

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

|                      |                                                                     |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Codi</b>          | 33361                                                               |
| <b>Nom</b>           | Organització i producció de periòdics i disseny gràfic i infografia |
| <b>Cicle</b>         | Grau                                                                |
| <b>Crèdits ECTS</b>  | 6.0                                                                 |
| <b>Curs acadèmic</b> | 2021 - 2022                                                         |

**Titulació/titulacions**

| <b>Titulació</b>       | <b>Centre</b>                                  | <b>Curs</b> | <b>Període</b>     |
|------------------------|------------------------------------------------|-------------|--------------------|
| 1308 - Grau Periodisme | Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació | 3           | Segon quadrimestre |

**Matèries**

| <b>Titulació</b>       | <b>Matèria</b>                            | <b>Caràcter</b> |
|------------------------|-------------------------------------------|-----------------|
| 1308 - Grau Periodisme | 9 - Organització i Producció Informatives | Obligatòria     |

**RESUM**

L'objectiu d'aquesta assignatura és formar als alumnes en el coneixement del funcionament intern d'un periòdic, ja siga en paper o digital, des de tots els punts de vista. Es tracta de veure com es treballa des del primer moment: l'organització i els condicionaments que imposa la seua producció. De veure com evoluciona analitzant l'estructura del mitjà, les seues rutines laborals i les noves maneres de treballar. I de parar esment al resultat final veient com es maqueten i confeccionen els periòdics, d'acord a uns criteris estètics, d'edició i de llegibilitat, parant esment a les possibilitats d'utilitzar recursos infogràfics quant a la presentació de dades o a altres maneres d'informar visuals i gràfiques.

**CONEIXEMENTS PREVIS****Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.



### **Altres tipus de requisits**

No requereix coneixements específics, més enllà d'haver cursat les assignatures prèvies de gèneres. És recomanable tenir aprovades aquestes i les assignatures de Tecnologies de la comunicació I, Agències d'informació i Periodisme digital.

## **COMPETÈNCIES**

### **1308 - Grau Periodisme**

- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.
- Que els estudiants posseïsquen habilitat per a l'organització i temporalització de les tasques, realitzant-les de manera ordenada adoptant amb lògica les decisions prioritàries en els diferents processos de l'activitat periodística.
- Capacitat i habilitat per al disseny dels aspectes formals i estètics en mitjans escrits, gràfics, audiovisuals i digitals, així com de l'ús de tècniques informàtiques per a la representació i transmissió de fets i dades per mitjà de sistemes infogràfics.

## **RESULTATS DE L'APRENTATGE**

- Coneixement del funcionament i dels elements interns d'un periòdic des del moment de la seua ideació fins al de la seua impressió i distribució.
- Idear, planificar i executar projectes periodístics.
- Assimilar destreses en el disseny, maquetació i altres tècniques de construcció exterior de la informació pública.
- Capacitat i habilitat per a comunicar en el llenguatge propi de cadascun dels mitjans de comunicació tradicionals, en les seues modernes formes combinades o nous suports digitals, mitjançant la hipertextualitat.

## **DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS**

### **1. El periòdic és un producte informatiu**

La tipologia del producte segons estructura, periodicitat i contingut. Producte cultural i ideològic, mercaderia i instrument amb capacitat d'influència i de generació de benefici econòmic. La línia editorial, la independència empresarial i concentració de la propietat. Les relacions premsa-Estat. El marc econòmic (formes societàries i model de negoci), marc jurídic (dret constitucional, col·lisió de drets i tipus de societats) i marc productiu de la premsa (estructura jeràrquica i per departaments).



## **2. De l'empresa periodística convencional a la digital**

Orígen i evolució històrica de l'empresa de premsa. La crisi de la doble venda: exemplar i publicitat. La publicitat en la història de l'empresa informativa. Causes, conseqüències i reptes de la decadència del paper i la recerca d'un nou model de negoci: opcions de pagament (del paywall als models mixtes). Evolució de la transformació digital (del copy paste al digital first). Els nous formats: hipertextualitat, interactivitat, multimedialitat.

## **3. Emprenedoria i autoocupació**

Característiques del procés d'emprenedoria. Valors (personals i socials) i habilitats. La preparació, incubació, il·luminació i verificació en l'impuls de projectes periodístics. Els set graons cap a l'èxit: investigació de mercat, anàlisi de la competència, desenvolupament de l'estructura i contingut del projecte, involucrar audiències, ingressos i despeses, gestió del projecte i avaluació. El micromecenatge.

## **4. La informació diària. Rutines productives**

Les rutines i fases de producció d'un diari: recollida, selecció i jerarquització i escriptura, edició i presentació de notícies. La redacció 24 hores. L'escenari de la convergència digital: implicacions tecnològiques, empresarials, de continguts i professionals. El periodista polivalent. Els nous perfils professionals. Periodisme de qualitat en el nou entorn digital.

## **5. Producció d'un reportatge de gran format (I). Temàtiques i àrees**

Pautes d'investigació i anàlisi d'antecedents, causes i conseqüències per a enmarcar i contextualitzar i fer una radiografia de l'actualitat segons la tipologia del reportatge. Dimensionar el fenomen més enllà de la casuística concreta. Etapes en la laboració d'un reportatge de gran format.

## **6. Producció d'un reportatge de gran format (II). Fonts d'informació i documentació**

Les fonts d'informació, matèria primera i test de qualitat del reportatge. La relació del periodista amb les fonts. Diferents tipologies de les fonts personals i documentals. Les fonts oficials i institucionals callades: els registres públics. La citació de les fonts i els interessos que les mouen.

## **7. Producció d'un reportatge de gran format (III). Estructura i característiques narratives**

El reportatge descriptiu, de precisió, d'investigació i interpretatiu. El model de estructura en W. La diversitat estilística i compositiva a partir d'un mapa conceptual. L'arrencament i el final i la tensió narrativa.



## **8. Distribució i promoció. Desenvolupament en altres formats**

Després del tancament: la impressió i la distribució. Logística, costos i estratègies comercials. El cas valencià. La crisi del quiosc. La subscripció. Les noves vies i dispositius d'accés a les notícies al món digital. La premsa gratuïta: origen i evolució. El cas espanyol i el cas valencià. Causes i conseqüències de l'eclosió i desaparició de capçaleres. La tirada i la difusió: sistemes de mesura de vendes i evolució d'audiències en paper i en digital (usuaris únic, visites i planes visitades).

## **9. Tipografia, text i llegibilitat. El color.**

Normes en la utilització de les tipografies i la disposició del text per a augmentar la llegibilitat i jerarquitzar les informacions en una publicació. Ús del color per a reforçar la continuïtat i la imatge d'una publicació.

## **10. Composició i gestió de textos**

Creació de contenidors de textos i imatges per a la seva correcta edició i distribució al llarg d'una publicació de múltiples planes.

## **11. Normes bàsiques de maquetació**

Elements a tenir en compte per a dissenyar publicacions, tant d'informació general com especialitzada, aconseguir ordre i continuïtat de lectura en planes senzilles, dobles i triples, així com en portades i formats especials d'opinió.

## **12. Elements i tècniques d'infografia periodística**

Definició i evolució de la infografia periodística. Principals elements que s'empren per a crear-les i tipus de gràfics segons la grandària, contingut i il·lustracions emprades.

**VOLUM DE TREBALL**

| ACTIVITAT                           | Hores         | % Presencial |
|-------------------------------------|---------------|--------------|
| Pràctiques en aula informàtica      | 40,00         | 100          |
| Classes de teoria                   | 20,00         | 100          |
| Elaboració de treballs en grup      | 30,00         | 0            |
| Estudi i treball autònom            | 18,00         | 0            |
| Preparació d'activitats d'avaluació | 16,00         | 0            |
| Resolució de casos pràctics         | 26,00         | 0            |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>150,00</b> |              |

**METODOLOGIA DOCENT**

Metodologia a seguir combina tres tipus d'activitats:

**Classes teòriques:** explicació dels continguts teòrics a partir de classes magistrals amb participació dels alumnes en l'anàlisi de casos o debat sobre els conceptes proposats.

**Classes pràctiques:** activitats específiques sobre els continguts teòrics i preparatòries per als treballs de grup.

**Lectures i xarrades de periodistes:** al voltant de la lectura d'un llibre, capítol o articles, així com de l'entrevista a professionals convidats a classe, es realitzaran diverses activitats específiques d'anàlisi i reflexió al voltant dels temes centrals de l'assignatura.

**AVALUACIÓ**

Examen escrit individual de continguts i reflexió 30%

Exercicis de valoració i resolució de pràctiques, problemes i casos 40%

Avaluació de les activitats de formació complementària: participació en tallers, seminaris, etc, a través dels informes presentats 10%

Avaluació de treballs individuals i/o grupals 15%

Assistència a tutories i valoració del seu aprofitament 5%

L'examen escrit i els treballs individuals seran recuperables en la segona convocatòria.



## REFERÈNCIES

### Bàsiques

- ARMENTIA, J. y CAMINOS, J. M. (2003). Fundamentos del periodismo impreso. Barcelona, Ariel.
- NIETO, A. y IGLESIAS, F. (2000). La empresa informativa. Barcelona. Editorial Ariel

### Complementàries

- COLOMBO, Furio (1997). Últimas noticias sobre el periodismo. Barcelona. Anagrama
- FONTCUBERTA, Mar de (1993). La noticia. Pistas para percibir el mundo. Barcelona: Paidós
- MANFREDI, Juan Luis (2000). Manual de producción periodística. Sevilla. Editorial MAD
- MARTÍNEZ VEGA (2000). El periódico: la producción periodística en el umbral del siglo XXI. Madrid: Universidad Europea de Madrid
- OLMOS, Víctor. (2004). Un día en la vida de El Mundo La esfera de los libros.
- ROJO VILLADA, Pedro Antonio (2003). Producción periodística y nuevas tecnologías. Sevilla. Comunicación Social Editores
- SANCHO, Francisco (2004). En el corazón del periódico. Pamplona Eunsa
- TUCHMAN, G. (1993). La producción de la noticia. Barcelona: Gustavo Gili.
- TÚÑEZ, M. (1999). Producir noticias. Cómo se fabrica la realidad periodística. Santiago de Compostela: Tórculo Edicións.
- [Patricia Cabezuelo]
- BOUNFORD, Trevor (2001). Diagramas digitales. Barcelona, Gustavo Gili.
- GARCÍA, Mario (2002). Pure Design. Miller Media. Florida,
- LALLANA, Fernando (2002). Tipografía y diseño. Madrid, Síntesis. 2002.
- MARTÍN AGUADO Y ARMENTIA VIZUETE (1995). Tecnología de la información escrita. Síntesis. Madrid, 1995.
- MEYER, ERIC K. (1997). Designing infographics. Indianapolis, USA, Hayden Books.
- NORMAN, DONALD A. (1988). The Design of Everyday Things. Basic Books.
- PELTZER, Gonzalo (1991). Periodismo iconográfico. Rialp. Madrid, 1991.
- VALERO SANCHO, José Luis (2001). La infografía. Barcelona, UAB.

## ADDENDA COVID-19

**Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern**

## MODALITAT DE DOCÈNCIA HÍBRIDA

### 1. Continguts



Es mantenen els continguts inicialment recollits a la guia docent.

## **2. Volum de treball i planificació temporal de la docència**

Manteniment del pes de les diferents activitats que sumen les 150 hores de dedicació dels 6 crèdits ECTS segons s'estipula en la guia docent original.

## **3. Metodologia docent**

*Part pràctica disseny gràfic i infografia.* Els subgrups I i II rebran de forma alternativa classe presencial en el TAU o per videoconferència amb la plataforma BlackBoard Collaborate per a preservar les mesures antiCovid19. Els qui segueixquen les classes *online* tindran accés als diferents programes emprats en les classes presencials. Tanmateix, totes les lliçons pràctiques seran gravades en videotutorials perquè els alumnes puguin tindre accés i aclarir dubtes, que es podran plantejar també a través de les tutories virtuals, via BBC.

*Part teòrica i pràctica organització i producció de diaris.* Els grups I i II seran dividits en subgrups perquè alternen la presencialitat i les classes *online* tant en la part teòrica com en les pràctiques.

Els continguts teòrics (13 sessions) s'explicaran a partir de classes magistrals amb participació dels alumnes, tant en l'aula com a través del xat o prenent la paraula via BlackBoard Collaborate.

En les classes pràctiques es treballaran els conceptes i pautes per als treballs de grup (un projecte col·lectiu sobre empremadoria i autoocupació i un reportatge del gran format) i individuals i es faran activitats d'anàlisi sobre llibres, capítols, articles i monogràfics sobre els continguts teòrics abordats. Comptarem també amb la presència de professionals destacats i destacades per a aportar la seua mirada, des de l'experiència, sobre els continguts que conformen el moll de l'os de l'assignatura. Comptarem amb ells i elles presencialment o per videoconferència i el contingut d'eixes xerrades donarà peu a treballs pràctics.

Com a mesura antiCovid19 habilitarem la funció "tasques" en l'Aula Virtual perquè el lliurament siga *online* i evitem així el paper i preservem la distància de seguretat.

## **4. Avaluació**

Examen presencial. Escrit i individual sobre continguts i reflexió. 25%.

Maquetació i infografia d'un reportatge i pràctiques de infografia i disseny 40%

Reportatge i treball d'empremadoria 20%

Treballs individuals 15%



## **5. Bibliografia**

Es mantenen les recomanacions recollides a la guia docent. Es penjaran a l'Aula Virtual els articles i monogràfics (enllaços o pdf) que analitzarem en les classes pràctiques per a facilitar el treball als alumnes.

### **MODALITAT DE DOCÈNCIA NO PRESENCIAL**

#### **1. Continguts**

Es mantenen els continguts inicialment recollits a la guia docent.

#### **2. Volum de treball i planificació temporal de la docència**

Manteniment del pes de les diferents activitats que sumen les 150 hores de dedicació dels 6 crèdits ECTS segons s'estipula en la guia docent original.

#### **3. Metodologia docent**

*Part pràctica disseny gràfic i infografia.* Els subgrups I i II rebran classe per videoconferència amb la plataforma BlackBoard Collaborate. Els alumnes tindran accés als distints programes emprats habitualment en les classes presencials impartides al TAU. Es penjaran videotutorials en l'AV per a que els alumnes puguin tindre accés i aclarir dubtes, que es podran plantejar també a través de les tutories virtuals. S'obriran fòrums per a interactuar sobre conceptes concrets que s'impartiran.

*Part teòrica i pràctica organització i producció de diaris.* Els grups I i II rebran les classes online a través del BlackBoard Collaborate, tant en la part teòrica com en les pràctiques.

En les classes pràctiques es treballaran els conceptes i pautes per als treballs de grup (un projecte col·lectiu sobre emprenedoria i autoocupació i un reportatge del gran format) i individuals i es faran activitats d'anàlisi sobre llibres, capítols, articles i monogràfics sobre els continguts teòrics abordats. S'habilitaran fòrums de participació i debats sobre els temes concrets, que complementaran el xat del BBC i es crearan "tasques" en l'Aula Virtual sobre cadascuna de les pràctiques plantejades.

Comptarem també amb la presència de professionals destacats i destacades per a aportar la seua mirada, des de l'experiència, sobre els continguts que conformen el moll de l'os de l'assignatura. Comptarem amb ells per videoconferència i el contingut d'eixes xerrades donara peu a treballs pràctics.



Les tutories per videoconferència personalitzades o grupals, per a aclarir dubtes sobre els treballs, reforçaran la tasca docent.

#### **4. Avaluació**

Examen *online*. Escrit i individual sobre continguts i reflexió. 15%.

Maquetació i infografia d'un reportatge i pràctiques de infografia i disseny 40%

Reportatge i treball d'emprenedoria 20%

Treballs individuals 15%

Participació en els fòrums de debat de l'AV, xats i en les classes pel BBC. 10%

#### **5. Bibliografia**

Es mantenen les recomanacions recollides a la guia docent. Es penjaran a l'Aula Virtual els articles i monogràfics (enllaços o pdf) que analitzarem en les classes pràctiques que farem per videoconferència i a través de fòrums i tasques obertes en AV. Així facilitarem el treball als alumnes.