodístico](#)” (páginas 57-70).

Acceda a este interesante artículo publicado en el Laboratorio de Periodismo “[Cucarella insta a los alumnos de periodismo a conocer también la parte de negocio de los medios y a entender el pago por contenidos](#)”, es importante conocer qué tipo de contenidos crean mayor compromiso y sentido de pertenencia en los usuarios.

10.3. Crowdfunding y Crowdsourcing

Quirós (2016) se refiere al *crowdfunding* como una iniciativa de financiamiento colectivo, donde “personas hacen red para conseguir dinero u otros recursos y financiar un proyecto o propósito concreto” (p.5). El fin del proyecto puede apuntar a diferentes temáticas, aunque dependiendo del asunto a tratar podrá generar el interés para alcanzar las aportaciones y llegar a un monto significativo.

Dentro del campo periodístico, el *crowdfunding* se incluye para el financiamiento de proyectos investigativos que demanden de

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

importantes recursos económicos y en este caso, el tema a abordar tendrá una gran incidencia en la decisión de quienes contribuirán.

Para el desarrollo de estas iniciativas existen plataformas específicas que permiten desarrollarlas, como por ejemplo [ideame](#), que se presenta como una plataforma de financiamiento colaborativo para Latinoamérica. En esta se pueden encontrar una serie de proyectos de diferentes países y variadas temáticas, mismas que están clasificadas por año, valor de recaudación y país de origen.

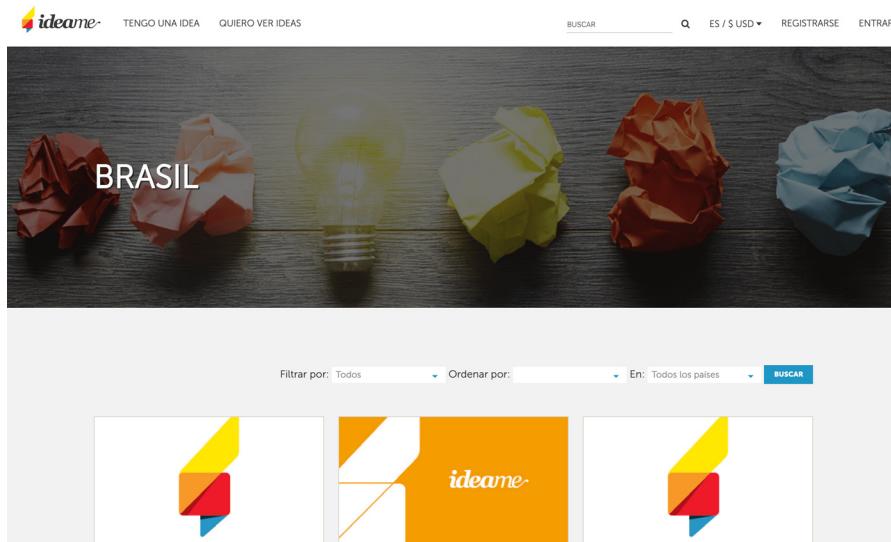


Figura 24. Portal web de ideame

Fuente: Recuperado de <https://www.idea.me/>

Africanas
Fazer o 1º corte do documentário, uma imersão em diversas culturas africanas contada por suas mulheres.

Cine y video Brasil

\$ 5,770 USD
De \$ 5,354 USD

Financiado (107%)

181 colaboradores recaudaron \$ 5,770 USD haciendo realidad éste proyecto!

SEGUIR 0 seguidores Creado por eliza capai

Figura 25. Iniciativa de crowdfunding en Brasil

Fuente: Recuperado de <https://www.idea.me/proyectos/401/africanas>

HÉROES 13 - INSPIRANDO VIDAS
Contribuyendo a los sueños y las aspiraciones de niños, niñas y jóvenes de Comuna 13, Medellín, promoviendo paz y convivencia.

Impacto Social Colombia

\$ 1,217 USD
De \$ 6,131 USD

Financiado (19%)

23 colaboradores recaudaron \$ 1,217 USD haciendo realidad éste proyecto!

SEGUIR 3 seguidores Creado por Fundacion Pazamanos Sitio Web

Figura 26. Iniciativa de crowdfunding en Brasil

Fuente: Recuperado de <https://www.idea.me/proyectos/17599/heroes-13-inspirando-vidas>

Lectura: Rencoret, (2015). En el documento “[Crowdfunding como iniciativa al periodismo, estudio de casos en los países de Argentina y Brasil](#)”, usted podrá encontrar otras conceptualizaciones y ejemplos referentes al tema de estudio.



Figura 27. Mc Donald's incursiona en crowdsourcing

Fuente: Recuperado de <https://www.marketingweek.com/mcdonalds-throws-marketing-weight-behind-fan-created-burgers/>

En el siguiente [video](#) se puede observar cómo se realizó esta actividad y la forma en la que los usuarios podían participar.

En el texto básico, en el capítulo 7, pueden leer los modelos de negocios con tecnologías emergentes y disruptivas, este tema les permitirá tener noción de cómo los medios de comunicación en el país pueden armar sus modelos informativos.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Realice una investigación en línea sobre plataformas de crowdfunding y *crowdsourcing* más relevantes de Iberoamérica y su principal objetivo.



Atividades finales del bimestre



Semana 16

Es importante, estimado estudiante, que en esta semana usted reflexione todo lo estudiado en este segundo bimestre para que pueda rendir la evaluación presencial y dar cumplimiento con los resultados de aprendizaje propuestos.

Para repasar le propongo responder la autoevaluación del segundo bimestre.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Actividad 1:

A continuación, a modo de enseñanza-aprendizaje, haremos un recorrido sobre los principales temas estudiados, a fin de que usted refuerce lo estudiado en el segundo bimestre.

Después elabore un resumen, cuadro sinóptico o esquema, etc., con las ideas más importantes de los temas estudiados.

Quiz Actividad final del bimestre

Es importante, estimado estudiante, que en esta semana usted reflexione todo lo estudiado en este segundo bimestre para que pueda rendir la evaluación presencial y dar cumplimiento con los resultados de aprendizaje propuestos.



Autoevaluación 2

a. Responda V si es verdadero o F si es falso, según corresponda a los siguientes enunciados.

1. () Los drones presentan diferentes funcionalidades, como la exposición de contenidos desde otras perspectivas y la evaluación de daños y riesgos.
2. () Las nuevas posibilidades que se presentan modifican el desarrollo de la profesión periodística, así como de la empresa periodística.
3. () El periodismo de inmersión al igual que el periodismo de datos comparten características idénticas con el periodismo de investigación.
4. () El sector de videojuegos es uno de los segmentos más dinámicos dentro del macrosector de las tecnologías de la información y la comunicación.
5. () El periodismo mashup presenta varios tipos y categorías, considerando el amplio campo de cobertura que este presenta.
6. () Los nuevos planteamientos en cuanto a modelos de negocios mediáticos implica considerar tendencias y actualizaciones tecnológicas.
7. () El planteamiento de la temática del proyecto planteado para crowdfunding, no incide en la decisión de los usuarios para aportar.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

- b. **De las siguientes opciones escoja la opción adecuada para cada enunciado:**
8. El uso del drone en el periodismo también se conoce como:
- Periodismo aéreo
 - Periodismo dron
 - Periodismo de alto alcance
9. Para conectar con diferentes públicos, las nuevas narrativas multimedia del periodismo incluyen:
- Elementos multimedia
 - Construcción de nuevas narrativas y elaboración de productos periodísticos.
 - Convergencia de formatos y nuevas plataformas.
10. El periodismo mashup está dirigido a ir más allá del multimedia, llegando a catalogarse como:
- Narrativa multiplataforma
 - Nuevo tipo de convergencia mediática
 - Nuevo tipo de multimedialidad

[Ir al solucionario](#)

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



4. Solucionario

Autoevaluación 1	
Pregunta	Respuesta
1	V
2	V
3	F
4	V
5	V
6	F
7	V
8	F
9	V
10	F
11	V
12	F
13	V
14	F
15	F
16	F
17	V
18	V
19	F
20	V

Ir a la
autoevaluación

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 2	
Pregunta	Respuesta
1	V
2	F
3	V
4	F
5	F
6	F
7	V
8	V
9	F
10	V
11	V
12	F
13	B
14	B
15	C
16	B
17	B
18	A
19	B
20	C

Ir a la
autoevaluación



5. Referencias bibliográficas

Andrade, S. (2016). Balas y Baladas: El periodismo y el documental se encuentran. Recuperado de <https://gatopardo.com/arte-y-cultura/balas-baladas-periodismo-documental/>

Atarama-Rojas, T., y Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. Revista de Comunicación, 17(1), 34-56. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v17n1/a03v17n1.pdf>

Cantero, J. I., Sidorenko, P., y Herranz, J. M. (2018). Realidad virtual, contenidos 360º y periodismo inmersivo en los medios latinoamericanos. Una revisión de su situación actual. Contratexto, (029), 79-103. Recuperado de <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/1816/2064>

Chequeado. (2015). Historia y bases del periodismo de datos. Fundación La Voz Pública. Recuperado de <http://chequeado.com/wp-content/uploads/2015/08/Historia-y-base-delperiodismo-de-datos.pdf>

Cruz, J. (2017). Elementos de la noticiabilidad a partir del uso periodístico de drones en la cobertura del terremoto en ecuador de 2016. Revista PUCE. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/316741054_Elementos_de_la_noticiabilidad_a_partir_del_uso_periodistico_de_drones_en_la_cobertura_del_terremoto_en_Ecuador_de_2016

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Dioses, K. L. R. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Revista ComHumanitas*, 8(1), 1-27. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057561>

Fernández-Barrero, A. (2018). Periodismo y drones: Retos y oportunidades del uso de drones para la narración informativa en España. *Doxa Comunicación*, (26), 35-58. Recuperado de https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9093/1/Periodismo_MAngelesFernandez_Doxa_Comunic_2018.pdf

Flores, J., y Salinas, C. (2012). Entornos y perfiles profesionales para redacciones con cultura de red: Mashups y Data Delivery Editor (Datajournalism). Recuperado de http://aeic2012tarragona.org/comunicaciones_cd/ok/194.pdf

Flores Vivar, J. (2017). Los elementos del ciberperiodismo. Madrid, España: Síntesis.

García-Ortega, A., y García-Avilés, J. A. (2018). Los newsgames como estrategia narrativa en el periodismo transmedia: propuesta de un modelo de análisis. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 327-346. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/322188508_Los_newsgames_como_estrategia_narrativa_en_el_periodismo_transmedia_propuesta_de_un_modelo_de_analisis

Hernández, J. (s.f.). Tendencias del Periodismo en 2020. Contacto Magazine. Recuperado de <https://www.contactomagazine.com/cafeimpresso/tendencias-del-periodismo-2020.htm#.XjxtgGhKhPY>

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Hernández-Leal, E. J., Duque-Méndez, N. D., y Moreno-Cadavid, J. (2017). Big Data: una exploración de investigaciones, tecnologías y casos de aplicación. *Tecno Lógicas*, 20(39), 17-24. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/teclo/v20n39/v20n39a02.pdf>

Herranz, J. M. (2015). Metodología de trabajo para generar modelos de negocio y proyectos emprendedores en el ámbito periodístico. En J. L. Manfredi. (Coord.), *Innovación y Periodismo: emprender en la Universidad* (pp. 57-70). España: Sociedad Latina de Comunicación Social. Recuperado de https://www.academia.edu/11139206/Metodolog%C3%ADA_de_trabajo_para_generar_modelos_de_negocio_y_proyectos_emprendedores_en_el_%C3%A1mbito_period%C3%ADstico

Jenik, C. (2016). Los principales paraísos fiscales de los Panamá Papers. Recuperado de <https://es.statista.com/grafico/4597/los-principales-paraisos-fiscales-de-los-panama-papers/>

Liuzzi, A. (2016). Narrativas Transmedia y Periodismo, el nuevo desafío de los medios. Recuperado de <https://medium.com/transmedia-historitelling/narrativas-transmedia-y-periodismo-el-nuevo-desaf%C3%ADo-de-los-medios-65a8890ee5f2>

Lope-Salvador, V., Gabela-Barroso, J., y Marta-Lazo, C. (2018). Investigaciones en datificación de la era digital. Egregui Ediciones. Recuperado de <http://bit.ly/30gOOnj>

López, A. (2016). El periodismo que contará el futuro. Revista Latinoamericana de Comunicación, Chasqui. N. 131. Recuperado de <http://200.41.82.22/bitstream/10469/10299/1/REXTN-CH131-14-Lopez.pdf>

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

López-García, X., Toural-Bran, C., y Rodríguez-Vázquez, A. I. (2016).

Software, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos. *El profesional de la información*, 25(2), 286-294. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/32522/1/Software-estadistica-gestion-bdds.pdf>

Lovink, G., y Riemens, P. (2011). 12 Tesis sobre Wikileaks. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 16. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/935/93521629009.pdf>

Luzardo, M. (2016). 5 ejemplos de crowdsourcing que pueden inspirar a tu empresa. Recuperado de <https://www.enter.co/especiales/empresas-del-futuro/5-ejemplos-de-crowdsourcing-que-pueden-inspirar-a-tu-empresa/>

Mañé, S. (2016) El Big Data y el periodismo de datos: comunicar con números. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/big-data-y-el-periodismo-de-datos-big-data/>

Mejía, J. (2019). Qué es Crowdsourcing: beneficios, ejemplos, pasos de implementación + video + infografía. Recuperado de <https://www.juancmejia.com/redes-sociales/crowdsourcing-la-inteligencia-colectiva-al-servicio-del-marketing-digital/>

Moreno Espinosa, P. (2018). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23 (2), 1299-1317. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/77608/58046-118165-3-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Pastor, E. (2017). El periodismo narrativo de Diego Enrique Osorno y su compromiso con la realidad mexicana. La narcocracia a través de sus crónicas: El cártel de Sinaloa, La guerra de los Zetas y La ira de México". Tesis de Grado. Universidad de Sevilla. Recuperado de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/64435/TFG%20Elisa%20Pastor%20El%20periodismo%20narrativo%20de%20Diego%20Enrique%20Osorno%20y%20su%20compromiso%20_20170613133034480.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Paucar, K., y Coronel-Salas, G. (2019). Laboratorios: un recurso para la innovación periodística. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, (E20), 477-489. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2318542491?pq-origsite=gscholar>

Periodismo.com. (2017). 10 principios clave para el Periodismo de Datos. Periodismo.com. Recuperado de <https://www.periodismo.com/2017/12/05/10-principios-clave-para-el-periodismo-de-datos/>

Quirós, U. (2016). El Crowdfunding. Trabajo de Grado. Universidad del País Vasco. Recuperado de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/20625/El%20Crowdfunding.pdf?sequence=1>

Rencoret, N. (2015). Crowdfunding como iniciativa al periodismo, estudio de casos en los países de Argentina y Brasil. Memorias FELAFACS 2015. Recuperado de <https://go.aws/3bICKqc>

Renó, L. (2018). Manual de Periodismo de Datos. Ria Editorial. Recuperado de <http://bit.ly/2QPWBoY>

Rivera, D., y Rosero, D. (2017). Análisis de las prácticas y técnicas periodísticas en el periodismo ecuatoriano. Casos de estudio: Ecuavisa, El Comercio y Ecuador en Vivo. Razón y Palabra, 21(2_97), 475-485. Recuperado de <https://archivos.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1005>

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Romero-Rodríguez, L., y Rivera-Rogel, D. (2019). La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas. Pearson Educación de Perú.

S.A. (2016, 12 de mayo). Los drones amplían las fronteras aparentes del periodismo. Diario El Telégrafo. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/los-drones-amplian-las-fronteras-aparentes-del-periodismo>

Sáiz, C. P. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. adComunica, (12), 163-182. Recuperado de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/167719/Pen%cc%83afiel_Saiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salaverría, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. El profesional de la información, 24(4), 391-404. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/issue/viewFile/2152/40#page=45>

Samudio, I. D. (2017). Newsgames: periodismo y videojuegos ¿una herramienta utilizada en el ámbito informativo colombiano? Comunicación, (37), 43-58. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/324511734_Newsgames_periodismo_y_videojuegos_una_herramienta_utilizada_en_el_ambito_informativo_colombiano

Sánchez-García, P., y Salaverría, R. (2019). Narrativa periodística multimedia: fundamentos semiótico-narratológicos. El profesional de la información, 28(3). Recuperado de http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/may/sanchez-salaverria_es.pdf

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Scolari, C. A. (10 de noviembre de 2011). Narrativas transmediáticas y adaptaciones: el caso Tintin [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2011/11/10/narrativa-transmediatica-y-adaptaciones-el-caso-tintin/>

Tejedor, S. (2007). Periodismo “mashup”. Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/28262479_Periodismo_mashup_Combinacion_de_recursos_de_la_web_social_con_una_finalidad_ciberperiodistica