



UNIVERSIDAD DISTRITAL  
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

## Syllabus

Código:

Versión:

### PROYECTO CURRICULAR: Comunicación Social y Periodismo

<b>NOMBRE DE LA ASIGNATURA:</b> Periodismo digital	<b>CRÉDITOS:</b>		<b>MODALIDAD:</b>	
	TD	2	Teórica	X
	TC		Práctica	
	TA		Teórico-práctica	
<b>CÓDIGO DE ASIGNATURA:</b>	<b>GRUPO:</b>		<b>FECHA DE INICIO:</b>	
<b>PROFESORES:</b>	<b>E:MAIL:</b>			

#### PRESENTACIÓN:

En la nueva era de la información digital se les presentan a los países y las comunidades en particular, grandes retos a los cuales debe enfrentarse el periodismo, tanto en el ámbito profesional, como en las semillas de lo que se llama el periodismo escolar.

Hoy nos enfrentamos a una sociedad donde lo que prima es el lenguaje audiovisual, que nos hace cuestionar el tipo de enseñanza que se imparte en los colegios, escuelas, universidades, que sigue basado en la palabra escrita.

Es este el punto de partida de la nueva conceptualización de un periodismo que se ajuste a las necesidades del mercado y de personas que desarrollen una alta capacidad creativa que les haga estar en contacto permanente con los cambios constantes de la sociedad y el mundo.

Si bien es cierto que apenas estamos en el inicio de la que ha sido llamada la revolución de la información, lo que se avecina es un cambio global en nuestras vidas, que se está dando de manera tan acelerada que no alcanzamos a percibirlo.

Es importante que como docentes empecemos a insistir a los alumnos en la necesidad de establecer y mantener una relación constante y amigable con la red para el desarrollo del periodismo, pues se constituirá en aliada para nuestro trabajo cotidiano, la ampliación de relaciones, y el acercamiento y participación de comunidades de intereses.

Así resulta prioritario que los profesionales de los medios y los estudiantes de colegios y universidades se familiaricen con las nuevas tecnologías y aprendan a moverse por la red.



UNIVERSIDAD DISTRITAL  
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

## Syllabus

Código:

Versión:

El estudiante además de escribir bien, resumir y estructurar una información, también tiene que dominar el lenguaje multimedia para crear productos con audio, imágenes y demás recursos que atraigan a los usuarios. Internet se ha convertido en un gigantesco quiosco de prensa y en una base de documentación para la investigación.

Pensamos que trabajando con los profesores, estamos abriendo camino para que este escenario funcione de mejor manera.

### OBJETIVO GENERAL:

Producir contenidos de calidad para plataformas digitales en los cuales esté presente la convergencia de medios.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Analizar las características de comunicación propias de la web.
- ✓ Establecer criterios de edición de contenidos *on line*.
- ✓ Obtener los conocimientos necesarios para producir contenidos para sitios web.

### COMPETENCIAS:

En este curso los estudiantes desarrollarán fundamentalmente la competencia expresiva.

### PLAN TEMÁTICO POR UNIDADES:

#### MÓDULO I

##### CONCEPTOS: CONTENIDO PARA LA WEB

Definición de contenido web. ¿Para qué sirve un sitio?

Tipos de sitios: origen y naturaleza.

##### CONTENIDOS DIFERENCIALES

¿Qué debe tener un sitio para que alguien lo visite?

¿Qué se pretende de un sitio?

#### MÓDULO II

##### MULTIMEDIAL

La red, laberinto, la navegación.

Fragmento, escritura fragmentaria, sentidos de narración, práctica de hipertextos.

La metáfora de la ventana, hipervínculo (interno y externo).



UNIVERSIDAD DISTRITAL  
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

## Syllabus

Código:

Versión:

### MÓDULO III

Estilos tipográficos básicos y su aplicación: uso de la negrita, bastardilla, subrayados, tipografía con y sin serif, color de letra y de fondo. Cuándo usar cada uno, cómo y por qué. Diferencias comparativas de uso con respecto a las ediciones en papel.

#### TITULADOS

¿La titulación en la web es igual que en el periódico de papel?

Estilos de titulados. Tratamiento de las imágenes.

Los enlaces hipertextuales: ¿cómo se hacen?, ¿en qué parte del texto se deben hacer?

¿Cómo hacer para que los enlaces externos no espanten a los navegantes?

#### LENGUAJE Y OPINIÓN

Ante la diversidad de público que puede ver un sitio, ¿cómo se recomienda escribir? regionalismos, tecnicismos. Glosarios. La opinión pública: organizar y tratar las encuestas y foros de discusión.

### MÓDULO IV

#### LENGUAJE AUDIOVISUAL

Los elementos multimedia son complementarios de la información que proporciona el sitio.

Organización de una producción con imágenes y sonidos.

Alianzas de contenidos para producciones multimedia.

#### ACCESORIOS Y EQUIPOS

Elementos dentro de la web necesarios: archivos de contenidos, relojes de la web, contadores de accesos, enviar, imprimir, equipos de conexión y producción audiovisual.

### MÓDULO V

#### INTERACCIÓN

Los periodistas digitales, análisis comparativo de medios.

Las relaciones virtuales: clases de relaciones, intensidad de las relaciones, propósitos.

Las vídeo-conferencias, los grupos de discusión.

#### LA MOVILIZACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LA RED

Campañas, redes internas y externas, participación de las comunidades, acceso y posicionamiento en comunidades de intereses.

#### ALIMENTACIÓN VIRTUAL Y PERFORMANCES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

ARMENTIA, José Ignacio; CAMINOS, José María, ELEXGARAY, Jon, Marín Flora, MERCHAN Iker. *El Diario Digital*: Editorial Bosch. Septiembre del 2000. Pág 95.

BRADSHOW, Paul (2008). *Online Journalism Blog*. Recuperado el 23 de Julio del 2009 de: <http://ojournalism.blogspot.com/>

Briggs, Mark. (2007). *Periodismo 2.0: una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Recuperado el 23 julio del 2009 de:



UNIVERSIDAD DISTRITAL  
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

## Syllabus

Código:

Versión:

<http://mediosdigitales.info/2007/12/15/descarga-gratis-el-libro-periodismo-20/>

CANGA LAREQUI, Jesús: Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. En Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Número 7. Universidad Complutense, pág. 35.

EDO BOLOS Concha. *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia*. Estudios sobre el mensaje periodístico. Número 7. 2001. Edita Universidad Complutense. Pag 91.

FLORES VIVAR, Jesús; MIGUEL ARRUTI, Alberto: *Ciberperiodismo*. Barcelona: Noriega Editores, 2001, pág. 168.

FRANCO, Guillermo (2008). *Cómo escribir para la web*. Austin, TX: Centro Knight para el Periodismo en las Américas. Recuperado el 23 de julio del 2009 de [http://knightcenter.utexas.edu/como\\_web.php](http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php)

GRIJELMO, Álex (2005). *El genio del idioma*. Editorial Taurus. México.

MARÍN, Carlos (2003). *Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo Mondadori, S.A. México.

MARTINEZ VEGA, José Antonio: *El periódico electrónico: un nuevo medio de comunicación para el tercer milenio*. Madrid: Departamento de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad Europea, 1998, pág. 20.

Nuevos Conceptos de Comunicación, 2º Ciclo de otoño de comunicación. Madrid: Ed. Universidad Complutense de Madrid, 1999, pág. 15.

PAVLICK, John (2005). *Periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Paidós Ediciones.

SALAVERRIA, Ramón. *Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental*. Estudios sobre el mensaje periodístico. Número 7. 2001. Edita Universidad Complutense Pag 393.

Ciberp@ís, 21 de octubre de 1999, pág. 12. [16] En: El Mundo, 3 de mayo de 1996, pág. C7.