



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 44897

Nombre: Seminario sobre nuevos periodismos

Ciclo: Máster Universitario Oficial

Créditos ECTS: 2

Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

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

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Seminarios	OPTATIVA

COORDINACIÓN

MARTINEZ GALLEGO FRANCISCO ANDRES

RESUMEN

Se trata de un Seminario especializado en temática monográfica vinculada con el eje de Nuevos Periodismos del Máster. Podrá variar en función del curso, puesto que se trata de un formato abierto, que puede traducirse tanto en Jornadas como en Talleres Teórico Prácticos. El módulo se relaciona con los ODS 4 y 5, dado que además del objetivo de la calidad educativa (informativa), se destaca también la utilización de lenguajes igualitarios e inclusivos tendentes a la igualdad de género. También se relaciona con el ODS 10, dado que el periodismo que se trabaja en este seminario busca la reducción de las brechas informativas de carácter social, relacionadas con el género, con el nivel de ingresos y el acceso a los medios, etc.

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



COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.

Capacidad para delimitar un marco conceptual de carácter transversal y pluridisciplinar con el objetivo de determinar las interconexiones entre sociedad, política y medios de comunicación.

Capacidad para detectar y analizar las cuestiones relacionadas con la comunicación que se manifiestan en forma de información, propaganda, acción comunicativa o publicidad, entre otras.

Capacidad para detectar y analizar las cuestiones relacionadas con la comunicación que surgen en diferentes modos de relación social y de actividad política.

Comprensión diferenciada de la comunicación informativa y de la comunicación persuasiva, tanto dentro de las organizaciones como en la relación entre éstas, la sociedad y sus comunidades políticas.

Conocimiento de la relación histórica y presente entre la opinión pública y los medios de comunicación social, en atención a contextos sociales y políticos diferentes, así como a la implantación de la sociedad del conocimiento y a la relevancia en ella de las TIC.

Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Respetar y promocionar los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades y la no discriminación por razones económicas o étnicas, por la opción sexual o por las creencias.

Respetar y promocionar los principios de igualdad entre hombres y mujeres, de accesibilidad universal de las personas con diversidad funcional, así como los valores democráticos, la cultura de la paz y de la sostenibilidad.

Ser capaz de realizar trabajos de orden teórico en el campo específico de la comunicación y el periodismo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Revisterismo, nuevos periodismos y nuevos modelos de negocio

1. Introducción
2. El impacto de la prensa digital en los formatos de papel
3. La revista desde 0
4. Los problemas con el modelo de financiación y distribución

2. Orientaciones para el trabajo en grupo

**VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)****ACTIVIDADES PRESENCIALES**

Actividad	Horas
Teoría	12,50
Total horas	12,50

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	29,50
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	8,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	37,50

METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología docente se basa en:

- a) Asistencia y participación activa en talleres y seminarios.
- b) Debates
- c) Estudios de caso

EVALUACIÓN

El sistema general de calificación se ajustará a la normativa de la Universidad de Valencia aprobada por el Consejo de Gobierno el 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017).

La evaluación se basará en:

- Participación activa en las sesiones: 20 %
- Elaboración del informe o trabajo del taller (en grupos): 80 %.



La recuperación se basará en la elaboración del informe o trabajo del taller (en grupos) y supondrá el 100 % de la nota.

Se requiere una asistencia del 80 % a las clases para poder ser evaluado en la participación en clase.

Se exigirá ortografía y gramática tanto en el examen como en los ejercicios prácticos. Cada error ortográfico, tipográfico o de expresión supondrá una reducción de la nota obtenida, lo que puede dar lugar a un suspenso.

La honestidad intelectual es fundamental en las comunidades académicas y para la evaluación justa del trabajo de los estudiantes. Todos los trabajos presentados para esta asignatura deben ser originales. No se aceptarán trabajos que impliquen colaboración fraudulenta, de conformidad con el «Procedimiento para la gestión de prácticas fraudulentas en la Universidad de Valencia», aprobado por el Consejo de Gobierno el 14 de julio de 2020. ACGUV 123/2020. El uso de herramientas de inteligencia artificial deberá cumplir con lo dispuesto en las «Directrices para el uso responsable de la inteligencia artificial (IA) en las actividades docentes y de evaluación de la Universidad de Valencia» o cualquier normativa que las sustituya.

BIBLIOGRAFÍA

- CASARES, Alfredo (2021): La hora del periodismo constructivo. Astrolabio Comunicación
- CEREZO, Pepe (2018): Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio. Barcelona. Ed. UOC.
- MARCONI, Francesco (2020): Newsmakers: artificial intelligence and the future of journalism. Columbia University Press.
- MAYORAL, Javeir (2018): Periodismo herido busca cicatriz. Plaza y Valdés S.L.
- NAFRIA, Ismael (2017) La reinención de The New York Times: cómo la dama gris del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era de los móviles. Knight Center for Journalism in the Americas.
- PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (2022): Ultrasaturados. Plaza y Valdés S.L.
- RUSBRIDGER, Alan (2018): Breaking news. The remaking of journalism and why it matters now. Canongate
- VIDAL CARRETERO, Antoni (2024): El último periodista. La inteligencia artificial toma el relevo. Marcombo.
- BOYD, D. M. y ELLISON, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated
- GARBISO BUESA, M. y BLANCO ALFONSO, I. (Coords.) (2019). Periodismo cultural. Ediciones CEF.
- MARTÍNEZ EZQUERRO, A. (2017). Entre el ejercicio literario y periodístico: aplicaciones retóricas en la prensa actual. Tonos Digital.,