

Periodismo
Transmedia

**Máster Universitario
en Periodismo Digital
y de Datos
2022-23**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Periodismo transmedia

Titulación: Máster en Periodismo Digital y de Datos

Curso Académico: 2022/2023

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: **Presencial/ A distancia/Semipresencial**

Créditos: 4

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Enrique Vaquerizo Domínguez

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

digitales, 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 a 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

Creación y producción de contenidos para diferentes soportes digitales y aplicaciones interconectadas. Adaptación de la información audiovisual a la Red bajo principios como la inmediatez y la originalidad que despertarán el uso de cámaras compactas, la utilización de programas de retoque gráfico, la combinación de materiales textuales con audios y vídeos o el manejo rápido de gestores de contenido.

2.3. Contenido detallado

Modalidades presencial y a distancia

1. Entorno para el periodista transmedia: análisis en clase del ecosistema mediático actual marcado por la evolución de las TIC. La aparición de nuevas plataformas y modelos de negocio para los medios de comunicación. Reflexionaremos sobre la incorporación masiva de los ciudadanos como productores de contenidos informativos, las implicaciones que ofrece la tendencia “un hombre, un medio” y las posibilidades de diferenciación para los periodistas en la época de la economía de la atención. Debatiremos sobre el periodismo transmedia como respuesta a este contexto, expondremos las oportunidades profesionales asociadas a esta modalidad y analizaremos las últimas tendencias del periodismo transmedia a través de ejemplos concretos.

2. Definición y precedentes del transmedia: Introducción al periodismo transmedia a través de las definiciones aportadas por autores fundamentales como Henry Jenkins, Carlos Scolari, Eduardo Prádanos, Kevin Moloney o Robert Pratten entre otros. Repasaremos los antecedentes del transmedia a través de ejemplos tanto de ficción como de no ficción: desde las primeras producciones cinematográficas transmedia de los 80 y 90, a las franquicias como Star Wars o Disney o proyectos cinematográficos como la Bruja de Blair, repasaremos los vínculos transmedia de fenómenos de la cultura popular, como los Beatles, Harry Potter, Lost o los Simpsons. Analizaremos los principios básicos del transmedia de H. Jenkins y su adaptación al ámbito periodístico realizada por Kevin Moloney.

3. Estableceremos las diferencias con otros modelos de distribución y producción periodística como el transmedia o el crossmedia a través de ejemplos concretos y discutiremos a través de un caso práctico como podemos identificar y optimizar esos principios transmedia en un proyecto periodístico.

4. Articulación de un proyecto transmedia: Explicaremos como estructurar un proyecto periodístico transmedia y comenzaremos a trabajar con las temáticas elegidas por los alumnos para su trabajo final, analizaremos la construcción de la historia a través de personajes, datos, escenas, enfoques, construcción de sentido y uso del storytelling. Sus posibilidades de translación al transmedia a través de base principal y su expansión en fragmentos, la creación de una capacidad negativa y las pistas de migración para la participación de los usuarios, el análisis de las audiencias, la elección y realización del formulario multiplataforma, así como el desarrollo de modelo de negocio.
5. Periodismo transmedia y géneros complejos. Elaboración de reportajes: Periodismo móvil, Web 2.0 y Redes Sociales. Realizaremos un repaso a diferentes géneros y formatos y cómo éstos han ido incorporando elementos transmedia partiendo de sus definiciones más clásicas, desde el periodismo narrativo, el periodismo de soluciones, el de datos o el especializado. En cada tipología analizaremos diversos ejemplos. Poniendo especial énfasis a las técnicas, lenguajes, usos discursivos y elementos narrativos más frecuentes en el periodismo transmedia, así como a la utilización de los diferentes canales en la estrategia de difusión. Realizaremos ejercicios prácticos de identificación, análisis y expansión en fragmentos transmedia en formatos como el reportaje y la crónica.
6. La importancia de las plataformas en el periodismo transmedia: Analizaremos con ejercicios prácticos y tutoriales la redacción de textos adaptados al ámbito digital, la producción y edición de fotos y la grabación de videos, tanto con móvil como con cámara DSLR, la utilización del sonido, herramientas de diseño para la elaboración de infografías, el ensamblaje del reportaje en la web, el uso del boletín y las posibilidades de las redes sociales, tanto en la difusión de contenidos como en su uso como formatos principales. Realizaremos ejercicios prácticos sobre la aplicación de las redes sociales al transmedia expandiendo posibles fragmentos del trabajo final de los alumnos a través de hilos de Twitter o historias en Instagram.
7. Transmedia y nuevos formatos: análisis de la aplicación a proyectos periodísticos de formatos como el cómic o la ilustración. Análisis de las últimas tendencias del documental interactivo y de la gamificación como forma de implicar a los usuarios desde las aplicaciones móviles o los videojuegos. Repaso de las posibilidades para lograr la interactividad de las audiencias en los proyectos transmedia: desde el fanfiction a los eventos offline a la inclusión de la geolocalización y la realidad virtual como tendencia próxima. Realizaremos un ejercicio práctico de gamificación periodística aplicado al proyecto final de los alumnos.
8. El documental transmedia: Repaso de la historia del documental transmedia, desde el multimedia a la actualidad. Análisis de estrategias creativas y elementos narrativos como el relato poliédrico o el transmedia storytelling. de contenidos. Analizaremos ejemplos concretos. Dedicaremos la segunda parte de la clase a la corrección de la segunda actividad y a la presentación del estado del proyecto final de los alumnos y a analizar sus posibilidades de mejora antes de su entrega final.

2.3 Actividades Dirigidas

Modalidad presencial

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares.

Actividad Dirigida 1 (AD1): identificación y análisis crítico de la estrategia transmedia aplicada al periodismo. Partiendo de las definiciones aportadas en clase, las características vistas y la lectura de alguno de los libros propuestos en la bibliografía analizaremos en clase un reportaje periodístico tradicional. Cada alumno identificará sus aspectos transmedia y analizará posibilidades no exploradas basándonos en los principios estudiados hasta el momento. Cada

alumnopresentará de forma individual las conclusiones de su trabajo, las cuáles serán debatidas entre toda la clase.

Actividad Dirigida 2 (AD2): presentación de un proyecto transmedia. Cada alumno preparará un proyecto transmedia que deberá presentar tanto en soporte físico, interactivo (website, ficheros en pendrive o similar) como en exposición oral. Este proyecto debe, obligatoriamente, incluir una definición del tema a tratar, una reflexión acerca de la elección de ese tema, de la audiencia a la que se dirige y cómo ambos asuntos condicionan los soportes elegidos, las pautas de publicación y los géneros periodísticos a utilizar. Tras ello, expondrán cada uno de los soportes elegidos centrándose en dos aspectos: por qué se ha seleccionado dicho soporte y cómo vamos a utilizarlo para dar consistencia a nuestra propuesta. También será obligatorio incluir una estrategia de publicación y promoción (Redes Sociales, especialmente), determinandolos puntos de acceso a la información, los caminos que puede seguir nuestro usuario, etc así como un resumen de la estrategia de negocio para hacer el proyecto sostenible. Se valorará asimismo la capacidad de feedback y/o de altavoz que se dé a la audiencia. Finalmente, y de modo opcional, se pueden presentar bocetos de las piezas informativas en sí.

Prueba final: prueba práctica final en la que los alumnos deberán entregar las piezas que han sido planificadas previamente: textos periodísticos, fotografías, infografías, grabación de clips o storyboards para piezas de vídeo, así como ejemplos concretos de su desarrollo, inserción multiplataforma y promoción (ejemplos de post en redes sociales, desarrollo de escaletas de contenidos y creativities en pdf en las que se especifique visualmente el canal o soporte en el que la pieza va a ser insertada y distribuida.

Modalidad a distancia

Actividad Dirigida 1 (AD1): análisis en clase de un reportaje periodístico y explicación de cómo expandiríamos su contenido a una estrategia multiplataforma transmedia. Identificación del texto base y desarrollo de las posibilidades de expansión en fragmentos atendiendo a su potencial periodístico. Elaboración del formulario multiplataforma y del calendario de publicación a través de un análisis razonado.

Actividad Dirigida 2 (AD2): elección de un tema de actualidad sobre el que realizarías un reportaje transmedia, justifica el porqué de esa elección y elabora una biblia transmedia para su publicación que incluya:

- Resumen del proyecto que incluya, tema, personajes, escenarios, conflicto y sentido.
- Elaboración del flujograma circular rizomático con texto base y elección de fragmentos en diferentes plataformas. Inclusión de pistas de migración y capacidad negativa que defina el viaje del usuario.
- Elaboración de un formulario multiplataforma en el que se enumeren los soportes elegidos para la publicación del proyecto y se explique su elección de forma razonada.
- Desarrollo y calendarización de la estrategia de publicación.
- Explicación de la estrategia de involucración de las audiencias en el proyecto.
- Explicación de la estrategia de negocio.

Actividad Dirigida 3 (AD3): Basándonos en el proyecto de periodismo transmedia esbozado anteriormente presentar el texto base y al menos tres fragmentos elegidos ya sea a través de texto, audios, infografías, grabaciones de vídeo, publicaciones en redes sociales o de un storyboard en el que se esboce una estrategia de gamificación.

2.4. 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%

Modalidad semipresencial

Esta asignatura se desarrolla presencialmente, por lo que sus actividades formativas seguirán el modelo presentado en la 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%

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%

Modalidad semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y otras actividades tutorizadas	10%
Trabajos, pruebas y proyectos a desarrollar	40%
Prueba final presencial	50%

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%

Modalidad semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y otras actividades tutorizadas	0%
Trabajos, pruebas y proyectos a desarrollar	40%
Prueba final presencial	50%

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. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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

Bernardo, N. (2011). *The producer's guide to transmedia*. Londres: Be Active Books.

Campalans, C.E., Renó, D., Ruiz, S.L. y Gosciola, V. (eds.) (2013). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Barcelona: UOC.

Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia*. Madrid: Fragua.

Irigaray, F. y Lovato, A. (eds.) (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Jarvis, J. (2016). *El Fin de los Medios de Comunicación de Masas*. Madrid: Gestión 2000.

Jenkins, H. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.

Bibliografía recomendada

Bernardo, N. (2011). *The producer's guide to transmedia*. Londres: Be Active Books.

Campanlans, C. y Renó, D. (2012). *Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario

Clarke, M.J. (2013). *Transmedia televisión. New trends in network serial production*. Nueva York: Bloomsbury.

Domínguez, E. (2012). *Periodismo transmedia, ¿nuevo o renovado?*. *Come In*, 13. <https://doi.org/10.7238/issn.2014-2226>.

Francés, M., Gavaldà, J., Llorca, G. y Peris, À. (2013). *El documental en el entorno digital*. Barcelona: UOC.

Franco, M. (2014). *Zeega, una aplicación para narrar historias multimedia en periodismo.*

Disponible en: <http://martafranco.es/zeega-una-aplicacion-para-narrar-historiasmultimedia/>

Franco, M. (2013). *Las narrativas transmedia en el periodismo*. Disponible en: <http://martafranco.es/las-narrativas-transmedia-en-el-periodismo>.

García, G. (2014). *Narraciones Transmedia de No Ficción: El caso de Kony 2012* (Tesis Doctoral). Universidad de Alcalá, Madrid.

García-Ortega, A. y García-Avilés J.A. (2018). Los newsgames como estrategia narrativa en el periodismo transmedia: propuesta de un modelo de análisis. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 327-346. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.19>

Gifreu, A. y Moreno, V. (2014). Estrategias y modelos de financiación del documental interactivo y transmedia. *Fonseca, Journal of Communication*, 9, 41-63. ISSN: 2172-9077. Disponible en: <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12241/12591>

Ibrus, I. y Scolari, C. A. (eds) (2012). *Crossmedia innovations. Text, markets, institutions*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Jenkins, H. (2015). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Madrid. Paidós.

Jenkins, H., Ford S. y Green J. (2013). *Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture*. Nueva York: New York University Press.

Jenkins, H. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Madrid: Ediciones Paidós.

Liuzzi, A. (2014). *El Documental Transmedia: Géneros híbridos, códigos narrativos*. *Obra Digital*, 8, Disponible en: <https://medium.com/transmedia-historitelling/el-documental-transmedia-g%C3%A9neros-h%C3%ADbridos-c%C3%B3digos-narrativos-y-experiencias-de-consumo-8b00dde2039f>

Martínez, M. Á. (2012). La estrategia 360 grados como futuro posible para la creación de contenidos. El caso de Jelly Jamm. *Revista Comunicación*, 10(1), 176-186. Disponible en: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/014.La_estrategia_360_grados_como_futuro_posible_para_la_creacion_de_contenidos.El_caso_de_Jelly_Jamm.pdf

Paíno, A. y Rodríguez, M. (2016): Renovarse o morir. Los 'docugames', una nueva estrategia transmedia que reinventa las formas de transmitir la realidad. *Icono 14*, 14(1), 155-180. <https://www.doi.org/10.7195/ri14.v14i1.908>

Peñafiel, C. (2015). La comunicación transmedia en el campo del periodismo. Supervivencia en el ecosistema digital. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 100, 84-87. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero100/supervivencia-en-el-ecosistema-digital/>

Prádanos, E. (2012). *Cómo Escribir una Biblia Transmedia*. Disponible en: <http://umh2135.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/166/2013/02/como-escribir-biblia-transmedia-eduardo-pradanos-ANOTADA.pdf>

Pratten, R. (2015). *Getting started with transmedia storytelling: A practical guide for beginners*. CreateSpace Independent Publishing Platform. Disponible en: <https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/book-2-robert-pratten.pdf>

Rost, A., Bernardi, M.T y Bergero, F (2016) (Comp.) *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. General Roca: Publifadecs. <https://doi.org/10.26441/RC16.2-2017-R3>.

Sánchez-Mesa, D, (2019) *Narrativas transmediales: La metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales*. Madrid: Gedisa.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativa transmedia. Donde todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Scolari, C.A (2021). *Cultura Snack*. Barcelona: La Marca.

Vilches, L. (Coord.) (2013). *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa

Otros recursos

Webs de referencia

- Confessions of an Aca-fan by Henry Jenkins, <http://henryjenkins.org/>
- Getting Started in Transmedia Storytelling <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>
- Noticias Transmedia, <http://noticiatransmedia.com/>
- Fundación Gabo <https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/5-consejos-de-olga-lucia-lozano-para-hacer-periodismo-en-la-era-transmedia>
- TStoryteller blog, <http://www.tstoryteller.com/blog>
- Lab RTVE <https://www.rtve.es/lab/>
- Hipermediaciones, <http://hipermediaciones.com/>
- El blog de Eduardo Prádanos, <http://eduardopradanos.com/>
- Pensando en Transmedia, <https://pensandoentransmedia.wordpress.com/>
- Blog de Henry Jenkins “Confesions o fan Aca Fan”, <http://henryjenkins.org/>
- Innovación Audiovisual, <http://innovacionaudiovisual.com/>
- Pulsiones (Gonzalo Martín), <http://gonzalomartin.tv/pulsiones/>
- Documentales transmedia: <http://www.ecuaderno.com/2013/01/08/documentales-transmedia/>
- Transmedia Coalition, <http://transmediacoalition.com/>
- Transmedia Camp 101, <http://transmediacamp101.com/>

Webs como ejemplo

- <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-cree>
- <https://www.theguardian.com/world/interactive/2012/nov/06/america-elect-graphic-novel>
- <https://www.theguardian.com/world/interactive/2013/nov/01/snowden-nsa-files-surveillance-revelations-decoded#section/1>
- <https://www.nytimes.com/interactive/2016/12/07/world/asia/rodrigo-duterte-philippines-drugs-killings.html>
- <https://elpais.com/especiales/2014/europa-frontera-sur/el-relato.html>
- <http://projects.propublica.org/louisiana/>
- <https://www.altairmagazine.com/360/los-desiertos-de-sonora/>
- <http://www.zeit.de/feature/german-unification-a-nation-divided>
- <https://www.elpais.com.co/especiales/el-mapa-de-la-muerte/>
- <https://www.nytimes.com/interactive/2019/08/14/magazine/1619-america-slavery.html>
- <https://indestructiblesafrica.org/>
- <https://elpais.com/especiales/2017/28-dias-el-tabu-de-la-regla/>
- <http://www.tampabay.com/projects/2015/investigations/pinellas-failure-factories/>
- <https://graffica.info/tienda/la-grieta/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Enrique Vaquerizo Domínguez
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en CC. de la Información
Correo electrónico	evaquerizo@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por correo electrónico.
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor cum laude en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Licenciado en Periodismo e Historia por la Universidad de Sevilla.</p> <p>Ha desarrollado la mayor parte de su trayectoria profesional como especialista en comunicación digital y corporativa, desempeñando cargos relacionados con diversos ámbitos de la Comunicación: Institucional (Embajada de España en Bolivia), Empresarial (BBVA) y Social (Fundación Botín, Diaconía España, África Directo, Fundación CEDDET y Banco Mundial), entidades estas últimas, para las que ha desarrollado la estratégica y ejecución de diversas campañas de sensibilización con proyectos 360º y transmedia.</p> <p>Ha compaginado esta labor con el ámbito de la creación publicitaria (MPC Content) y el periodismo multiplataforma especializado en temáticas culturales, sociales y turísticas, habiendo publicado decenas de reportajes y crónicas de diverso formato para medios como El País, El Mundo, El Confidencial, National Geographic, Yorokobu, Altair Magazine, FronteraD o La Aventura de la Historia entre otros, así como varios libros relacionados con la temática de periodismo de viajes.</p> <p>Desarrolla su actividad investigadora desde hace años centrada en ecología de los medios, migración, TIC, nuevas narrativas y cultura.</p> <p><u>Publicaciones relacionadas con la asignatura</u></p> <p>2022. Artículos “No tan transmedia: canales y cultura participativa en las audiencias de Skam España”. Publicado por Revista de la SEECI C3 en Dialnet. ISSN-e: 1576-3420</p> <p>2022. Capítulo “El uso de estrategias transmedia en el reportaje y la crónica de largo formato” incluido dentro del libro “Nuevas tendencias en la comunicación y en la investigación: Su reflejo profesional y académico” dentro de la colección ‘Herramientas universitarias’ de la Editorial GEDISA con ISBN 978-84-18914-54-6.</p> <p>2022. Capítulo “Narradores transmedia: tendencias y usos de la literatura en “las redes de la imagen”” incluido en “¿Comunicar es informar?», dentro de la colección Estudios Aranzadi , de la editorial Thomson Reuters-Aranzadi con ISBN 978-84-1124-257-8.</p> <p>2021. Capítulo “Narradores transmedia: Tendencias y posibilidades de la literatura en redes imagéticas como Instagram” perteneciente en el libro Biblioteca de la Comunicación de la editorial Thomson Ruters con ISBN aún por asignar.</p> <p>2020. Capítulo “Ficción Transmedia y series juveniles” El caso de Skam en España” perteneciente en el libro Biblioteca de la Comunicación de la editorial Fragua con ISBN aún por asignar.</p>