

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

<b>Código</b>	33361
<b>Nombre</b>	Organización y Producción de Periódicos y Diseño Gráfico e Infografía
<b>Ciclo</b>	Grado
<b>Créditos ECTS</b>	6.0
<b>Curso académico</b>	2022 - 2023

**Titulación(es)**

<b>Titulación</b>	<b>Centro</b>	<b>Curso</b>	<b>Periodo</b>
1308 - Grado Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	3	Segundo cuatrimestre

**Materias**

<b>Titulación</b>	<b>Materia</b>	<b>Caracter</b>
1308 - Grado Periodismo	9 - Organización y Producción Informativas	Obligatoria

**RESUMEN**

El objetivo de esta asignatura es formar a los alumnos en el conocimiento del funcionamiento interno de un periódico, ya sea en papel o digital, desde todos los puntos de vista. Se trata de ver como se trabaja desde el primer momento: la organización y los acondicionamientos que impone su producción. De ver como evoluciona analizando la estructura del medio, sus rutinas laborales y las nuevas maneras de trabajar. Y de prestar atención al resultado final viendo como se maquetan y confeccionan los periódicos, según unos criterios estéticos, de edición y de legibilidad, prestando atención a las posibilidades de utilizar recursos infográficos en cuanto a la presentación de datos o a otras maneras de informar visuales y gráficas.

**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

No requiere conocimientos específicos, más allá de haber cursado las asignaturas previas de géneros. Es recomendable tener aprobadas estas y las asignaturas de Tecnologías de la comunicación I, Agencias de información y Periodismo digital.

## COMPETENCIAS

### 1308 - Grado Periodismo

- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.
- Que los estudiantes posean habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad periodística.
- Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocimiento del funcionamiento y de los elementos internos de un periódico desde el momento de su ideación hasta el de su impresión y distribución.
- Idear, planificar y ejecutar proyectos periodísticos.
- Asimilar destrezas en el diseño, maquetación y demás técnicas de construcción exterior de la información pública.
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales, en sus modernas formas combinadas o nuevos soportes digitales, mediante la hipertextualidad.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. El periódico es un producto informativo

La tipología del producto según estructura, periodicidad y contenido. Producto cultural e ideológico, mercadería e instrumento con capacidad de influencia y de generación de beneficio económico. La línea editorial, la independencia empresarial y concentración de la propiedad. Las relaciones prensa-Estado. El marco económico (formas societarias y modelo de negocio), marco jurídico (derecho constitucional, colisión de derechos y tipos de sociedades) y marco productivo de la prensa (estructura jerárquica y por departamentos).



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

Orígen y evolución histórica de la empresa de prensa. La crisis de la doble venta: ejemplar y publicidad. La publicidad en la historia de la empresa informativa. Causas, consecuencias y retos de la decadencia del papel y la investigación de un nuevo modelo de negocio: opciones de pago (del paywall a los modelos mixtas). Evolución de la transformación digital (del copy amaso al digital first). Los nuevos formatos: hipertextualidad, interactividad, multimedialidad.

## **3. Emprendedoría ya autoocupación**

Características del proceso de emprendimiento. Valores (personales y sociales) y habilidades. La preparación, incubación, iluminación y verificación en el impulso de proyectos periodísticos. Los siete escalones hacia el éxito: investigación de mercado, análisis de la competencia, desarrollo de la estructura y contenido del proyecto, involucrar audiencias, ingresos y gastos, gestión del proyecto y evaluación. El micromecenazgo.

## **4. La información diaria. Rutinas productivas**

Las rutinas y fases de producción de un diario: recogida, selección y jerarquización y escritura, edición y presentación de noticias. La redacción 24 horas. El escenario de la convergencia digital: implicaciones tecnológicas, empresariales, de contenidos y profesionales. El periodista polivalente. Los nuevos perfiles profesionales. Periodismo de calidad en el nuevo entorno digital.

## **5. Producción de un reportaje de gran formato (I). Temáticas y áreas**

Pautas de investigación y análisis de antecedentes, causas y consecuencias para enmarcar y contextualizar y hacer una radiografía de la actualidad según la tipología del reportaje. Dimensionar el fenómeno más allá de la casuística concreta. Etapas en la elaboración de un reportaje de gran formato.

## **6. Producción de un reportaje de gran formato (II). Fuentes de información y documentación**

Las fuentes de información, materia primera y test de calidad del reportaje. La relación del periodista con las fuentes. Diferentes tipologías de las fuentes personales y documentales. Las fuentes oficiales e institucionales calladas: los registros públicos. La citación de las fuentes y los intereses que las mueven.

## **7. Producción de un reportaje de gran formato (III). Estructura y características narrativas**

El reportaje descriptivo, de precisión, de investigación e interpretativo. El modelo de estructura en W. La diversidad estilística y compositiva a partir de un mapa conceptual. El arranque y el final y la tensión narrativa.



## **8. Distribución y promoción. Desarrollo en otros formatos**

Después del cierre: la impresión y la distribución. Logística, costes y estrategias comerciales. El caso valenciano. La crisis del quiosco. La suscripción. Las nuevas vías y dispositivos de acceso a las noticias en el mundo digital. La prensa gratuita: origen y evolución. El caso español y el caso valenciano. Causas y consecuencias de la eclosión y desaparición de cabeceras. La querencia y la difusión: sistemas de medición de ventas y evolución de audiencias en papel y en digital (usuarios único, visitas y llanuras visitadas).

## **9. Tipografía, texto y legibilidad. El color.**

Normas en la utilización de las tipografías y la disposición del texto para aumentar la legibilidad y jerarquizar las informaciones en una publicación. Uso del color para reforzar la continuidad y la imagen de una publicación.

## **10. Composición y gestión de textos**

Creación de contenedores de textos e imágenes para su correcta edición y distribución a lo largo de una publicación de múltiples planas.

## **11. Normas básicas de maquetación**

Elementos a tener en cuenta para diseñar publicaciones, tanto de información general como especializada, conseguir orden y continuidad de lectura en llanuras sencillas, dobles y triples, así como en portadas y formatos especiales de opinión.

## **12. Elementos y técnicas de infografía periodística**

Definición y evolución de la infografía periodística. Principales elementos que se emplean para crearlas y tipos de gráficos según el tamaño, contenido e ilustraciones empleadas.

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula informática	40,00	100
Clases de teoría	20,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	30,00	0
Estudio y trabajo autónomo	18,00	0
Preparación de actividades de evaluación	16,00	0
Resolución de casos prácticos	26,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>150,00</b>	

**METODOLOGÍA DOCENTE**

Metodología a seguir combina tres tipos de actividades:

- **Clases teóricas:** explicación de los contenidos teóricos a partir de clases magistrales con participación de los alumnos en el análisis de casos o debate sobre los conceptos propuestos.
- **Clases prácticas:** actividades específicas sobre los contenidos teóricos y preparatorias para los trabajos de grupo.
- **Lecturas y charlas de periodistas:** alrededor de la lectura de un libro, capítulo o artículos, así como de la entrevista a profesionales invitados a clase, se realizarán varias actividades específicas de análisis y reflexión alrededor de los temas centrales de la asignatura.

**EVALUACIÓN**

Examen escrito individual de contenidos y reflexión 30%

Ejercicios de valoración y resolución de prácticas, problemas y casos 40%

Evaluación de las actividades de formación complementaria: participación en talleres, seminarios, etc, a través de los informes presentados 10%

Evaluación de trabajos individuales y/o grupals 15%

Asistencia a tutorías y valoración de su aprovechamiento 5%

El examen escrito y los trabajos individuales serán recuperables en la segunda convocatoria.



## REFERENCIAS

### Básicas

- 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

### Complementarias

- 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 Edicions.  
[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.