

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

<b>Código</b>	36651
<b>Nombre</b>	Agencias de información
<b>Ciclo</b>	Grado
<b>Créditos ECTS</b>	4.5
<b>Curso académico</b>	2022 - 2023

**Titulación(es)**

<b>Titulación</b>	<b>Centro</b>	<b>Curso</b>	<b>Periodo</b>
1334 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Primer cuatrimestre

**Materias**

<b>Titulación</b>	<b>Materia</b>	<b>Caracter</b>
1334 - Grado en Periodismo	11 - Optatividad	Optativa

**Coordinación**

<b>Nombre</b>	<b>Departamento</b>
CARRATALA SIMON, FRANCISCO ADOLFO	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

**RESUMEN**

La asignatura Agencias de información se encuadra en el módulo de materias optativas y pretende que el alumnado domine, desde el punto de vista de las agencias de noticias, los siguientes aspectos:

- 1.- El lenguaje que se tiene que (con especial remarca en el cual no se tiene que) 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 cual se pondrán ejemplos y se explicarán situaciones periodísticas concretas alusivas a la materia. Junto a las prácticas establecidas, se realizarán ejercicios imprevistos. Por eso, 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 cual 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

No se contemplan requisitos previos para el estudio de la asignatura, más allá de aquellos vinculados con las competencias de redacción periodística adquiridas en los primeros cursos del Grado.

## COMPETENCIAS

### 1334 - Grado en Periodismo

- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- 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.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, sígnicos, dialógicos y opinativos de la comunicación.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conseguir que el estudiante adquiera una aproximación práctica a las formas, modos y rutinas de funcionamiento que se desarrolla en las agencias que constituyen los principales referentes del sistema informativo, con especial atención para conocer y dominar los procesos de selección y jerarquización, la redacción y exposición, así como las agendas de trabajo.



## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Introducción

1.1. ¿Qué es una agencia de noticias?

### 2. La lengua como instrumento de las informaciones de agencia: el caso del castellano. Precisiones sobre su uso

2.1. Introducción.

2.2. Diferencias geográficas: la adaptación al castellano otros países.

2.3. Gerundios.

2.4. Mayúsculas.

2.5. Estilo directo y estilo indirecto.

2.6. Otros conceptos: plurales, lenguaje sexista, conceptos prescindibles, doblas acepciones, eufemismos...

2.7. Tratamientos, cifras, monedas, medidas, topónimos.

### 3. Origen de las agencias de prensa: del telégrafo a los servicios a la carta

3.1. El siglo XIX: creación, estructura de trabajo y relación entre agencias.

3.2. El modelo del siglo XX hasta la Segunda Guerra Mundial.

3.3. La II Guerra Mundial

3.4. El final del siglo XX.

3.5. Conclusiones.

3.6. Diferentes teletipos de diferentes agencias.

### 4. 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.



## 5. El trabajo cotidiano en una agencia

- 5.1. El perfil del periodista de agencia.
- 5.2. Redacción central, delegaciones, corresponsales y enviados especiales.
- 5.3. 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 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
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en laboratorio	15,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	17,50	0
Elaboración de trabajos individuales	20,00	0
Lecturas de material complementario	20,00	0
Preparación de actividades de evaluación	10,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>112,50</b>	

## METODOLOGÍA DOCENTE

- MD1 - Clases teóricas (magistrales o expositivas con presentación del alumnado)
- MD2 - Clases prácticas
- MD3 - Clases de debate
- MD4 - Tutorías personalizadas y/o grupales
- MD5 - Seminarios y talleres
- MD8 - Estudio y trabajo autónomo individual

## EVALUACIÓN

La evaluación constará de cuatro partes diferenciadas:

- 1) Seguimiento por parte del alumno de la dinámica de la asignatura, que incluirá la realización completa y correcta de los ejercicios prácticos (previstos e imprevistos) que se proponen tanto en el tiempo de trabajo presencial como en el de trabajo no presencial y entre los cuales estará la realización de una entrevista con la estructura de una información de agencia (25%)



- 2) La elaboración de un trabajo descriptivo sobre una de las grandes agencias del Mundo (5%)
- 3) Realización de un ejercicio teórico-práctico de conocimientos a mitad aproximadamente del curso (20%)
- 4) Realización de un examen final teórico-práctico al final del curso (50%)

Para aprobar el conjunto de la asignatura es necesario conseguir al menos un cincuenta por ciento de la puntuación de la asignatura.

Para aprobar la segunda convocatoria será necesario haber presentado el trabajo descriptivo de una agencia (10% de la nota), la entrevista (30%) y hacer un examen (60%).

## 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. Paidos. 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. Paidos 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.

### Complementarias

- 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.

