

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/325567625>

Nuevos retos para el periodista. Innovación, creación y emprendimiento.

Book · June 2018

CITATION

1

READS

410

1 author:



[Hada M. Sánchez Gonzales](#)

Universidad de Sevilla

29 PUBLICATIONS 99 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Nuevos retos para el periodista [View project](#)



branding journalism [View project](#)

NUEVOS RETOS PARA EL PERIODISTA

Innovación, creación y emprendimiento

COMITÉ CIENTÍFICO DE LA EDITORIAL TIRANT HUMANIDADES

MANUEL ASENSI PÉREZ

*Catedrático de Teoría de la Literatura y de la Literatura Comparada
Universitat de València*

RAMÓN COTARELO

*Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Ciencias Políticas y
Sociología de la Universidad Nacional de Educación a Distancia*

M^a TERESA ECHENIQUE ELIZONDO

*Catedrática de Lengua Española
Universitat de València*

JUAN MANUEL FERNÁNDEZ SORIA

*Catedrático de Teoría e Historia de la Educación
Universitat de València*

PABLO OÑATE RUBALCABA

*Catedrático de Ciencia Política y de la Administración
Universitat de València*

JOAN ROMERO

*Catedrático de Geografía Humana
Universitat de València*

JUAN JOSÉ TAMAYO

*Director de la Cátedra de Teología y Ciencias de las Religiones
Universidad Carlos III de Madrid*

Procedimiento de selección de originales, ver página web:

www.tirant.net/index.php/editorial/procedimiento-de-seleccion-de-originales

NUEVOS RETOS PARA EL PERIODISTA

Innovación, creación y emprendimiento

HADA M. SÁNCHEZ GONZALES
(Ed.)

tirant humanidades

Valencia, 2016

Copyright ® 2016

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de los autores y del editor.

En caso de erratas y actualizaciones, la Editorial Tirant Humanidades publicará la pertinente corrección en la página web www.tirant.com.

© Hada M. Sánchez Gonzales y otros

© TIRANT HUMANIDADES
EDITA: TIRANT HUMANIDADES
C/ Artes Gráficas, 14 - 46010 - Valencia
TELF.S.: 96/361 00 48 - 50
FAX: 96/369 41 51
Email: tlb@tirant.com
www.tirant.com
Librería virtual: www.tirant.es
DEPÓSITO LEGAL: V-1401-2016
ISBN: 978-84-16556-15-1
IMPRIME Y MAQUETA: Tink Factoría de Color

Si tiene alguna queja o sugerencia, envíenos un mail a: atencioncliente@tirant.com. En caso de no ser atendida su sugerencia, por favor, lea en www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa nuestro Procedimiento de quejas.

Índice

Introducción

¿NUEVOS MEDIOS, NUEVAS NARRATIVAS? EL PERIODISTA Y LA CONECTIVIDAD EMOCIONAL CON LA AUDIENCIA 11

New media, new narrative? The journalist and the emotional connectivity with the audience

Hada M. Sánchez Gonzales

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 16

ENTRE LA INCERTIDUMBRE Y LA EXPERIMENTACIÓN: NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DEL PERIODISMO EN EL ENTORNO DIGITAL

Between uncertainty and experimentation: new business models of journalism in the digital environment

Andreu Casero-Ripollés

1. INTRODUCCIÓN: ¿UN PERIODISMO QUE SE DESVANECE?..... 18

2. EL REINADO DE LA INCERTIDUMBRE: EL AGOTAMIENTO DEL MODELO DE NEGOCIO TRADICIONAL DEL PERIODISMO 20

2.1. La venta del producto 21

2.2. Los ingresos publicitarios 26

2.3. Los resultados económicos de las empresas periodísticas 29

3. LA EMERGENCIA DE LA EXPERIMENTACIÓN: A LA BÚSQUEDA DE NUEVAS FÓRMULAS Y MODELOS DE NEGOCIO EN EL CONTEXTO DIGITAL ... 31

3.1. La irrupción del periodismo emprendedor..... 31

3.2. El auge de la innovación en el periodismo 34

4. CONCLUSIONES: LA EXPERIMENTACIÓN CONSTANTE O EL DESIERTO DE LAS NOTICIAS 38

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 40

LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD DIGITAL DEL PERIODISTA

The importance of the journalist's digital identity

Marga Cabrera Méndez, Nuria Lloret Romero y Rebeca Díez Somavilla

1. INTRODUCCIÓN 44

2. CONSTRUIR UNA IDENTIDAD DIGITAL QUE NOS DIFERENCIE EN LA RED 47

2.1. Qué dice de ti internet..... 48

2.2. La imagen personal 49

2.3. De quien te rodeas te define	52
2.4. Los contenidos que identifican la marca personal.....	53
2.5. Curación de contenidos.....	55
2.6. Redes que posicionan	57
2.7. Herramientas que ayudan.....	57
2.8. Trabajo de <i>networking</i>	59
3. CONCLUSIONES	60
REREFERENCIAS BILIOGRÁFICAS	61

REGULARIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA Y PERFILES PROFESIONALES: MEDIOS SOCIALES Y CONECTIVIDAD 2.0 CON LA AUDIENCIA

Regularization of journalism and professional profiles: social media and connectivity 2.0 with the audience

Hada M. Sánchez Gonzales

1. INTRODUCCIÓN	64
2. REGULARIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA.....	66
2.1. Casos sobre el uso de las redes sociales por parte de los periodistas	68
2.1.1. EL CASO DE NATIONAL GEOGRAPHIC Y EL PERIODISTA MILANEZ	68
2.1.2. EL CASO DE <i>CNN</i> Y LA PERIODISTA <i>NASR</i>	70
2.1.3. EL CASO DEL GRUPO FOLHA Y LOS PERIODISTAS DUARTE Y ROCHA.....	71
2.1.4. EL CASO DE <i>REUTERS</i> Y LA PERIODISTA ZABARENKO	73
2.2. Guías elaboradas por las empresas informativas: El caso de <i>TVE</i> y <i>BBC</i>	74
3. PERFILES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES	78
3.1. Responsable o gestor de comunidad.....	80
3.1.1. ERRORES DE LOS <i>COMMUNITY MANAGER</i>	81
3.1.1.1. EL CASO DE <i>RTVE</i>	81
3.1.1.2. EL CASO DE LA <i>CADENA COPE</i>	82
3.2. <i>Editor de social media</i>	83
3.3. Director de redes sociales	85
3.4. Periodista móvil	87
3.5. <i>Data delivery editor</i>	90
3.6. Periodista emprendedor	92
4. CONCLUSIONES	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	95

OPORTUNIDADES CON LAS NUEVAS NARRATIVAS TRANSMEDIA EN EL PERIODISMO

Opportunities with new transmedia storytelling in journalism

Denis Renó

1. INTRODUCCIÓN	100
2. DEFINICIONES FUNDAMENTALES.....	102
2.1. Hipermedia	102
2.2. ¿Crossmedia o transmedia?	104
3. EL PERIODISMO DENTRO DEL ESCENARIO TRANSMEDIÁTICO.....	108
4. INNOVACIONES EN LA NUEVA ECOLOGÍA PERIODÍSTICA	112
5. CONCLUSIONES	120
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121

PROCESOS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN EL PERIODISMO RADIOFÓNICO Y AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: CASOS DE ÉXITO

Innovation and entrepreneurship processes in radio and audiovisual journalism in Spain: successful case studies

José A. García Avilés

1. INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA EN LA SOCIEDAD RED	124
2. LA TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR AUDIOVISUAL Y RADIOFÓNICO EN INTERNET	127
3. ANÁLISIS DE CASOS	129
3.1. Carne Cruda, la “república independiente de la radio”	130
3.2. El Extrarradio, “periodismo radiofónico cocinado a fuego lento”	133
3.3. El Lab de RTVE, “embajadores de la innovación audiovisual”	137
3.4. 93 metros, una mirada distinta sobre historias que importan...	139
4. CONCLUSIONES: ALGUNAS CLAVES DEL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN AUDIOVISUAL	143
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	145

EL FUTURO DEL PERIODISMO ESTÁ EN EL ECOSISTEMA MÓVIL

The future of journalism is in the mobile ecosystem

João Canavilhas, Ivan Satuf y Alciane Baccin

1. INTRODUCCIÓN ¿CRISIS U OPORTUNIDAD?	150
2. DEL MASIVO A LA “MASA DE NICHOS”	151
3. PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE NOTICIAS SOBRE LA MARCHA.....	155
3.1. MoJo: del “periodismo de mochila” al “periodismo de bolsillo”.	155

3.2. Los rostros de la audiencia en los dispositivos móviles.....	159
4. EL POTENCIAL DE LOS DISPOSITIVOS Y DE LOS REQUISITOS DE CONTE- NIDO MÓVIL.....	162
5. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO	167
6. NOTAS FINALES	170
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	171