



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE: PERIODISMO		
CODIGO DE LA CARRERA 081	PLAN DE LA CARRERA 10R	CODIGO ASIGNATURA 1404/10R
AÑO 2º	CUATRIMESTRE 1º	VIGENCIA 2010
CARRERA: LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 119/02		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 761/00-56/01-534/01-861/04-691/09

OBJETIVOS

Reconocer los procesos que transforman el hecho en noticia, sus características y elementos.

Conocer los géneros periodísticos, sus características y particularidades.

Conocer los procesos de creación de un medio gráfico y sus características.

Incorporar las herramientas de la escritura periodística, tanto informativa como de opinión.

Desarrollar una escritura propia, fundamentada y comprensible.

Afianzar la búsqueda, recolección, interpretación y análisis de la información que será noticia.

CONTENIDOS MINIMOS

Introducción. El periodismo como servicio y profesión. Mitos del periodismo moderno: omnisciencia y objetividad. Estilo y especialización. El proceso de la información periodística. Fases que lo constituyen: del hecho al acontecimiento, fuentes y canales. Evolución histórica de las agencias de información. La prensa escrita como base de la labor periodística. Evolución histórica del periódico. Características actuales: diseño y contenido. Elementos que integran el esquema de presentación de la información gráfica. Periodismo informativo. Modelos. La noticia y sus componentes básicos. Tipos de noticia. Periodismo interpretativo. Periodismo de opinión. Análisis y producción. El establecimiento de la agenda de información. Los valores noticia. Localización de tendencias e intereses sectoriales. Organización y clasificación de las funciones periodísticas. Organización de la empresa periodística. Distribución de las tareas. Secciones. Suplementos. El factor publicitario. Publicidad encubierta. Subpropaganda. Periodismo de investigación. El caso "Watergate" como modelo ejemplar. El periodismo de actualidad frente al periodismo "de imaginación". Estructura del relato de investigación. Adaptación a la política editorial de los medios. Los temas como procesos históricos. El interés social. Los límites de la creatividad. Semblanza del investigador. "Teoría conspirativa". Libertad de prensa e impunidad.

PROGRAMA ANALITICO

Unidad 1

Introducción: contenidos y fundamentos de la materia. Razones de su inclusión en el plan de carrera. Breve referencia a los aspectos de la Teoría de la Comunicación atinentes a las Relaciones Públicas. Funciones de los medios de comunicación. Distintos tipos de medios: gráficos, audiovisuales y digitales. Teoría del periodismo. Profesionalidad periodística. Noticia y noticiabilidad. “Agenda setting”, “newskeeping”, “framing”. Los medios como público de las empresas, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones estatales, instituciones diversas, grupos religiosos, PyMes, etc. “Publicity” o “free press”. Periodismo de marca.

Unidad 2

El debate por la objetividad periodística. Estilo y especialización. Periodismo tradicional y digital. El circuito de la información periodística. Proceso de producción, circulación y reconocimiento. Los valores noticiosos. Del hecho al acontecimiento, fuentes y canales. Agencias de información. Contrato de lectura. Teoría de la enunciación.

Unidad 3

Géneros periodísticos. Periodismo informativo. Las 5 W y las principales técnicas de redacción. La noticia y sus componentes básicos. La crónica y su clasificación. Las entrevistas: características particulares. Notas. El asalto, conferencia y rueda de prensa. “On the record” y “off the record”.

Unidad 4

Periodismo interpretativo y de opinión. Columnas, editoriales, artículos, y otros. Elaboración de productos periodísticos. Periodismo de Investigación. El periodismo ciudadano. La importancia de la imagen, fotoperiodismo, contenido visual. La interacción entre los políticos, los periodistas y los ciudadanos.

Unidad 5

Formas de relacionamiento con los medios. Presentación y visitas. Cómo hacer llegar la información a los medios: gacetillas o comunicados, carpetas de prensa, etc. Elementos que pueden componer un programa con los medios de comunicación. Cómo transformar información en noticia. Evaluación y medición de resultados de la acción de prensa. Perfil, rol y preparación de voceros. “Media training” y “coaching”.

Unidad 6

Los multimedios en la Argentina y en el mundo. Agencias de noticias nacionales e internacionales. El mapa de medios. El “lobbying” y el periodismo. Nuevos desafíos de la prensa digital. El fotoperiodismo.

Unidad 7

Libertad de prensa y derecho a la información. Real malicia y derecho a réplica. La censura y limitaciones a la prensa. Ley 26.522. Técnicas de desinformación. Las ideologías del periodismo. Análisis de la política editorial de los medios. Libros de estilo. Principios éticos del periodismo.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- ALONSO PIÑEIRO, Armando y otros. Enciclopedia de periodismo. Florida: Valleta Ediciones, 2006.
- ALVAREZ TEIJEIRO, Carlos. *“Fundamentos teóricos del public journalism”*. Buenos Aires: Ed. La Crujía.
- AMADO SUÁREZ, Adriana. *“Prensa y comunicación. Personas y empresas frente a los medios”*. Buenos Aires: Ed. Macchi, 2003.
- ANDERSON, C.W. Et all. *“Periodismo Postindustrial. Adaptación al presente”*. Editado por eCícero® para la Asociación de Periodistas de Aragón y el Congreso de Periodismo Digital con motivo de la decimocuarta edición celebrada en Huesca, España, los días 14 y 15 de marzo de 2013. Está licenciado bajo Creative Commons Reconocimiento - Compartirlgual (by-sa) 3.0.

- FERNANDEZ PEDEMONTE, Damián. **“Diarios y empresas: relatos de conflictos”**. Buenos Aires: Ed. La Crujía.
 - LORETI, Damián (1995). **“El derecho a la información”**. Buenos Aires: Editorial Paidós.
 - MURARO, Heriberto. **“Políticos, periodistas y ciudadanos. De la videopolítica al periodismo de investigación”**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1997.
 - NAVEIRA, Liliana; ZOTTA, Fabrizio; URBINA, Maximiliano. **“Lenguaje y estudios culturales”**. Mar del Plata: Ed. Martín 2009.
 - PALENCIA- LEFLER, Manuel. **“90 Técnicas de Relaciones Públicas. Manual de comunicación corporativa”**. Barcelona: Bresca Editorial, 2008.
 - RODRIGO ALSINA, Miguel (1989). **“La construcción de la noticia”**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
 - VERÓN, Eliseo. **“Fragmentos de un Tejido”**. Buenos Aires: Ed. Gedisa 2004.
 - "En pocas palabras". Ricardo Palmieri. La Crujía.
 - "El poder de la conversación". Manuel Mora y Araujo. La Crujía.
 - "La explosión del periodismo". Ignacio Ramonet. Capital Intelectual.
- Cuadernillo de artículos seleccionados por la cátedra.
 - Material de clase y presentaciones en power point de la cátedra-
 - Artículos seleccionados.

METODOLOGÍA

Clases teórico-prácticas con actividades individuales y grupales.

EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

Cumplimiento del 75% de asistencia a clase.

Aprobación de evaluaciones parciales

EVALUACIÓN FINAL: REGIMEN DE APROBACIÓN DE LA MATERIA

Examen final oral y/o escrito, individual.