

Periodismo
inmersivo y
proyectos 360°

**Máster en Periodismo
Digital y de Datos
2024-25**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Periodismo inmersivo y proyectos 360°

Titulación: Máster en Periodismo Digital y de Datos

Curso Académico: 2024/25

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial/A distancia

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Pavel Sidorenko Bautista

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
 - Que los 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.
 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
 - Dominar el lenguaje oral y escrito en la lengua española, como fortaleza necesaria de un comunicador profesional.
 - Dominar la compilación, discriminación y categorización de la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales tanto convencionales como digitales.
 - Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad especialmente en los procesos comunicativos que requieran un alto grado de competitividad y profesionalidad para su resolución.
 - Manejar de manera avanzada las nuevas tecnologías de la comunicación, de indispensable dominio en el periodismo web.
 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo de forma eficaz, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación digital.
 - Adquirir un compromiso ético en el trabajo dominando el ordenamiento jurídico de la información, aplicado especialmente a la práctica profesional del periodista web.
 - Idear, planificar y redactar piezas informativas y de entretenimiento para medios digitales mediante la hipertextualidad y sabiendo aplicar los procedimientos y métodos avanzados requeridos en el proceso de posicionamiento web en buscadores.
 - Comunicar la actualidad dominando el lenguaje propio de los medios de información y entretenimiento digitales.
 - Dominar los fundamentos del periodismo digital para definir el estilo periodístico, estructura, géneros, técnicas, fuentes y condiciones que mejor presenten la información de actualidad.
-

- Elaborar contenidos periodísticos adaptados a su consumo a través de todo tipo de soportes y plataformas convergentes que incluyen la utilización de tecnologías virtuales, ofreciendo al usuario una experiencia de inmersión en el relato periodístico.
- Elaborar contenidos periodísticos y/o audiovisuales innovadores y versátiles, capaces de adaptarse a los diferentes medios de comunicación y los distintos soportes digitales o aplicaciones interconectadas.
- Manejar profesionalmente los gestores de contenido de las páginas web para aportar inmediatez a los procesos informativos, combinando la creación de textos periodísticos con la producción de vídeos y audios en tiempo real.
- Realizar y producir entrevistas y reportajes informativos para medios digitales, respetando las características del entorno online.

1.2. Resultados de aprendizaje

Conocimiento del periodismo digital y de la redacción adaptada a web. Creación y producción de contenidos para diferentes soportes y aplicaciones adaptados a plataformas convergentes que incluyen la utilización de tecnologías virtuales.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Elaboración de contenidos periodísticos en diversos soportes adaptados a la tecnología virtual, que permitan al usuario una inmersión en la información ofrecida de forma que pueda desarrollar una experiencia más empática.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

Presentación de la asignatura.

Explicación de la Guía Docente.

1. Introducción al periodismo inmersivo

Contexto y paradigma digital actual

Breve repaso conceptual e histórico del periodismo inmersivo

Consideraciones teóricas en torno al periodismo inmersivo y las narrativas multimedia en 360º con capacidad inmersiva

2. El reportaje inmersivo a través de narrativas en 360º

Tecnología asociada para la visualización. Plataformas y formas de visualización

Tecnología asociada para la creación de contenidos

Hábitos de uso y consumo digital según audiencias

3. El reportaje inmersivo en 360º

Con sideraciones narrativas

Producción y edición

Promoción y transmedialidad

4. Buenas prácticas y prospectiva

Consideraciones técnicas

Consideraciones éticas
Consideraciones narrativas
El metaverso y la generación Alpha

2.4. Actividades Dirigidas

Modalidad presencial

Durante el curso se desarrollarán actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares.

Actividad Dirigida 1 (AD1): Actividad grupal. Análisis comparativo de reportajes inmersivos consolidados: elementos narrativos, características en pro de la inmersión, intencionalidad, características técnicas

Actividad Dirigida 2 (AD2): Actividad grupal. Propuesta de guion de un reportaje inmersivo: objetivo, público, tema y propuesta narrativa

Actividad Final: Actividad grupal. Diseño de un contenido documental en 360º con capacidad inmersiva (tema Sostenibilidad): propuesta escrita de documental inmersivo, storyboard, adaptación en estrategia de comunicación digital

NOTA válida para el curso 2024/2025: todas las actividades son de carácter grupal y deben ser entregadas mediante plataforma en línea de la asignatura

Modalidad a distancia

Durante el curso se desarrollarán actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares.

Actividad Dirigida 1 (AD1): Actividad grupal. Análisis comparativo de reportajes inmersivos consolidados: elementos narrativos, características en pro de la inmersión, intencionalidad, características técnicas

Actividad Dirigida 2 (AD2): Actividad grupal. Propuesta de guion de un reportaje inmersivo: objetivo, público, tema y propuesta narrativa

Actividad Final: Actividad grupal. Diseño de un contenido documental en 360º con capacidad inmersiva (tema Sostenibilidad): propuesta escrita de documental inmersivo, storyboard, adaptación en estrategia de comunicación digital

NOTA válida para el curso 2024/2025: todas las actividades son de carácter grupal y deben ser entregadas mediante plataforma en línea de la asignatura

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial

Clases de teoría y práctica: 27%. 27h. Presencialidad 100%

Trabajo personal del alumno: 50%. 50h. Presencialidad 0%

Tutorías: 10%. 10h. Presencialidad 50%.

Evaluación: 13%13h. Presencialidad 50%

Modalidad a distancia

Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40%. 40h. Presencialidad 1,3%
Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50%. 50h. Presencialidad 0%
Tutorías: 10%. 10h. Presencialidad 0%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	50%

Modalidad a distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y otras actividades tutorizadas	10%
Trabajos, pruebas y proyectos a desarrollar	30%
Prueba final presencial	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	0%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	50%

Modalidad a distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y otras actividades tutorizadas	0%
Trabajos, pruebas y proyectos a desarrollar	30%
Prueba final presencial	60%

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final presencial extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5.

3.3 Restricciones

Calificación mínima.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

Asistencia.

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria. Esta pauta se aplica solo en la modalidad presencial

Normas de escritura.

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Archer, D. y Finger, K. (2018). *Walking in another's virtual shoes: do 360-degree video news stories generate empathy in viewers?*. Comlumbia Journalism School

Baía R., A. y Ashmore, M. (2022). From video streaming to virtual reality worlds: An academic, reflective, and creative study on live theatre and performance in the metaverse. *International Journal of Performance Arts and Digital Media*, 18(1), 7-28

Barroso, P. (2019). Hyperreality and virtual worlds: when the virtual is real. *Sphera Publica*, 19(2), 36-58

Cantero, J. I, Calvo R., L. M. y Benedicto S., M. A. (2020). La tenue apuesta por los vídeos en 360° en las estrategias transmedia de las televisiones autonómicas españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 415-433

Casero R., A. (2010). Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia. *El Profesional de la Información*, 19(6), 595-601

Cheng, Y. (2022, 5 de febrero). Inside the metaverse, two journalists experience future in real time. *China Daily*. Recuperado de <http://epaper.chinadaily.com.cn/a/202202/05/WS61fdc15fa3109375516e98f9.html>

García C., S., Sidorenko B., P. y Herranz de la Casa, J. M. (2021). Contenidos 360., realidad virtual y periodismo inmersivo: una revisión actual de los medios de comunicación que utilizan estos formatos. *Revista Comunicando*, 1(10), 87-118

Gómez Q., A. (2019). *Manual urgente de periodismo en tiempos de redes sociales (en 333 tuits)*. Amazon

Kandourova, M., & Lee, S. H. M. (2019). The effects of virtual reality (VR) on charitable giving: The role of empathy, guilt, responsibility and social exclusion. *Journal of Business Research*, 100, 571-580

Sidorenko B., P. y Herranz, J. M. (2024). Realidad Extendida, Computación Espacial y Metaverso. Instrumentos de marketing o evidencias de un cambio de paradigma en la comunicación? *Infonomy*, 2(2)

Bibliografía recomendada

Benítez, M. J. y Herrera D., S. (2021). Buenas prácticas para guiar la atención del espectador en el reportaje inmersivo con vídeo en 360°. *Doxa Comunicación*, 32, 263-287

Benítez, M. J., Pérez S., S. y Herrera D., S. (2021). Ethics in 360-degree immersive journalism. En M. Luengo y S. Herrera (eds.) *News Media Innovation Reconsidered* (pp. 53-72). John Wiley & Sons, Inc.

Cantero, J. I., Sidorenko B., P. y Herranz, J. M. (2018). Realidad virtual, contenidos 360° y periodismo inmersivo en los medios latinoamericanos. Una revisión de su situación actual. *Contratexto*, 29, 79-103

Castronova, E. (2001). Virtual Worlds: a first-hand account of market and society on the cyberian frontier. *CESinfo Working Papers*, 618, 1-40

Caerols M., R., Sidorenko B., P. y Garrido P. P. (2020). Hacia un modelo de narrativa en periodismo inmersivo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 341-365

De la Peña, N., Weel, P., Llobera, J. Glannopoulos, E., Pomés, A., Spanñang, B. y Slater, M. (2010). Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence*, 19(4), 291-301

Domínguez, E. (2013). *Periodismo inmersivo. La influencia de la realidad virtual y del videojuego en los contenidos informativos*. Editorial UOC

Herranz de la Casa, J. M. y Sidorenko B., P. (2023). From the 360 Photo to the Metaverse: Conceptual and Technical Evolution of Virtual and Immersive Journalism from Spain. *Brazilian Journalism Research*, 19(2). e1562

Herranz de la Casa, J. M., Sidorenko B., P. y Cantero de Julián, J. I. (2019). Realidad virtual y periodismo inmersivo: nuevas formas de contar historias para los periodistas. En J. M. Ufarte (coord.) *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico* (pp. 125- 146) Comunicación Social

Jiménez I., L., Paíno A., A., Rodríguez F., MI, y Amaral, I. (2016). Periodismo inmersivo en dispositivos móviles: primer acercamiento a los proyectos Fukushima, vidas contaminadas (El País) y The Desplazados (The New York Times) desde la perspectiva de la usabilidad. En J. Canavilhas y C. Rodrigues (Eds.), *Jornalismo móvel: linguagem, géneros y modelos de negocios* (pp. 345-367). LabCom

Paíno A., A., y Rodríguez F., M. I. (2019). Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360°. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1132-1153.

Pavlik, J. (2019). *Journalism in the age of virtual reality*. Columbia University Press

Pérez S., S., y López G. X. (2018). Las dos caras del periodismo inmersivo: el desafío de la participación y los problemas éticos. In M. López P. (Ed.), *Nuevos escenarios de la comunicación. Retos y convergencias* (pp. 279-305). Centro de Publicaciones PUCE

Sidorenko B., P., Herranz de la Casa, J. M y Molina D., M. (2020). Evolución del periodismo inmersivo en España, desde su inicio hasta la pandemia por COVID-19. *Estudos em Comunicação*, 31, 69-94

Sidorenko B., P., Herranz de la Casa, J. M. y García C., S. (2020). Cómo construyen El Diario Conquense y El Deporte Conquense la narrativa en 360. para el desarrollo del periodismo local inmersivo?. En P. Jerónimo, J. C. Correia (coords.) *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo*. Covilha: LabCom (pp. 103-121) Editora LabCom UBI

Sidorenko B., P., Herranz de la Casa, J. M. y Cantero, J. I. (2020). Use of new narratives for COVID-19 reporting: from 360. videos to ephemeral TikTok videos in online media. *Trípodos*, 47(1), 105-122

Vásquez, J., y López, X. (2017). Immersive journalism through mobile devices: how virtual reality apps are changing news consumption. En Á. Rocha et al (Eds.), *Recent advances in information system and technologies* (pp. 3-12). Springer

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Pavel Sidorenko Bautista
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en Comunicación
Correo electrónico	psidoren@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid- San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Profesor e Investigador en la Facultad de Comunicación y Empresa, y Programa de Doctorado en Humanidades y Sociedad Digital de la Universidad Internacional de La Rioja. Acreditado Contratado Doctor por ANECA con sexenio de investigación reconocido por la CNEAI. Doctor por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha (sobresaliente, cum laude), Licenciado en Historia (Universidad Central de Venezuela) con Maestría en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas, Venezuela).</p> <p>Ha sido beneficiario de una beca predoctoral por la Fundación Carolina (2015-2017) y Erasmus+ (2022 y 2024) impartiendo docencia en la Universidad de Patras (Grecia) y Universidade Europeia de Lisboa (Portugal). Es miembro del consejo editorial de la Revista Comunicando (SOPCOM - Asociación Portuguesa de Ciencias de la Comunicación) y de la Revista Visual Review. Ha sido también colaborador de medios de comunicación españoles como Castilla-La Mancha Media (CMM) y El Deporte Conquense, en la producción de contenido multimedia inmersivo.</p> <p>Es el director del Observatorio Académico Internacional de Comunicación, Marketing y Branding en el metaverso - 'Brandingverse'</p> <p>Ha centrado su investigación en las narrativas emergentes y nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación digital. Actualmente suma más de 60 investigaciones publicadas en revistas científicas de alto impacto. Ha sido coordinador y autor en editoriales de trayectoria y prestigio nacionales e internacionales como Sindéresis, Fragua, McGraw Gill, UBI LabCom, Palgrave, Springer y Comunicación Social.</p> <p>En relación con la asignatura y a las competencias profesionales del área ha publicado:</p> <p>Sidorenko B., P. y Herranz, J. M. (2024). Realidad Extendida, Computación Espacial y Metaverso. Instrumentos de marketing o evidencias de un cambio de paradigma en la comunicación? <i>Infonomy</i>, 2(2), bit.ly/4cyjCVq</p> <p>Herranz de la Casa, J. M. y Sidorenko B., P. (2023). From the 360 Photo to the Metaverse: Conceptual and Technical Evolution of Virtual and Immersive Journalism from Spain. <i>Brazilian Journalism Research</i>, 19(2). e1562. https://bit.ly/3Px2eHb</p> <p>Sidorenko B., P., Herranz, J. M., Terol B., R. y Alonso L., N. (2022). <i>Narrativas emergentes para la comunicación digital</i>. Dykinson. https://bit.ly/3HDUDm6</p> <p>Sidorenko B., P., Cortés S., L. y Herranz de la Casa, J. M. (2022). Comunicación y periodismo en las ciudades: nuevos espacios para la innovación, la diplomacia y la sostenibilidad en la configuración urbana. <i>Miguel Hernández Communication Journal</i>, 13, 171-175. http://bit.ly/3gBAbYD</p> <p>Pérez S., S., Sidorenko B., P. y Benítez, M. J. (2022). VR and 360-degree video storytelling in political communication: threats and opportunities. En B. Garcia. <i>Digital Political Communication Strategies</i> (119-136). Palgrave Macmillan. https://bit.ly/3uFhU14</p>
---	---

García C., S., Sidorenko B., P. y Herranz de la Casa, J. M. (2021). Contenidos 360., realidad virtual y periodismo inmersivo: una revisión actual de los medios de comunicación que utilizan estos formatos. *Revista Comunicando*, 1(10), 87-118. <https://bit.ly/3irc2R4>

Sidorenko B., P., Herranz de la Casa, J. M y Molina D., M. (2020). Evolución del periodismo inmersivo en España, desde su inicio hasta la pandemia por COVID-19. *Estudos em Comunicação*, 31, 69-94. <https://bit.ly/3mFUFw2>

Sidorenko B., P., Herranz de la Casa, J. M. y García C., S. (2020). . Cómo construyen El Diario Conquense y El Deporte Conquense la narrativa en 360. para el desarrollo del periodismo local inmersivo?. En: P. Jerónimo, J. C. Correia (coords.) *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo*. Covilha: LabCom (pp. 103-121) Editora LabCom UBI. <https://bit.ly/2L8IMDe>

Sidorenko B., P., Herranz de la Casa, J. M. y Cantero, J. I. (2020). Use of new narratives for COVID-19 reporting: from 360. videos to ephemeral TikTok videos in online media. *Trípodos*, 47(1), 105-122 <http://bit.ly/32RSuOc>

Caerols M., R., Sidorenko B., P. y Garrido, P. (2020). Hacia un modelo de narrativa en periodismo inmersivo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 341-365. <https://bit.ly/395tXbw>

Sidorenko B., P., Herranz de la Casa, J. M. y Cantero de Juli.n, J. I. (2020). Los contenidos multimedia en 360. como herramientas en las campañas de concienciación de las instituciones públicas. *Sphera Publica*, 20(1), 95-118. <https://bit.ly/32Uy33i>

Herranz de la Casa, J. M., Sidorenko B., P. y Cantero de Juli.n, J. I. (2019). Realidad virtual y periodismo inmersivo: nuevas formas de contar historias para los periodistas. En J. M. Ufarte (coord.) *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico* (pp. 125- 146) Comunicación Social. <https://bit.ly/3nmHiBr>

Herranz de la Casa, J. M., Caerols M., R. y Sidorenko B., P. (2019). La realidad virtual y el vídeo 360o en la comunicación empresarial e institucional. *Revista de Comunicación*, 18(2), 177-199. <https://bit.ly/3aAimUm>

Sidorenko B., P. (2019). *Nuevas Tecnologías y Globalización*. Elearning. <https://bit.ly/3hRW0PC>

Cantero, J. I., Sidorenko B., P y Herranz de la Casa, J. M. (2018). Realidad virtual, contenidos 360. Y periodismo inmersivo en los medios latinoamericanos. Una revisión de su situación actual. *Revista Contratexto*, 29, 79-104. <https://bit.ly/3hQazmR>

Sidorenko B., P., Cantero, J. I. y Herranz de la Casa, J. M. (2018). Periodismo y realidad virtual: la tecnología al servicio de la información deportiva. En: J. L. González y J. A. García-Avilés (coords.) *Mediamorfosis. Radiografía de la innovación en el periodismo* (pp. 137-150) Sociedad Española de Periodística. <https://bit.ly/38oa40d>

Sidorenko B., P.; Cantero, J. I. y Herranz de la Casa, J. M. (2017). La realidad virtual y el formato multimedia 360. como mecanismo de enriquecimiento de los contenidos periodísticos. En S. J. Sierra

	<p>(coord.) <i>Nuevas tecnologías audiovisuales para nuevas narrativas interactivas digitales en la era multidispositivo</i> (pp. 99-108) McGraw Hill Education – Universidad Camilo José Cela. https://bit.ly/2Xj7LVR</p>
--	---