

CODI : 5111 - INFORMACIÓ PERIODÍSTICA ESPECIALITZADA II. (EL MAGAZINE)

PROF.: MAR DE FONTCUBERTA I BALAGUER DEPARTAMENT DE PERIODISME
Llicenciada en Periodisme
Doctora en Periodisme
Facultat de CC de la Informació, UAB.

TREBALLS DE RECERCA O DE SÍNTESI SIGNIFICATIUS

1. *Estructura de la notícia periodística*. Barcelona, ATE, 1980.
2. *Alternativas en Comunicación*. (En col.laboració amb Josep Lluís Gómez Mompert) Barcelona, Mitre, 1983.
3. "La interpretación en la noticia periodística." *En Métodos de análisis de prensa*. Annexes aux Melanges de la Casa de Velázquez: Rencontres. Madrid, 1987.

ACTIVITATS PROFESSIONALS SIGNIFICATIVES

1. Redactora de la revista *Mundo* (1967-1975).
2. Redactora de Radio Peninsular de Barcelona (1978-1980).
3. Guionista de Televisió Espanyola a Catalunya (1980-1982).

OBJECTIU DE L'ASSIGNATURA:

Els alumnes es familiaritzen amb la concepció teòrica i pràctica dels diferents tipus i fórmules de magazines. Han de presentar un número 0 d'una revista ideada, confeccionada i escrita per ells, acompanyat d'un dossier econòmic de la viabilitat del projecte. El seguiment d'aquest projecte en els seus aspectes teòrics i pràctics és l'element bàsic del curs.

TEMARI:

1. *Definició i conceptualització del magazine*
Característiques generals. Diferències amb la premsa diària. Tres línies generals del principi d'especialització: -la periodicitat -el servei ofert i -els grups demogràfics. Criteris de selecció.
2. *Origen i evolució del magazine*.
Els precursors: el *General Magazine and Historical Chronicle* de Benjamin Franklin (1741); el *American Magazine* d'Andrew Bradford (1741); les primeres revistes especialitzades: *Christian Journal and Advocate*, *Mechanics Free Press*. La revista més important dels primers anys del s. XIX: el *Nile's Weekly Register*.
3. *Orígens europeus del magazine*.
Els antecedents anglesos: *The Weekly Review* de Daniel Defoe; el *Tatler* d'Steele, i el *Spectator* d'Steele i Addison. Els orígens del magazine polític: *Gentleman's Magazine* de Cave (1731). Les publicacions pre-sensacionalistes: *The Bell's Weekly Messenger* (1796); *The Weekly Dispatch* (1801). Els "sunday papers". Els primers magazines anglesos il.lustrats: *The Illustrated London News* d'Ingram (1842) i el *Penny Magazine* de Bewick (1830). La premsa satírica: el *Punch* anglès i el *Charivari* francès. D'altres: *Le Petit Journal*

4. El "boom" de 1865.
Factors que expliquen el "boom": -la immigració nord-americana; -l'augment de la riquesa; -el creixement dels transports; -el descobriment de "l'home ordinari"; -la Postal Act de 1879; i -el naixement de la publicitat.
5. Els magazines del "boom" de 1865.
Els *Old Quality Magazines*, *Harper's*, *New Monthly Magazine* (1850); *The Atlantic Monthly* (1857); *Century* (1881); *Scribners* (1886)
6. Els magazines pre-informatius.
The Nation, *North American Review*, *Outlook*, *The New York Ledger*, *Literary Digest*
7. Els magazines populars.
Els precedents de la revista gràfica nord-americana: *Harper's Weekly* i *Frank Leslie's Illustrated Newspaper*
8. El segle dels editors.
The Saturday Evening Post de Cyrus H.K. Curtis; Frank A. Munsey i *Munsey's*; S.S. McClure i *McClure's*; Robert J. Collier i *Collier's*. Els "muckrakers". El *Cosmopolitan* de J. Brisben Walker.
9. Magazines per a la dona i la llar.
Els precedents de *Godey's Lady's Book* i de *Peterson's* (1830). Quatre noms fonamentals: *Ladies' Home Journal*, *Good Housekeeping*, *McCalls*, i *Vogue*. Publicacions noves que delimiten noves especialitzacions: *Youth's Companion*, *Journalist*, *Fourth State*, *Editor and Publisher*, *Printer's Ink*
Balanc del "boom" de 1865.
10. El naixement del magazine modern.
Els anys 20. Aparició de noves fórmules: el digest (*Reader's Digest*); el setmanari de negocis (*Fortune*, *Business Week*); el setmanari gràfic (*Life*, *Look*); el setmanari d'informació general o "newsmagazine" (*Time*, *Newsweek*). Característiques generals.
11. 1920-1960.
El periodisme de perspectiva. El periodisme gràfic. Interacció entre els diaris, els magazines i els mitjans audiovisuals. La crisi dels anys 60.
12. El magazine renovat.
Cinc factors decisius: -la reducció de costos de producció; -la remodelació del mercat; -procés de concentració; -la política publicitària, i -nova orientació de la distribució.
13. Les grans fórmules de masses.
El "newsmagazine". El cas *Time* Història, evolució, contingut. Claus de la fórmula. Els imitadors americans: *Newsweek*, *U.S. News & World Report*.
14. Els models europeus del "newsmagazine".
França i *L'Express*; Alemanya i *Der Spiegel*; Espanya i *Cambio 16*, *Tiempo*, *Tribuna de Actualidad*, *El Globo*, *El Temps*.
15. Noves tendències en el periodisme.
Els mitjans de comunicació com a actors socials; -els mitjans de comunicació, narradors de relats; -el no-esdeveniment com a actualitat periodística que tracten els mitjans, i -la revista diària. Incidència de les noves tendències als magazines.

16. *El gran magazine europeu.*
Alemanya: *Stern, Quick, Neue Bunte*; França: *Paris-Match*;
Itàlia: *Epoca, La Famiglia Cristiana*; Espanya: *Interviú.*
Orígens, evolució i característiques de la fórmula.
17. *EL gran magazine il·lustrat.*
La fórmula *Life*. Origen i evolució. El cas *Look*. El nou
mensual gràfic: *People*. Els tabloids de supermercat: *National*
Enquirer.
18. *Els magazines de magazines.*
El cas del *Reader's Digest* Origen i evolució. Característiques
de la fórmula.
19. *Les noves especialitzacions.*
El magazine urbà: *The Village Voice, La Luna, Madrid me mata,*
New West. Guías del Ocio. ; -publicacions internes; -magazines
de microcomputadores; -noves fórmules joves: *Rolling Stones,*
Actuel; -els dominicals; -la premsa d'opinió: *The New Yorker,*
Esquire, Le Canard Enchaîné, Die Zeit, El Món; -magazines
actius i magazines passius: *Golf, Car & Driver*; -fórmules per a
les dones: *Dunia, Woman's Weekly, Tina*; -l'anomenada premsa del
cor: *Hola, Lecturas, Garbo*; -magazines de l'home: *Uomo,*
Hombre; -les telepublicacions: *Teleprograma, Indiscreta*; -la
premsa gratuïta.

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

- ALFÉREZ, Antonio: *Cuarto poder en España. La prensa desde la ley*
Fraga 1966. Barcelona, Plaza Janés, 1986.
- CLICK, J. William; BAIRD, Russell N.: *Magazine editing and*
production. Dubuque, Iowa, Wm. C. Brown, 3a ed. 1983.
- EMERY, Michael; SMITHE, Ted C.: *Readings in Mass Communication:*
Concepts and issues in the mass media. Dubuque, Iowa, Wm. C. Brown,
6a ed. 1986.
- PÉREZ IRIARTE, J.: "El Magazine" en el *El periodismo escrito.* vol.
III. Barcelona, Mitre, 1986. (Enciclopedia del Periodismo).
- PETERSON, Theodore: *Magazines in the Twentieth Century.* Urbana:
University of Illinois Press, 2ona ed., 1964.

Es proporcionarà material bibliogràfic addicional a les classes.

AVALUACIÓ:

Els alumnes es familiaritzaran amb la concepció teòrica i pràctica
dels diferents tipus i fórmules de magazines. Han de presentar un
número 0 d'una revista ideada, confeccionada i maquetada per ells,
acompanyat del dossier econòmic i dels estudis de màrketing
pertinents. El seguiment d'aquest projecte en els seus aspectes
teòrics i pràctics és l'element bàsic del curs.