



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 36628

Nombre: Periodismo digital

Ciclo: Grado / Máster Universitario Oficial

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer cuatrimestre
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1334 - Grado en Periodismo	Información periodística y su tecnología	OBLIGATORIA
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Complementos de Formación	OPTATIVA

COORDINACIÓN

CALVO MIGUEL DAFNE

RESUMEN

Esta asignatura del módulo obligatorio se enfoca en el estudio de las características de la comunicación digital. Para ello, se abordan cuestiones tales como las prácticas periodísticas en Internet, los procesos comunicativos en plataformas digitales y las dinámicas para la constitución del mensaje en línea. Durante la asignatura, se trabaja la creación, edición, publicación y distribución de contenidos digitales, así como las características propias de la comunicación en red. El tema se relaciona con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible: ODS 4, ODS 9 y ODS 16.

La asignatura cuenta con el proyecto de innovación educativa asociado "Proyecto orienta: nuevos caminos profesionales para el periodismo" y con el grupo consolidado de innovación docente "Periodismo de calidad sostenible: recursos para innovar la enseñanza y el aprendizaje en la narración de realidades complejas y de la agenda 2030".

CONOCIMIENTOS PREVIOS



RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Se recomienda tener conocimientos y familiaridad con el uso de Internet y las aplicaciones más importantes de uso común.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).

Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.

Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), de sus modernas formas combinadas (multimedia) o de los nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.

Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Bloque A: Características de la comunicación digital

1. Fundamentos de la comunicación en Internet

Este capítulo analiza las características de la comunicación generada a través de Internet. Inicialmente se explican los vectores de cambio producidos por la digitalización, para después centrarse en los orígenes de Internet y su funcionamiento, que en buena medida continúan predeterminando la naturaleza de su comunicación. Se observa la evolución de Internet vinculada con el desarrollo de las características de dicha comunicación: disociación del soporte: hipertextualidad; ruptura de las limitaciones espaciotemporales; carácter multimedia; e interactividad. Todo ello configura un modelo de comunicación claramente diferenciado, y en algunos aspectos contrapuesto, del modelo tradicional de comunicación de masas.

Se divide en los siguientes subtemas:

- 1.1. Comunicación y cambio tecnológico
- 1.2. Funcionamiento de internet
- 1.3. Características de la comunicación en red



1.4. Comunicación de masas y comunicación en red

Bloque B: Creación, edición y publicación de contenidos para Internet

2. Producción de contenidos para Internet

Este capítulo analiza los géneros dentro del periodismo digital, con las similitudes y diferencias que se observan en los últimos años respecto a las clasificaciones tradicionales. Además, se exponen algunas claves e indicaciones para hacer más efectiva la tarea de elaborar y presentar contenidos de forma atractiva en los diarios web, con especial atención al diseño de las portadas de los medios digitales y las particularidades de los soportes utilizados. De la misma manera, se aborda también la integración adecuada de distintos elementos (hipervínculos, imágenes, vídeos...) dentro de las informaciones. También se realiza en este capítulo una aproximación a los mecanismos para posicionar las noticias en los buscadores.

Se divide en los siguientes subtemas:

- 2.1. Géneros digitales
- 2.2. Edición de contenidos periodísticos para internet

Bloque C: Desarrollo de un periódico digital

3. Características de los medios digitales

Este capítulo profundiza en las características del periodista digital y alerta sobre la precariedad en el sector derivada de la inmediatez y los bajos salarios, pese a la existencia de nuevos perfiles que han empezado a disponer de espacio en las empresas informativas. Por otro lado, se hace un breve recorrido histórico sobre la evolución de los medios digitales en España, con especial atención a la triple crisis del periodismo derivada de los problemas económicos mundiales a partir de 2007-2008. Además, se analizan los distintos modelos de negocio dentro del periodismo digital en la actualidad y las nuevas estrategias de endurecimiento de los muros de pago que se han producido en España en los últimos años.

Se divide en los siguientes subtemas:

- 3.1. Perfil profesional del periodista digital
- 3.2. Evolución de los medios digitales en España
- 3.3. Condiciones estructurales del periodismo digital
- 3.4. Modelos de negocio

Bloque D: Información distribuida y contenidos interactivos

4. Las audiencias digitales

El capítulo describe la transformación del ecosistema mediático ligada al uso de las plataformas comerciales más amplias. Los modelos de negocio basados en la recopilación de datos promueven el fomento de la interacción, la fragmentación de la comunicación y la polarización del debate. En el caso de los medios de comunicación, este contexto plantea nuevas prácticas productivas. La curación de contenidos propone formas de gestión de la información ante la sobreabundancia. El posicionamiento en buscadores resulta fundamental para la visibilidad mediática. En términos generales, la interacción y participación de las audiencias en medios digitales redefine su rol, e implica el desarrollo de estrategias para captar y fidelizar usuarios.

Se divide en los siguientes subtemas:

- 4.1. Los usuarios de internet



- 4.2. Información en redes sociales
- 4.3. Búsqueda de la información y su posicionamiento

5. Organización de la información en internet

El capítulo aborda temas que han sido centrales en el debate sobre las tecnologías de la información y la comunicación en los últimos tiempos. Las filtraciones han generado discusiones sobre la rendición de cuentas de los poderes públicos y los límites de la libertad de expresión. La desinformación, aunque anterior a Internet, se redimensiona con el uso de las redes sociales en un contexto de baja confianza institucional. El periodismo ciudadano plantea una producción informativa alternativa a los medios de comunicación convencionales e impulsada por la democratización de las tecnologías de la información. Por último, el periodismo lento surge como respuesta a los ciclos de producción acelerados y a la sobreabundancia informativa en el ecosistema mediático actual.

Se divide en los siguientes subtemas:

- 5.1. Privacidad y filtraciones
- 5.2. Desinformación y noticias falsas
- 5.3. Periodismo abierto y ciudadano
- 5.4. Periodismo lento en la era digital

6. Nuevas tendencias en el periodismo digital

El último capítulo de este manual aborda la implementación en periodismo de las tecnologías con un desarrollo más reciente. La inteligencia artificial y la robotización impulsan la automatización en el periodismo tanto a nivel productivo o editorial. El uso de grandes masas de datos, así como de dispositivos receptores de información contextual, abre nuevas posibilidades para el análisis y la presentación de información compleja. La cadena de bloques presenta posibilidades para la transparencia y la verificación de noticias, así como para la generación de modelos de negocio basados en micropagos. En conclusión, el periodismo digital es una disciplina que se adapta a las tecnologías emergentes, las cuales definen la construcción noticiosa y el consumo de contenido periodístico actual y de ámbito global.

Se divide en los siguientes subtemas:

- 6.1. Inteligencia artificial y automatización
- 6.2. Algoritmos y macrodatos en el internet de las cosas
- 6.3. Blockchain en el periodismo
- 6.4. Periodismo digital ante el futuro tecnológico constante

Este plan de contenidos se plasmará en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Practicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
- Operar con los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas Operar con las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).
- Seleccionar y ejecutar proyectos informativos o comunicativos.
- Organizar los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como utilizar técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos por medio de sistemas infográficos.



VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Laboratorio	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	15,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	23,00
Estudio y trabajo autónomo	20,00
Preparación de clases	30,00
Preparación de actividades de evaluación	2,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

La asignatura tiene un fuerte componente participativo. La metodología que se utiliza es de diverso tipo, que se puede resumir en las siguientes líneas:

1. Clase magistral participativa dirigida a la comprensión de los conocimientos teóricos.
2. Trabajo en el aula, que contiene discusiones, estudios de caso y seminarios.
3. Clases prácticas en el laboratorio mediante actividades estructuradas por la profesora que incluyen el análisis de contenidos periodísticos y el conocimiento de herramientas digitales.
4. Tutorías, tanto individuales como grupales, que en ningún caso suponen un sustituto a las clases teóricas o prácticas.

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universitat de València aprobada por el Consell de Govern del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017.

Primera convocatoria

El aprendizaje se lleva a cabo a través de la observación de la profesora del trabajo individual y en grupo del alumnado. En la primera convocatoria, la ponderación de cada parte se plantea como sigue:

- **Prácticas:** 40%. Realización de los diversos entregables propuestos especialmente en las clases prácticas. La asistencia y realización de al menos un 80% de estos es obligatoria para superar esa parte de la asignatura.
- **Trabajo final:** 20%. Elaboración de una pieza periodística que cumpla con las características de



la comunicación en Internet. Su entrega es obligatoria para aprobar la asignatura.

- **Examen:** 40%. Prueba escrita sobre los contenidos teóricos explicados en clase y los materiales complementarios sugeridos a lo largo del curso. La contribución reflexiva a los debates en clase en torno a la materia teórica durante las sesiones magistrales puede suponer hasta un punto más sobre la nota del examen.

Es necesario obtener al menos un 5 para aprobar la asignatura, siempre y cuando la nota global de todos los apartados sea como mínimo de un 5.

Segunda convocatoria

En la segunda convocatoria, es posible recuperar el examen, que constituye el 100% de la nota final. Es necesario obtener al menos un 5 en esta prueba aprobar la asignatura.

Honestidad académica

La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros). En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero y suponer la suspensión de la convocatoria, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.

También se considerarán faltas graves, y por tanto pueden suponer la suspensión inmediata de la convocatoria, copia o facilitar la copia de trabajos entre alumnado del grado; acceder irregularmente o apropiarse anticipadamente del contenido de una prueba o examen; facilitar o procurar la apropiación, alteración o destrucción posterior del contenido o de los resultados de una actividad evaluable y la suplantación de la persona en exámenes. Cuando se detectan las faltas graves señaladas en este punto, el o la docente deberá comunicarlo a la coordinación del Grado.

La presentación de trabajos y/o exámenes con faltas de ortografía u ortotipográficas y/o errores de sintaxis, coherencia o redacción será penalizado y puede llegar a suponer la suspensión de dicha prueba.

BIBLIOGRAFÍA

Referencia básica

Calvo, D., López-García, G., & Aguar Torres, J. (2015). *Periodismo digital: Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Ediciones Comunicación Social.

Referencias complementarias



- Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias: La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Manantial.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Castells, M. (Ed.). (2006). *La sociedad red: Una visión global*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Christakis, N., & Fowler, J. (2010). *Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo afectan a nuestras vidas*. Taurus.
- Díaz Noci, J. (2001). *La escritura digital*. Universidad del País Vasco.
- Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (Eds.). (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel.
- Duran, J., & Sánchez, L. (Eds.). (2008). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Publicacions i Edicions UB.
- Himanen, P. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Destino.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Paidós.
- Meso, K. (2006). *Introducción al ciberperiodismo: Breve acercamiento al estudio del periodismo*.
- Orihuela, J. L. (2011). *Mundo Twitter*. Alienta.
- Palomo Torres, M. B. (2004). *El periodista on-line: De la revolución a la evolución*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Pérez Tornero, J. M., & Tejedor, S. (Dirs.). (2014). *Escribir para la red: Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'*. Universitat Autònoma de Barcelona. http://www.amic.media/media/files/file_352_754.pdf
- Salaverría, R. (Coord.). (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Salaverría, R., & Negrodo, S. (2008). *Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Sol 90.
- VV. AA. (2016). *Reuters Institute Digital News Report 2016*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac>.



<uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>