

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	33359
Nombre	Agencias de Información
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1308 - Grado Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1308 - Grado Periodismo	9 - Organización y Producción Informativas	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
GIL IRUN, JUAN ALFONSO	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

La asignatura *Agencias de información* se encuadra en el módulo de materias obligatorias, dentro del bloque de *Organización y producción informativa* y pretende que el alumno domine, desde el punto de vista de las agencias de noticias, los siguientes aspectos:

- 1.- El lenguaje que se debe (con especial hincapié en el que no se debe) utilizar en estas informaciones.
- 2.- La estructura de las informaciones de agencia y sus peculiaridades respecto a otras noticias, crónicas, reportajes y entrevistas ofrecidas en otros medios de comunicación escritos y audiovisuales.
- 3.- La dinámica del trabajo cotidiano en una agencia de información.
- 4.- La evolución histórica de las informaciones de agencia.



5.- El panorama actual mundial de las agencias de noticias.

Lo fundamental es adquirir destrezas y técnicas aplicables al trabajo cotidiano en una agencia, por lo que se pondrán ejemplos y se explicarán situaciones periodísticas concretas alusivas a la materia.

Junto a las prácticas establecidas, se realizarán ejercicios imprevistos. Por ello, no se trata de una asignatura dirigida a su resolución académica con un examen final, sino que busca el aprendizaje a través de la continuidad. De entre las competencias del módulo en el que se incluye la asignatura, destaca la capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para que sea difundida, servida o tratada a través de una empresa periodística de estas características. En la asignatura, además de la información escrita, se estudiarán también los servicios de fotografía, radio, televisión y productos multimedia que ofrecen las diferentes agencias.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

3.1. Relación con otras asignaturas de la misma titulación

La asignatura debe estar interrelacionada con la de Géneros periodísticos, pues aquí se puntualizan conocimientos generales que allí se ofrecen.

3.2. Otros tipos de requisitos

- 1.- Correcto uso del idioma a nivel escrito.
- 2.- Conocimiento de los mecanismos para acceder a la información de agencia a través de soportes digitales.
- 3.- Conocimiento de las pautas generales de la redacción periodística aplicada a cualquier medio.
- 4.- Seguimiento y co

COMPETENCIAS

1308 - Grado Periodismo

- Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información con la finalidad de ser difundida, servida o tratada a través de una agencia de prensa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al final del curso, el alumno debe saber redactar una noticia de agencia con los criterios de este tipo de informaciones tanto a nivel formal como periodístico, así como redactar pies de fotografías, evitar las principales incorrecciones gramaticales y periodísticas propias del lenguaje de las informaciones.

También debe saber adaptar las informaciones al castellano de otros países, conocer la evolución histórica de las agencias de información y las peculiaridades más importantes que ofrecen las principales agencias del Mundo, así como disponer de conocimientos generales de geografía aplicados a la información.



DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

0. Introducción: ¿Qué es una agencia de noticias?

1. El idioma como instrumento de las informaciones de agencia: el caso del castellano. Precisiones sobre su uso.

- 1.1. Introducción
- 1.2.- Diferencias geográficas: la adaptación al castellano de otros países.
- 1.3.- Gerundios.
- 1.4.- Mayúsculas.
- 1.5.- Estilo directo y estilo indirecto.
- 1.6.- Otros conceptos: plurales, lenguaje sexista, conceptos prescindibles, dobles acepciones, eufemismos...
- 1.7.- Tratamientos, cifras, monedas, medidas, topónimos

2. El origen de las agencias de prensa: del telégrafo a los servicios a la carta.

- 2.1.- El siglo XIX: creación, estructura de trabajo y relación entre agencias.
- 2.2.- El modelo del siglo XX hasta la Segunda Guerra Mundial.
- 2.3.- La II Guerra Mundial y la postguerra
- 2.4. El final del siglo XX.
- 2.5.- Conclusiones.
- 2.6.- Diferentes teletipos de diferentes agencias

3. La estructura de la información en las agencias de noticias.

- 4.1.- Introducción
- 4.2.- Los elementos imprescindibles en una información.
- 4.3.- La estructura de la noticia.
- 4.4.- Las partes de un teletipo o despacho de agencia: guías y dataciones; el titular; el primer párrafo o lead; el segundo párrafo y la extensión.
- 4.5.- Las fuentes informativas.
- 4.6.- Las otras informaciones de agencia: crónica, entrevista, reportaje, perfil, previa, informe, análisis ... etc.
- 4.7.- La edición.
- 4.8.- La rapidez como clave de las informaciones de agencia.
- 4.9.- La información gráfica: imagen y texto

**4. El trabajo cotidiano en una agencia.**

- 4.1. El perfil del periodista de agencia.
- 4.2. Redacción central, delegaciones, corresponsales y enviados especiales
- 4.3. Las horas del día, los días de la semana y las épocas del año.
- 4.4.- La clasificación de las noticias: flash, boletín, urgente, avance, seguirá ampliación, ampliación, actualización, previsión, resumen, documentación.
- 4.5.- Informaciones previstas e imprevistas. Las diferencias en su tratamiento.
- 4.6.- Noticias de carril, exclusivas, propias, declaraciones ...
- 4.7.- La infraestructura técnica y el equilibrio en el hilo.
- 4.8.- El periodismo digital y la oferta multimedia.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula informática	40,00	100
Clases de teoría	20,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	5,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	5,00	0
Estudio y trabajo autónomo	25,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	20,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	20,00	0
Resolución de cuestionarios on-line	5,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Asignatura perteneciente al Plan anterior del Grado de Periodismo, por lo que no tiene docencia.

EVALUACIÓN

Examen Final

REFERENCIAS



Básicas

- ALEZA IZQUIERDO, Milagros (coord.) Normas y usos correctos en el español actual. Tirant humanidades. 2011
- CAMINOS MARCET, José María y ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio: Principios básicos de la noticia escrita. Universidad del País Vasco. 1997
- FONTCUBERTA, Mar de: La noticia. Pistas para percibir el mundo. Paidós. Papeles de Comunicación. 2000.
- GRIJELMO, Alex: La seducción de las palabras. Editorial Taurus. 2000
- Defensa apasionada del idioma español. Punto de lectura. 2001
- La gramática descomplicada. Taurus. 2006
- LÁZARO CARRETER, Fernando: El dardo en la palabra. DeBolsillo. 2003.
- El nuevo dardo en la palabra. Punto de lectura. 2004
- LÓPEZ, Manuel: Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y comunicación. Paidós Papeles de Comunicación. 2004.
- MIRANDA PODADERA, Luis: Gramática española. Curso elemental. Editorial Hernando. 1986
- PASTOR, Bárbara: Las perversiones de la lengua. Planeta2MIL1. 2001
- SÁNCHEZ RUPÉREZ, Germán y Agencia EFE: El idioma español en las agencias de prensa. Fundación Germán Sánchez Rupérez. Madrid. 1980
- VILCHES VIVANCOS, Fernando: El menosprecio de la lengua. El español en la prensa. Dykinson. 2004
- VARIOS:
 - * Manual del Español Urgente. Agencia EFE. Editorial Cátedra. Madrid. 2005.
 - * Manual de estilo. Agencia EFE. 1980.
 - * Normas básicas para los servicios informativos. Agencia EFE 1988.
 - * Vademécum del español urgente I. Fundación EFE. 1992
 - * Vademécum del español urgente II. Fundación EFE. 1996
 - * Ortografía de la Lengua Española. Real Academia Española. Editorial Espasa. Madrid. 1999
 - * Sitios oficiales en internet de las diferentes empresas dedicadas a difundir noticias con el formato de las agencias para poder recabar información de sus contenidos y dinámicas de trabajo.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno