

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

Codi	33361
Nom	Organització i producció de periòdics i disseny gràfic i infografia
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2023 - 2024

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1308 - Grau Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1308 - Grau Periodisme	9 - Organització i Producció Informatives	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
NAVAZ AYERRA, GORKA	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

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 dinfluència 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 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 dun reportatge de gran format (II). Fonts dinformació i documentació

Les fonts dinformació, 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 dun reportatge de gran format (III). Estructura i característiques narratives

El reportatge descriptiu, de precisió, dinvestigació i interpretatiu. El model de estructura en W. La diversitat estilística i compositiva a partir dun mapa conceptual. Larranc 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 lecllosió i desaparició de capçaleres. La tirada i la difusió: sistemes de medició de vendes i evolució daudiències 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 duna publicació.

10. Composició i gestió de textos

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

11. Normes bàsiques de maquetació

Elements a tenir en compte per a dissenyar publicacions, tant dinformació general com especialitzada, aconseguir orde i continuïtat de lectura en planes senzilles, dobles i triples, així com en portades i formats especials dopinió.

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	60,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

Sense docència

AVALUACIÓ

Contacte amb el professor

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. 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.

