

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

Código	33361
Nombre	Organización y Producción de Periódicos y Diseño Gráfico e Infografía
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1308 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	3	Segundo cuatrimestre

Materias

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

Coordinación

Nombre	Departamento
NAVAZ AYERRA, GORKA	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

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 (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1308 - Grado en 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 (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

- 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	60,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Sin docencia

EVALUACIÓN

Contacte con el profesor

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 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. Indianpaolis, 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.