FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	36651
Nombre	Agencias de información
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1334 - Grado en Periodismo	11 - Optatividad	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
TARULLO, MARIA RAQUEL	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

La asignatura Agencias de información se encuadra en el módulo de materias optativas. Teniendo en cuenta la actualidad de las mismas y la importancia que han adquirido los conglomerados mundiales de noticias, se pretende que el alumnado domine los siguientes aspectos:

1. La estructura de las informaciones de agencia y sus peculiaridades respecto a otras noticias. Las Agencias de Información como proveedoras mayoristas de noticias en el contexto actual. Desafíos.

2. La dinámica del trabajo cotidiano en una agencia de información.

3. La evolución histórica de las informaciones de agencia.

4. La evolución histórica de los conglomerados mundiales de noticias.

5. El panorama actual mundial de las agencias de información y de los conglomerados mundiales de noticias. Similitudes y diferencias.

Lo fundamental es adquirir destrezas y técnicas aplicables al trabajo cotidiano en una agencia y en un conglomerado, 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. 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 empresas periodísticas de estas características (tanto agencias como conglomerados). En la asignatura, además de la información escrita, se estudiarán también los servicios de fotografía, radio, televisión y productos multimedia, junto con el accionar digital de estas empresas en redes sociales.

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 exposción, así como las agendas de trabajo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Introducción

1.1. Agencia de información: Definición. Tipologías.
1.2. El papel de las agencias de noticias en el mundo.
1.3. Los conglomerados de noticias mundiales. Sus características
1.4. El periodismo de agencia. El periodismo internacional. El periodismo de corresponsalía. Características y perfiles.

2. Origen de las agencias de información: el poder tras la circulación de la información

2.1. El siglo XIX: creación, estructura de trabajo y relación entre agencias.
2.2. El modelo del siglo XX hasta la Segunda Guerra Mundial.
2.3. La II Guerra Mundial.
2.4. El informe MacBride.
2.5. Agencias y conglomerados en la actualidad de la cultura digital.

3. El trabajo cotidiano en una agencia

3.1. Redacción central, delegaciones, corresponsales y enviados especiales.
3.2. La temporalidad en contexto de un periodismo de agencia.
3.3. La secuencia informativa en una agencia de información: Urgente, Avance, Ampliación, Resumen. La importancia del background de la noticia. Las fuentes.
3.4. Informaciones previstas e imprevistas. Las diferencias en su tratamiento.

4. La actualidad de las agencias de información: retos y desafíos

4.1. Las agencias de información en su relación con los medios de comunicación y con la audiencia.
4.2. La verificación de noticias y las agencias de información.
4.3. La Inteligencia Artificial y el periodismo de agencia.

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
TOTAL	**112,50**	

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

Constará de cuatro partes:

1) Examen teórico al final del curso (30%)

2) Desarrollo y presentación de un trabajo grupal (25%)

3) Participación en clase, en seminarios y realización de actividades prácticas regulares solicitadas en clase (20%)

4) Desarrollo y presentación de un trabajo individual (25%)

Para aprobar el conjunto de la asignatura es necesario conseguir al menos un cincuenta por ciento de la puntuación de la asignatura y tener aprobado el examen teórico final.

Para aprobar la segunda convocatoria será necesario haber presentado el trabajo grupal y el individual. Podrán ser recuperables en la segunda convocatoria todas las partes de la evaluación, con excepción del punto 3 (Participación en clase, en seminarios y realización de actividades prácticas regulares solicitadas en clase).

--

Atención:

La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros).

En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero y suponer la suspensión de la convocatoria, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.

También se considerarán faltas graves, y por tanto pueden suponer la suspensión inmediata de la convocatoria, copia o facilitar la copia de trabajos entre alumnado del grado; acceder irregularmente o apropiarse anticipadamente del contenido de una prueba o examen; facilitar o procurar la apropiación, alteración o destrucción posterior del contenido o de los resultados de una actividad evaluable y la suplantación de la persona en exámenes. Cuando se detectan las faltas graves señaladas en este punto, el o la docente deberá comunicarlo a la coordinación del Grado.

La presentación de trabajos y/o exámenes con faltas de ortografías u ortotipográficas y/o errores de sintaxis, coherencia o redacción será penalizado y puede llegar a suponer la suspensión de dicha prueba.

REFERENCIAS

Básicas

- Cruz Mendoza, E. D. (2019). Apuntes sobre el origen y la actualidad de las agencias de noticias. Perspectivas Revista de Ciencias Sociales(8), 287-300. Obtenido de https://perspectivasrcs.unr.edu.ar/index.php/PRCS/article/download/62/48/
- De-Lara, Alicia; García-Avilés, José-Alberto; Arias-Robles, Félix (2022). Implantación de la inteligencia artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los profesionales. Textual & visual media, n. 15.https://doi.org/10.56418/txt.15.2022.001
- Fanta, Alexander (2017). Putting Europes robots on the map: Automated journalism in news agencies. University of Oxford; Reuters Institute for the Study of Journalism. https://goo.gl/wBfuQs
- González Clavero M. V. (2016). Agencias de noticias, su constante reinvención como estrategia para enfrentar la competencia. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 22(1), 329-341.
- Paz Rebollo, M. (1999) Las agencias de noticias y la comunicación de masas, en Gómez Mompart, J. Y Marían Otto, E. (eds.) Historia del periodismo universal. Editorial Síntesis.
- Rodríguez Cárcela, R., & López Vivas, A. (2020). Tratamiento informativo de la violencia de género: asesinatos de mujeres. Análisis de la agencia EFE. Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación, (47), 2360. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i47.02

- Túñez-López, M. ., Toural-Bran, C. ., & Valdiviezo-Abad , C. (2019). Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial . Revista Latina De Comunicación Social, (74), 14111433. https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1391
- Ufarte-Ruiz, María-José; Murcia-Verdú, Francisco-José; Túñez-López, José-Miguel (2023). Use of artificial intelligence in synthetic media: first newsrroms without journalists. Profesional de la información, v. 32, n. 2, e320203.https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.03

Complementarias

- Artero, J. P. y Moraes, R. (2008) Opciones estratégicas de las agencias de noticias europeas: Reuters, France Presse y EFE. Revista Comunicación y Sociedad Vol. XXI, pp. 53-79.
- González Borges, M. y Arcía Socorro, G. (2018). Periodismo especializado en Prensa Latina: una mirada diferente. Alcance, 7 (Suppl. 1), 135-166.
- González Clavero MV, Rodríguez Bazán G. (2021) Gestión informativa de la infodemia en medios digitales: experiencia de las agencias de noticias. Rev Panam Salud Publica. 2021;45:e25. https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.25
- Jiménez Marín, G. (2011) Las agencias de noticias. En: La Comunicación en Andalucía: Historia, Estructura y Nuevas Tecnologías. Ed. 1. Centro De Estudios Andaluces. 2011. ISBN 978-84-939078-0-8 Pag. 387-410.
- Martín, Muiña (2018) El Uso de medios sociales como fuente de información en periodismo internacional: cadenas globales de televisión en la cobertura de conflictos protagonizados por movimientos sociales (2011-2017), Disponible en https://www.tdx.cat/handle/10803/664611#page=1
- Moravex, V., Macková, V., Sido, J., & Ekstein, K. (2020). The Robotic Reporter in the Czech News Agency: Automated Journalism and Augmentation in the Newsroom. Communication Today, 11(1), 3653.
- UNESCO (1953) News agencies: their structure and operation. Greenwood Press, New York. Disponible en https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000073446