



Tema 12

El fenómeno *Crowd*

Tendremos un primer acercamiento teórico al fenómeno *Crowd*, definiendo y aprendiendo qué puede aportar al periodismo y a la comunicación.

Veremos como hemos pasado de una sociedad de creación individual a una multitud que aporta diversidad, y puede generar innovaciones antes imposibles, así como fenómenos comunitarios que añaden valor al conjunto.

Definir y entender el *Crowdsourcing* será uno de los objetivos centrales. Cómo se puede clasificar y, por lo tanto, en qué facetas de nuestro entorno cotidiano puede aportar más valor: en el ámbito de la innovación, la participación, la creatividad, la información, etc.

La tecnología permite que estas multitudes inteligentes generen más y mejores formas de acceder al conocimiento.

Es por ello, que analizaremos algunos de los cambios que introducen estas Smart Mobs. Un concepto creado y difundido por el profesor Howard Rheingold en sus diferentes libros y artículos. Uno de los autores destacados en los que nos detendremos en este tema, junto con otros de especial interés.

Sin duda, es importante observar el fenómeno *Crowd* y centrarlo mediante ejemplos concretos, que nos harán llegar, de una manera más gráfica, a la esencia de este movimiento tan extendido en la actualidad.

Evidentemente, a nivel periodístico profundizaremos más en el *Crowdfunding* y en el *CrowdMapping*, por las grandes posibilidades que brindan para los periodistas y los medios.

Objetivos del tema:

- Conocer el fenómeno *Crowd* en general.
- Analizar las vertientes de este fenómeno que más tienen que ver con la comunicación y el periodismo en particular.
- Profundizar en aquellos casos de estudio que más gráficamente nos muestran cómo generar medios más libres y participativos desde la utilización de herramientas de colaboración y creación colectiva.