

TITULACIÓN: GRADO EN PERIODISMO

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA**

Curso: SEGUNDO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Obligatoria

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

2. DESCRIPTORES

La asignatura de Producción Periodística explica los procesos que se aplican en los medios de comunicación para la realización de tareas en las diferentes plataformas periodísticas. Partiendo de los conocimientos teóricos e información básica sobre el funcionamiento de los medios actuales, los estudiantes adquirirán las competencias y se familiarizará con procedimientos y estrategias necesarias para la elaboración de un periódico impreso, un medio digital, un espacio radiofónico o un programa informativo de televisión.

3. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

OBJETIVOS:

La asignatura tiene como objetivo el conocimiento de las rutinas de producción de los medios informativos en el escenario digital, con especial atención a los medios sociales. Es una asignatura mezcla inexorablemente la teoría y la práctica, ya que el alumno comprende las dificultades y los factores que favorecen el éxito de un medio cuando lo crea él mismo.

Desde el punto de vista periodístico, consiste en el conocimiento de los procesos de creación y elaboración de contenidos con fines informativos mediante el empleo de las tecnologías escritas, audiovisuales y multimedia disponibles. Esta propuesta se centra en la especificidad de los medios digitales, porque es un campo de creciente influencia y de empleabilidad. En un segundo ámbito, la materia ofrece la posibilidad de conocer las tecnologías y las herramientas de producción que crean el producto informativo que llega a los públicos. Mediante la puesta en práctica de un medio propio, el alumno selecciona y jerarquiza la información, genera criterios de publicación y valora la explotación publicitaria y comercial, de modo que obtiene una visión global de la producción.

Los objetivos generales de la asignatura son:

Familiarizarse con los sistemas y rutinas de trabajo de los medios informativos, sus mecanismos de toma de decisiones y sus controles de calidad, así como con las tecnologías que lo hacen posible.

Comprender la vinculación entre el trabajo periodístico y los condicionamientos socioculturales, tecnológicos y externos (políticos, administrativos, legales, económicos y empresariales), en el que se desarrolla.

El objetivo concreto es aprender a elaborar el plan de producción de un medio creado por el propio alumno.

COMPETENCIAS

Competencias Generales:

B2.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos al trabajo o vocación propia de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

B5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades básicas de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G01.- Saber aplicar los conocimientos básicos de cada módulo o asignatura a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del mundo de la comunicación y el periodismo.

G05.- Saber utilizar herramientas de búsqueda de recursos documentales y bibliográficos.

G06.- Poseer habilidades y aptitudes que favorezcan el espíritu emprendedor en el ámbito de aplicación y desarrollo de su formación académica.

Competencias Específicas:

E06.- Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y comunicación.

E08.- Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.

E09.- Capacidad de reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.

E12.- Capacidad para entender los mensajes de la información periodística y de los procesos de construcción de la agenda.

E31.- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.

E32.- Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).

E33.- Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.

E35.- Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos.

E38.- Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.

E39.- Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria.

E41.- Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.

E45.- Capacidad y habilidad para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones o ficciones, mediante el diseño gráfico y digital, la documentación informativa y la infografía.

E46.- Capacidad y habilidad para jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) según las normas del diseño periodístico.

E47.- Capacidad y habilidad para diseñar nuevos modelos estratégicos de comunicación visual y su implementación en los medios de comunicación impresos y digitales.

E48.- Capacidad para aplicar la ética y deontología profesional en el tratamiento visual de la información periodística, en concreto a través del uso de la imagen fotográfica, la ilustración, la infografía, el vídeo, el sonido, y la publicidad, así como para documentar, comprobar y completar la información.

E50.- Capacidad y habilidad para integrarse en empresas externas.

4. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

Tema 1. Producción e información.

1.1. La producción periodística. Definiciones y conceptos.

1.2. La materia prima: información y opinión.

1.3. La agenda temática y la realidad inventada.

1.4. El gatekeeper.

1.5. El newsmaking y los valores y criterios para informar: lo noticiable y los valores-noticia.

Tema 2. La empresa periodística.

2.1. La industria de la comunicación.

2.2. La empresa periodística.

2.3. Marcos de la empresa periodística: legislativo, tecnológico y financiero.

2.4. El producto informativo.

- 2.5. El mercado de la información.
- 2.6. Consumidores y prosumidores de información.
- 2.7. Convergencias y sinergias empresariales.

Tema 3. Organización de la redacción.

- 3.1. Áreas de la empresa informativa: técnica, administrativa, comercial y de creación.
- 3.2. La redacción.
- 3.3. Tipos de redacción: redacción divergente y redacción convergente.
- 3.4. Actores y funciones de la redacción en prensa, radio, televisión e internet.
- 3.5. Actores próximos a la redacción.
- 3.6. La propiedad del producto periodístico.

Tema 4. El procesamiento informativo.

- 4.1. Configuración de la empresa informativa.
- 4.2. Límites de espacio y tiempo. La gestión del tiempo. Cronograma. Periodismo lento (Slow Journalism).
- 4.3. Secciones y áreas de interés informativo.
- 4.4. Cobertura informativa sistemática.
- 4.5. Rutinas del procesamiento informativo.
- 4.6. Las fuentes de información. Tipología y registro.
- 4.7. Fuentes de información profesionales. Agencias de noticias. Gabinetes de comunicación. Empresas de comunicación. Servicios comerciales de información.
- 4.8. Control de calidad y normalización. El libro de estilo.

Tema 5. Producción informativa en publicaciones impresas.

- 5.1. Productos impresos.
- 5.2. Clasificación de productos impresos (diarios, revistas, publicaciones profesionales o técnicas, publicaciones eventuales, prensa gratuita y prensa sin publicidad, boletines y confidenciales).
- 5.3. Rutinas de producción de un periódico. La orden de publicidad. El planillo. El cierre.
- 5.4. Recursos humanos.
- 5.5. Marco legal y procedimientos administrativos.
- 5.6. Marco tecnológico en la producción, impresión y distribución.
- 5.7. Marco financiero. Publicidad. Suscripciones. Ingresos y gastos.

Tema 6. Producción informativa en radio.

- 6.1. La radio.
- 6.2. Formatos radiofónicos (noticieros, magacín, tertulia, debate, programas en cadena).
- 6.3. Rutinas de producción de un programa radiofónico. Guion minutado y escaleta. Autocontrol.
- 6.4. Recursos humanos.
- 6.5. Marco legal y procedimientos administrativos.
- 6.6. Marco tecnológico. La FM y la AM. La DAB.
- 6.7. Marco financiero. Publicidad. Ingresos y gastos.

Tema 7. Producción informativa en televisión.

- 7.1. La televisión.
- 7.2. Productos informativos en televisión (noticieros, informativos no diarios, informativos especiales, hecho desplazado).
- 7.3. Rutinas de producción de un informativo de televisión: preproducción, producción, edición, postproducción, realización y emisión. La escaleta.
- 7.4. Recursos humanos.
- 7.5. Marco legal y procedimientos administrativos.
- 7.6. Marco tecnológico (TDT, redacción digital). Consumo de varias pantallas. Audiencia hiperconectada. Distribución de contenidos multiplataforma.
- 7.7. Marco financiero. Publicidad. Ingresos y gastos.

Tema 8. Producción informativa en medios digitales.

- 8.1. El soporte internet. La convergencia mediática.
- 8.2. Periodismo digital y multimedia.
- 8.3. Publicaciones digitales. Medios nativos y migración digital.
- 8.4. Radio online en directo y a la carta.
- 8.5. Televisión en red: televisión online, IPTV y Web TV. En directo y a la carta.
- 8.6. Cobertura y rutinas de producción en medios digitales.

- 8.7. Recursos humanos.
- 8.8. Marco legal y procedimientos administrativos.
- 8.9. Marco tecnológico. Recursos técnicos para crear publicaciones y programas de radio y televisión en la red.
- 8.10. Marco financiero. Publicidad. Otros modelos de negocio: suscripciones y pago por contenidos. Otras fórmulas de financiación. Ingresos y gastos.

Tema 9. Nuevas tendencias de producción informativa en el contexto digital.

- 9.1. La comunicación líquida. Los customer media.
- 9.2. Nuevas estrategias de negocio: el periodismo de marca y el clickbait.
- 9.3. Herramientas para la producción de noticias. El periodismo de datos. Periodismo H-Tech.
- 9.4. La rutina de los verificadores de información (fact-checking).
- 9.5. Distribuidores de contenidos: agregadores de noticias y redes sociales.

Tema 10. Medición de la audiencia y control de la difusión.

- 10.1. Tirada, difusión, distribución y audiencia.
- 10.2. Organismos de control del producto periodístico en prensa, radio, televisión e internet. AIMC. EGM. Navegantes en la red. OJD.
- 10.3. Conceptos de audimetría. El control de la audiencia en televisión (Kantar).
- 10.4. Medición de audiencia en internet. Google Analytics, ComScore, GfK DAM.
- 10.5. Control de tráfico de audiencia. SEO, SEM, posicionamiento en redes sociales.

Práctico: Trabajo en grupo para la elaboración y presentación de un plan de producción de un producto informativo digital.

5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

6. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs, foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.