

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Periodismo
-------------	------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Periodismo Multimedia y Nuevos Formatos
-------------	---

Tipo:	Obligatoria
-------	-------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	3
--------	---

Código:	3257
---------	------

Periodo docente:	Quinto semestre
------------------	-----------------

Materia:	Información Periodística y Comunicación Digital (Diseño)
----------	--

Módulo:	Herramientas de Comunicación
---------	------------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Fernando Rafael Moreno Santiago	fernando.moreno@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Periodismo Multimedia y Nuevos Formatos aglutina y ordena las nuevas materias interdisciplinares relevantes en el campo de la comunicación con vistas a la práctica periodística. Comprende los conceptos de creatividad e innovación en nuevas narrativas adaptadas a la web social, el periodista marca en el entorno digital, la convergencia en medios sociales, y presta especial interés al periodismo móvil, ahondando en la amplitud del concepto y los nuevos hábitos de consumo de información. Contenidos en formatos inesperados, tendencias narrativas, el futuro de la web social y la importancia del uso del lenguaje (persuasión en la comunicación al servicio del periodismo) se combinan con herramientas colaborativas y la figura del responsable de medios sociales.

## OBJETIVO

El alumno desarrollará habilidades para la mejor expresión y desenvolvimiento en el periodismo, con empleo de nuevos formatos, dando importancia al uso del lenguaje a la vez que combina nuevas herramientas.

Los fines específicos de la asignatura son:

Desarrollará su capacidad de ordenar la información de manera despiezada y con visión transversal de diferentes disciplinas ligadas al desarrollo y hábitos de las nuevas audiencias.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

El alumno se encuentra en un nivel avanzado en el conocimiento de los aspectos de la profesión periodística y de la situación de los medios de comunicación. Asimismo, con formación en nuevas herramientas tecnológicas.

## CONTENIDOS

- 1 Periodismo multimedia y nuevos formatos
  - 1.1 El hipertexto: implicaciones comunicativas
  - 1.2 Periodismo multimedia. Características del mensaje. Tecnología afecta y modifica el discurso
  - 1.3 Tendencias narrativas
  - 1.4 Características del mensaje digital (accesible, multimedia, actualizable, instantáneo, universal, hipertextual, interactivo, personalizable, relacional y almacenable)
2. Periodismo móvil: amplitud del concepto y nuevos hábitos de consumo de información.
  - 2.1 Contenidos en formatos inesperados
  - 2.2 Implicaciones en vídeo y audio
  - 2.3 Periodismo inmersivo. 360º
- 3 Características específicas de la redacción y contenido digital
  - 3.1 La arquitectura de la información en el soporte internet
  - 3.2 De los temas de moda a los temas de interés
  - 3.3 Nuevo paradigma en agenda setting
  - 3.4 Ventajas e inconvenientes del multiformato
  - 3.5 Código deontológico en la web social. La propiedad intelectual
  - 3.6 El futuro de la web social
- 4 Formatos, terminología, convenciones y pautas
  - 4.1 Bitacoras: Del videoblog al moblog ('mobile blog')
  - 4.2 Contenidos sindicados
  - 4.3 Widgets, gadgets, blogroll, podcast y streaming
  - 4.4 Indexación social. Folcsonomía, trackbacks y tags
  - 4.5 Estructura lógica de las webs de noticias. Noticias pensadas para la web
  - 4.6 Microblogging y redacción. Pautas conversacionales. Tipo de discurso y convenciones Noticias condensadas en uno o dos titulares
  - 4.7 Importancia de las fuentes en redes sociales: de lo anecdótico a lo relevante El papel de los bloggers en la conversación. Discriminación de fuentes
  - 4.8 El formato 'wiki'
  - 4.9 Usabilidad, navegabilidad, accesibilidad
- 5 Desarrollo del contenido multimedia, nuevo escenario
  - 5.1 El blog periodístico: Herramientas públicas y recursos. Información agregada en la web social
  - 5.2 Pautas para la creación de contenido
  - 5.3 Nuevos perfiles profesionales del periodista. Nuevas competencias y habilidades. El responsable de medios sociales
  - 5.4 Brecha en las redacciones: alfabetización digital en los grandes medios
  - 5.5 Periodismo Ciudadano: nuevos canales y oportunidades. Tipología
  - 5.6 Periodismo abierto
  - 5.7 Estrategias digitales de difusión de contenido (ej. práctico, evento cultural)
  - 5.8 Formatos de contenido 'repensados'
  - 5.9 Importancia del uso del lenguaje: Persuasión en la comunicación al servicio del periodismo

## 6 Algoritmos frente a humanos

6.1 Las nuevas herramientas del periodista. Buscadores, algoritmos y redes sociales, sindicación de contenidos, wikis, noticias, audio digital, podcasting y vídeo

6.2 Automatismos y el denominado periodismo robot

6.3 La imagen. El tamaño de la imagen: primera decisión. La posición: zona, verticalidad/horizontalidad.

6.4 Audio. Programas básicos y técnicas de edición. Podcasting, audio 'on demand y descarga'. Plataformas y displays para almacenar e incrustar nuestros audios

6.5 Redes Sociales, nivel avanzado: La cultura compartida.

6.6 Gestión de crisis. Estrategias para la difusión de mis contenidos multimedia en redes. Herramientas de análisis sobre actividad de cuentas.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

Los alumnos deberán hacer de manera grupal un trabajo consistente en aplicar los conocimientos adquiridos en referencia a la credibilidad de los medios de comunicación en medios digitales. Dicho trabajo consistirá en un prototipo colaborativo (debe incluir interactividad con los usuarios) y deberá incorporar elementos de innovación partiendo de la crítica de proyectos sugeridos, viendo fortalezas y debilidades.

- Portada
- Referencias de páginas existentes.
- Métricas que justifiquen (estudios, informes, justificación de los datos aportados)
- Bibliografía/Webgrafía

>> Extensión: 30 páginas (grupos de 3-4 personas)

>> Interlineado de referencia: 1,5 Word | Letra Times New Roman

>> Metodología bibliográfica de referencia: cita a pie de página y compendio al final del trabajo

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

### Competencias generales

Descubrir, valorar y contrastar con uno mismo diversas respuestas a las preguntas existenciales que caracterizan la vida personal y comunitaria.

Dominar las tecnologías aplicadas al campo de la comunicación en general y del Periodismo en particular.

### **Competencias específicas**

Adquirir la capacidad para utilizar, los recursos informáticos, las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados o interactivos (multimedia).

Saber utilizar y conocer las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones a través de diferentes soportes multimedia. Especialmente, el diseño gráfico y la infografía.

Dominar y desarrollar el ejercicio periodístico en entornos multimedia y de la Red.

Adquirir la capacidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos en entornos multimedia.

### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Conocer el funcionamiento de la web social, presente y claves de futuro.

Dominar las narrativas en medios digitales.

Puesta en valor de la importancia de actualización permanente ante nuevos hábitos informativos y de consumo.

Desarrollo de capacidad crítica en el contexto de los nuevos medios, con visión transversal.

Distinción de tipo de contenidos e influencia de la industria del entretenimiento en las narrativas.

Capacidad de diferenciar fuentes relevantes de contenidos en la red.

Puesta en valor de la web participativa y contenidos inesperados.

Comunicación persuasiva al servicio del periodismo.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

Examen: 50% (obteniendo un mínimo de 5 sobre 10). Asistencia y participación: 10%. Trabajo final de la asignatura: 25% . Trabajos de clase y aula virtual 15% Es requisito imprescindible aprobar el examen. En caso contrario, deberá acudir a la siguiente convocatoria.

Ampliación:

El examen de la asignatura supone un 50% de la nota y tiene lugar al final del cuatrimestre, si bien el alumno es puntuado desde el primer día. Los alumnos que participen con preguntas durante las clases podrán ser requeridos para firmar al final de la clase. Además de retener conceptos, se valora la capacidad argumentativa de los propios alumnos. Los alumnos son acompañados en la elaboración de las tareas.

Alumnos con inasistencia superior al 20% realizarán un examen en versión extendida y un trabajo individual equivalente al realizado de manera grupal por aquellos alumnos con asistencia asidua. Dicho formato se aplicará igualmente para los alumnos en segunda convocatoria.

### **BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS**

## Básica

- Periodismo ciudadano - Evolución positiva de la comunicación, de Ariel. ISBN: 978-84-08-10416-
- Youtubers y otras especies, de Ariel. Millán Berzosa. ISBN: 9788408174936
- La empresa en la web 2.0, ISBN 9788498751734
- Ciberperiodismo. Jesús Flores Vivar y Alberto Miguel Arruti. Editorial Lumusa, 2001
- Introducción al ciberperiodismo. Koldo Meso Ayerdi. Editado por el servicio editorial de la Universidad del País Vasco, 2006.
- Internet, la imprenta del Siglo XXI. España: Gedisa. PISCITELLI, Alejandro (2005).
- Redacción periodística en internet. España: Eunsa. SALAVERRÍA, Ramón (2005).
- La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente. España: La Esfera de los Libros. ORIHUELA, José Luis (2006).
- Radio 3.0 una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos. Fragua Editorial. España. 2011. ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel y LOPEZ VIDALES, Nereida (eds.).
- Las 3 emes: las claves de la radio musical tras el efecto Kiss. Publixed editorial. España. 2014. ARENSE GOMEZ, Alfredo.

## Complementaria

- Agudelo Castro, Carlos Gerardo (2005). La enseñanza del periodismo como un entorno constructivista. Medellín, Universidad de Antioquia, Colombia
- Alcudia, Mario (2011): Competidores y aliados: Medios en convergencia, los nuevos retos en comunicación. Madrid, CEU Ediciones
- Alexander, Bryan (2011): The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media. Santa Barbara, Praeger
- Aricapa Ardila, Ricardo (2005). Comuna 13: crónica de una guerra urbana. Medellín, Editorial Universidad de Antioquia
- Associated Press (2013): The Associated Press Stylebook 2013. Nueva York, Basic Books
- Associated Press (2015): "AP, NCAA to grow college sports coverage with automated game stories", en AP, en: <http://www.ap.org/content/press-release/2015/ap-ncaa-to-grow-college-sports-coverage-with-automated-game-stories>
- Barney, Darin (2004): The Network Society. Polity Press
- Bayles, Fred (2011): Field Guide to Covering Local News. Washington, CQ Press
- BBC Mundo (2014): "El robot que escribe noticias debuta en Los Ángeles", en la BBC, en: [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/03/140318\\_curiosidades\\_robot\\_periodis](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/03/140318_curiosidades_robot_periodis)  
ta\_la\_times\_az [fecha de consulta: 19 de octubre de 2014]
- Beaujon, Andrew (2014): "AP will use robots to write some business stories", en Poynter, en: <http://www.poynter.org/news/mediawire/257245/ap-will-use-robots-to-write-some-business-stories/> [fecha de consulta: 24 de octubre de 2014]
- Bell, Emily (2012): "The robot journalist: an apocalypse for the news industry?", en The Guardian, en: <http://www.theguardian.com/media/2012/may/13/robot-journalist-apocalypse-news-industry> [fecha de consulta: 16 de febrero de 2013]
- Bilbeny, Norbert (2012). Ética del periodismo. Universitat de Barcelona
- Blaine, Mark (2013). The Digital Reporter's Notebook: Reporting with Online Media. Nueva York, Routledge

Boczkowski, Pablo J. (2010): News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance. Chicago, University of Chicago Press

Bogost, Ferrari y Schweizer (2010): Newsgames: Journalism at Play. Cambridge, MIT Press

Bowman, S. Willis (2003): "We Media", en Hypergene, en <http://www.hypergene.net/wemedia> [fecha de consulta: 6 de julio de 2013]

Bradlee, Ben (1996): La vida de un periodista. El País Aguilar

Bradshaw, Paul and Liisa Rohumaa (2011). The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age. Reino Unido, Pearson

Briggs, Mark (2012): Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing. CQ Press

Brown, Jeffrey (2012): "Daily Download: Obama Spent 10 Times as Much on Social Media as Romney", en PBS, en [http://www.pbs.org/newshour/bb/media-july-dec12-download\\_11-16/](http://www.pbs.org/newshour/bb/media-july-dec12-download_11-16/)

Briggs, Mark (2007): Periodismo 2.0, Knight Foundation

Bull, Andy (2010). Multimedia Journalism. Nueva York, Routledge

Burgueño, José Manuel (2011): La invención en el periodismo informativo. UOC

Callahan, Christopher (2002): A Journalist's Guide to the Internet: The Net As a Reporting Tool. Allyn and Bacon

Carbonell, Josep María (2012): El futuro de la comunicación: redes, medios y poder. UOC

Carrillo, Nereida (2013): El periodismo volátil: ¿Cómo atrapar la información política que se nos escapa? Barcelona, Editorial UOC

Carroll, Brian (2010). Writing for Digital Media. Routledge

Casani, Fernando (2011): Sectores de la nueva economía 20+20. Economía digital. Madrid, Fundación EOI

Castells, M. (2000). The Rise of the Network Society. Wiley

CNN, EFE, Antena 3 Noticias (2013): "El término 'hashtag', elegido la palabra más popular del año en EU. Hashtag, elegida la palabra más popular del año en EEUU", en Antena3.com y CNN México, en: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2013/01/07/el-termino-hashtag-elegido-la-palabra-mas-popular-del-ano-en-eu> y [http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/hashtag-elegida-palabra-mas-popular-ano-eeuu\\_2013010700105.html](http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/hashtag-elegida-palabra-mas-popular-ano-eeuu_2013010700105.html) [fecha de consulta: 7 de enero de 2013]

Counts y Fisher (2011): "Taking It All In? Visual Attention in Microblog Consumption", en Microsoft Research, en [http://research.microsoft.com/en-us/um/people/counts/pubs/AttentionTwitter\\_ICWSM2011.pdf](http://research.microsoft.com/en-us/um/people/counts/pubs/AttentionTwitter_ICWSM2011.pdf)

Cowles, Charlotte (2012): "Ann Romney Versus Michelle Obama: Two Women, 30 Days", en NYMag.com, en: <http://nymag.com/thecut/2012/11/ann-romney-vs-michelle-obama-2-women-30-days.html> [fecha de consulta: 6 de noviembre de 2012]

Cowles, Charlotte (2012): "Michelle Obama and Ann Romney's Matching Pink Debate Outfits: An Analysis", en NYMag.com, en: <http://nymag.com/thecut/2012/10/both-ann-romney-and-michelle-obama-wore-pink.html> [fecha de consulta: 7 de

noviembre de 2012]

Craig, David (2011): Excellence in Online Journalism: Exploring Current Practices in an Evolving Environment. Thousand Oaks, Sage

Cross, Mary (2011): Bloggerati, Twitterati: How Blogs and Twitter Are Transforming Popular Culture. California (EEUU), ABC-CLIO

Crouch, Ian (2015): "The Sportswriting Machine", en The New Yorker, en: <http://www.newyorker.com/news/sporting-scene/the-sportswriting-machine>

Crucianelli, Sandra (2010): "Herramientas digitales para periodistas", en Knight Center for Journalism in the Americas, en: <https://knightcenter.utexas.edu/hdpp.pdf> [fecha de consulta: 4 de junio de 2014]

Cruz, Juan (2009): ¿Periodismo?: Vale la pena vivir para este oficio. Random House Mondadori

Cruz, Juan (2009): "El fundamento del periodismo es buscar la verdad y contarla", en EL PAÍS, en: [http://elpais.com/diario/2009/01/11/domingo/1231649553\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2009/01/11/domingo/1231649553_850215.html) [fecha de consulta: 9 de abril de 2013]

Curran, James (2010): The future of journalism. Journalism Studies, Routledge

DeJean, D. (2005): "Technology might return journalism to its roots", en Nieman Reports, en <http://niemanreports.org/articles/technology-might-return-journalism-to-its-roots/> [fecha de consulta: 4 de junio de 2014]

de Santiago, Javier (2005): Principios de comunicación persuasiva. Arco Libros

De Wolk, Roland (2001): Introduction to Online Journalism. Allyn and Bacon

Denton Jr., Robert E. (2012): Studies of Communication in the 2012 Presidential Campaign. Lexington Books

Denton, Robert E. (2012): The 2012 Presidential Campaign: A Communication Perspective. Rowman & Littlefield Publishers

Emarketer (2013): "Multiscreen Campaign Importance Rises With Smart Device Use",

Emarketer.com, en <http://www.emarketer.com/Article/Multiscreen-Campaign-Importance-Rises-With-Smart-Device-Use/1010413#sthash.HzJjosiX.dpuf>

Espíritusanto, Óscar; Gonzalo, Paula (2011): Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación. Ariel/Fundación Telefónica

Fenton, Natalie (2010): New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age. Thousand Oaks, Sage

Franco, Guillermo (2009): Necesidades de formación para medios digitales en América Latina. FNPI

Folkenflick, David (2011): The New York Times and the Future of Journalism. Nueva York, PublicAffairs

Fuller, Jack (2010). What is Happening to News: The Information Explosion and the Crisis in Journalism. Chicago, University of Chicago Press

Gámez Fort, Daniel (2012): Twitter: Cómo 140 caracteres puede ayudar a mejorar su presencia online. Profit Editorial

García, Mario (2012): iPad Design Lab. iBooks edition. F+W Media

George-Palilonis, Jennifer (2013). The Multimedia Journalist: Storytelling for Today's Media Landscape. Nueva York, Oxford University Press

Gillmor, Dan (2010): Mediactive. Farnham, O'Reilly

Gillmor, Dan (2004): We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People. O'Reilly Media

Gray, Jonathan (2012): The Data Journalism Handbook. Sebastopol, O'Reilly

Green, Lodato, Schwalbe, Silcock (2012): News Now: Visual Storytelling in the Digital Age. Pearson

Greenberger, Peter (2012): "#Election2012: Five tips for Twitter advertisers", en el blog de anunciantes de Twitter, en: <https://blog.twitter.com/2012/election2012-five-tips-for-twitter-advertisers>

Groer, Annie (2012): "Michelle Obama and Ann Romney: Compare and contrast", en The Washington Post, en: <http://www.washingtonpost.com/blogs/she-the-people/wp/2012/10/21/michelle-obama-and-ann-romney-compare-and-contrast>  
[fecha de consulta: 1 de noviembre de 2013]

Grueskin, Seave y Graves (2011): The Story So Far: What We Know About the Business of Digital Journalism. Nueva York, Columbia University Press

Hagen y Golombisky (2013): White Space Is Not Your Enemy: A Beginner's Guide to Communicating Visually Through Graphic, Web & Multimedia Design. Nueva York, Focal Press

Haik, Cory (2014): "Breaking News. The Latest From The Innovation Desk", en Google, en: [https://docs.google.com/presentation/d/1ByzyTHneLkALh\\_4wPnH64c0LhmvOK3HM\\_5Bq8drrdTQ/](https://docs.google.com/presentation/d/1ByzyTHneLkALh_4wPnH64c0LhmvOK3HM_5Bq8drrdTQ/)

Halzack, Sarah (2013): "For nonprofit NPR, social media is 'a great equalizer' when it comes to hiring", en The Washington Post, en [http://www.washingtonpost.com/business/capitalbusiness/for-nonprofit-npr-social-media-is-a-great-equalizer-when-it-comes-to-hiring/2013/01/04/a366b9ac-550b-11e2-bf3e-76c0a789346f\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/business/capitalbusiness/for-nonprofit-npr-social-media-is-a-great-equalizer-when-it-comes-to-hiring/2013/01/04/a366b9ac-550b-11e2-bf3e-76c0a789346f_story.html)

Harper, Christopher (1998): And That's the Way It Will Be. New York, University Press

Henderson, David E. (2009): Making News in the Digital Era. Nueva York, iUniverse

Herndon, Keith L. (2012): The Decline of the Daily Newspaper: How an American Institution Lost the Online Revolution. Nueva York, Peter Lang Publishing

Hilliard, Robert L. (2000): Writing for Television, Radio and New Media. Wadsworth

Holmes, David (2013): "Washington Post's Truth Teller and the future of robots doing journalism", en Pando.com, en: <http://pando.com/2013/01/29/washington-posts-truth-teller-and-the-future-of-robots-doing-journalism/>



Interactividad (2009): "Predicciones Social Media 2010", en Interactividad.org, en: <http://www.interactividad.org/wp-content/uploads/2009/12/24431112-Social-Media-Predictions-2010.pdf> [fecha de consulta: 3 de diciembre de 2014]

J. Ward, William (2012): "Social Media SuperStorm - Presidential Election 2012", en Slideshare.net, en: <http://www.slideshare.net/DR4WARD/social-media-superstorm-presidential-election-2012>

Jones, Alex S. (2009): Losing the News. Nueva York, Oxford University Press

Kawamoto, Kevin (2003): Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism. Rowman & Littlefield Publishers

Kawamoto, Kevin (2003). Media and Society in the Digital Age. Allyn and Bacon

Kapuciski, Ryszard (2003): Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar). FNPI, Fundación Proa, FCE

Kaye, Quinn (2010): Funding Journalism in the Digital Age: Business Models, Strategies, Issues and Trends. Nueva York, Peter Lang

King, Elliot (2010): Free for All: The Internet's Transformation of Journalism. Chicago, Northwestern University Press

Kirkland, Sam (2014): "Sun-Times kills comments until it can fix «morass of negativity, racism, and hate speech»", en Poynter, en: <http://www.poynter.org/news/mediawire/247525/sun-times-kills-comments-until-it-can-fix-morass-of-negativity-racism-and-hate-speech/> [fecha de consulta: 16 de abril de 2014]

Kovach y Rosentiel (2012): Los elementos del periodismo (eBook). Aguilar

Kobre, Kenneth (2012): Videojournalism: Multimedia Storytelling. Waltham, Focal Press

Kohut, Andrew (2012): "Trends in News Consumption: 1991-2012. In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable". Pew Research & People Press, en: <http://www.people-press.org/files/legacy-pdf/2012%20News%20Consumption%20Report.pdf>

Kolodzy, Janet (2013): Practicing Convergence Journalism. Nueva York, Routledge

Konnikova, Maria (2013): "The Psychology of Online Comments", en The New Yorker, en: <http://www.newyorker.com/tech/elements/the-psychology-of-online-comments> [fecha de consulta: 11 de enero de 2014]

Kovach, Rosenstiel (2010): Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload. Nueva York, Bloomsbury

Lambert, Joe (2012): Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community. Nueva York, Routledge

Laurent, Antoine (2013): "Faltan más periodistas que conozcan las estadísticas, el análisis de datos", en mberzosa.com, en: <http://www.mberzosa.com/index.php/2013/03/hace-falta-mas-periodistas-que-conozcan-las-estadisticas-el-analisis-de-datos/>

Lester, Paul Martin (2013). Digital Innovations for Mass Communications: Engaging the User. Nueva York, Routledge

Levine, Locke, Searls y Weinberger (2000). El Manifiesto Cluetrain. Deusto

Lichterman, Joseph (2014): "Who's behind that tweet? Here's how 7 news orgs manage their Twitter and Facebook accounts", en Nieman Lab, en <http://www.niemanlab.org/2014/05/whos-behind-that-tweet-heres-how-7-news-orgs-manage-their-twitter-and-facebook-accounts/>

Liptak, Kevin (2012): "«Horses and bayonets» shows Obama's debate strategy", en CNN.com, en: <http://politicalticker.blogs.cnn.com/2012/10/22/why-horsesandbayonets-is-trending/>

Luckie, Mark S. (2010): The Digital Journalist's Handbook. Lexington, CreateSpace

Marín de la Iglesia, José Luis (2010): Web 2.0. Netbiblo

Martínez-Barea, Juan (2014): El mundo que viene. Gestión 2000

McBride, Rosenstiel (2013): The New Ethics of Journalism. Washington, CQ Press

McChesney, Pickard (2011): Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix It. Nueva York: New Press

Mersey, Rachel Davis (2010). Can Journalism Be Saved? Rediscovering America's Appetite for News. Santa Bárbara, Praeger.

Miller, Lisa (1997): Power Journalism: Computer-Assisted Reporting. Wadsworth

Metcalf, Allan (2013): "American Dialect Society: Words of the Year", en American Dialect, en: <http://www.americandialect.org/wp-content/uploads/2013/01/2012-Word-of-the-Year-PRESS-RELEASE.pdf> [fecha de consulta: 2 de mayo de 2014]

Meyer, Philip (2002): Precision Journalims: A Reporter's Introduction to Social Science Methods. Rowman & Littlefield

Noguera, Martínez, Grandío (2011): Redes sociales para estudiantes de Comunicación. UOC

Miller, Zeke (2012) "Welcome To The Twitter Election", en BuzzFeed, en: <http://www.buzzfeed.com/zekejmiller/welcome-to-the-twitter-election>

Morozov, Evgeny (2012): "A Robot Stole My Pulitzer!", en Slate, en: [http://www.slate.com/articles/technology/future\\_tense/2012/03/narrative\\_science\\_robot\\_journalists\\_customized\\_news\\_and\\_the\\_danger\\_to\\_civil\\_discourse\\_.html](http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/03/narrative_science_robot_journalists_customized_news_and_the_danger_to_civil_discourse_.html)

Page, Bronwen (2011): New Narratives: Stories and Storytelling in the Digital Age. Lincoln, University of Nebraska Press

Patterson, Grenny y Maxfield (2007): Influencer: The Power to Change Anything. McGraw-Hill Education

Pavlik, John V. (2001): Journalism and New Media. Columbia University Press

Petruvska, Simne (2004): Periodistas en la mira. Caracas, Alfadil Ediciones

Pew Research (2012): "Winning the Media Campaign 2012", en Journalism.org, en: <http://www.journalism.org/2012/11/02/winning-media-campaign-2012/>

Pew Internet (2014): "Social Networking Fact Sheet", en Pew Internet, en: <http://www.pewinternet.org/fact-sheets/social-networking-fact-sheet/>

Polo, Juan Diego (2009): Twitter para quien no usa Twitter. Bubok

Poindexter, Paula (2012). Millennials, News, and Social Media: Is News Engagement a Thing

of the Past? Nueva York, Peter Lang Publishing

Rainie, Lee (2012). "Social Media and Political Engagement", en PewInternet, en:

[http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP\\_SocialMediaAndPoliticalEngagement\\_PDF.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP_SocialMediaAndPoliticalEngagement_PDF.pdf)

Rheingold, Howard (2007). Smart Mobs: The Next Social Revolution. Basic Books

Simon Rogers (2015): "El periodista hace de puente entre los datos y el mundo", en

mberzosa.com, en: <http://www.mberzosa.com/index.php/2015/04/simon-rogers-google-newslab-jurado-dja-2015-el-periodista-hace-de-puente-entre-los-datos-y-el-mundo/>

Rosenzweig, Roy (2011). Clio Wired: The Future of the Past in the Digital Age. Nueva York, Columbia University Press

Russell, Adrienne (2011). Networked: A Contemporary History of News in Transition.

Cambridge, Polity Press

Scanlan y Craig (2013): News Writing and Reporting. Nueva York, Oxford University Press

Seib, Philip M. (2001): Going Live: Getting the News Right in a Real-Time, Online World.

Rowman & Littlefield

Sharp, Adam (2012): "A new barometer for the election", en Blog de Twitter.com, en:

<https://blog.twitter.com/2012/a-new-barometer-for-the-election> [fecha de consulta: 22 de abril de 2013]

Shirky, Clay (2008): Here Comes Everybody. Nueva York, Penguin Press

Singer, Jane B. (2011): Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online

Newspapers. Malden, Wiley-Blackwell

Sullivan, Margaret (2014): "How 'Verified Commenters' Earn Their Status at The Times, and Why", en The New York Times, en:

<http://publiceditor.blogs.nytimes.com/2014/04/28/how-verified-commenters-earn-their-status-at-the-times-and-why/> [fecha de consulta: 28 de abril de 2014]

Taberner, Jordi García (2012): "Entrevista a Jordi García Taberner", en El Boletín TV, en:

[https://youtu.be/38-k\\_8qspew](https://youtu.be/38-k_8qspew) [fecha de consulta: 1 de abril de 2013]

Tejedor, Santiago (2007): La enseñanza del ciberperiodismo. Sevilla, Comunicación Social

Tewksbury y Rittenberg (2012): News on the Internet: Information and Citizenship in the 21st Century. Nueva York, Oxford University Press

Thornburg, Ryan M. (2011): Producing Online News: Digital Skills, Stronger Stories. CQ Press

Ureña, Daniel (2012): Guía práctica de las elecciones de Estados Unidos. MAS Consulting Group

Roston, Michael (2015): "Don't try too hard to please Twitter — and other lessons from The New York Times' social media desk", en Nieman Lab, en:

<http://www.niemanlab.org/2015/01/dont-try-too-hard-to-please-twitter-and-other-lessons-from-the-new-york-times-social-media-desk/>

Santana, Livingstone, Cho (2011): "Medium Matters: Newsreaders' Recall and Engagement

with Online and Print Newspapers”, en Slate, en:

<http://img.slate.com/media/66/MediumMatters.pdf> [fecha de consulta: 12 de noviembre de 2013]

Sharp, Adam (2012): “Your guide to Election Day”, en el blog de Twitter, en

<https://blog.twitter.com/2012/your-guide-to-election-day> [fecha de consulta: 8 de noviembre de 2012]

Strauss, Annette (2013): “Study at the University of Texas at Austin Shows Having Reporters Interact with Commenters Reduces Incivility”, en Engaging News Project, en:

[http://engagingnewsproject.org/wp-content/uploads/2013/06/ENP\\_Comments\\_Brief.pdf](http://engagingnewsproject.org/wp-content/uploads/2013/06/ENP_Comments_Brief.pdf) [fecha de consulta: 15 de marzo de 2014]

Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press

Ticbeat (2014): “¿Qué son los mapas de calor?”, en Ticbeat, en:

<http://www.ticbeat.com/tecnologias/que-son-los-mapas-de-calor/> [fecha de consulta: 1 de septiembre de 2014]

Electropedia (2013): “Microsoft's Concept - Future vision 2020”, en Electropedia en Youtube, en: <https://www.youtube.com/watch?v=ozLaklIFWUI> [fecha de consulta: 5 de junio de 2014]

Valderrama, Carlos Eduardo (2000): *Comunicación-educación: coordenadas, abordajes y travesías*. Fundación Universidad Central de Colombia

Wasserman, Todd (2011): “Do You Remember Print News Stories Better Than Those You

Read Online? [POLL]”, en Mashable, en: <http://mashable.com/2011/08/22/print-vs-online-news/> [fecha de consulta: 12 de noviembre de 2013]

Wong, Dona M. (2010): *The Wall Street Journal Guide to Information Graphics*. Nueva York, Norton & Company