

"PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA"

Llicenciatura: PERIODISME

Curs: 1998-1999

Nombre de Crèdits: (3 de teoria + 2 de pràctica): 5

A càrrec de:

Humbert Roma, professor associat i periodista.

Manuel López, professor titular i periodista. Doctor en CC.

Informació.

Horaris de despatx:

Objectius

L'assignatura és una matèria indispensable en la darrera fase de la llicenciatura de Periodisme, en el marc evolutiu de l'aprenentatge de les ciències de la comunicació.

Té per objectiu l'estudi, l'anàlisi i la pràctica dels processos de decisió de continguts i formes, espais i ordenacions temàtiques, àmbits i jerarquitzacions dins del periodisme.

Davant les NTI calen unes tècniques, uns coneixements i un procés de reflexió globalitzador per poder passar del soroll a la melodia.

La base de partida d'aquesta assignatura és la matèria teòrica rebuda pels estudiants durant els cursos anteriors("agenda setting-function", "news-macking", "espiral del silenci", etc, i la seva experiència personal. L'estratègia docent es basarà en el seguiment teòrico-pràctic del procés de producció periodística: fer temaris de notícies per a realitzar diaris, revistes, informatius de ràdio, informatius televisius i productes periodístics digitals.

Considerarem, doncs, que la producció periodística és una tasca per a universitaris: amb l'ofici i l'autodidactisme no n'hi ha prou. Bona part de la feina d'aquest curs es realitzarà a través d'equips de treballs que prendran la forma de petites redaccions informatives.

Pràctiques

Les sessions pràctiques comporten treballs d'investigació per part de l'estudiant i l'elaboració d'esquemes de fonts, àmbits, estratègies periodístiques, pautes i agendes temàtiques, tot això amb la finalitat d'acabar fent, com hem dit, temaris periodístics (pautes i escaletes).

És convenient tornar a insistir en el fet que bona una part de les

pràctiques han de ser realitzades per equips que prendran la configuració d'una redacció periodística a partir del nivell de cap de secció fins a sots-director.

Ens interessen i fomentem la realització de treballs que afectin a diverses assignatures d'aquest curs, estalviant temps a l'estudiant. La transversalitat serà un objectiu docent.

El contacte amb redaccions professionalitzades serà una altra de les fites a assolir.

Com a culminació, l'estudiant realitzarà un projecte de funcionament d'una redacció, dins del marc d'un producte determinat i/o estudiarà el procés de producció d'un mitjà concret, realitzant una permanència de 24 hores.

Avaluació

L'avaluació serà permanent, acumulativa i basada en les diferents pràctiques, exercicis de resolució de problemes teòrics i treballs d'investigació.

TEMARI

PROGRAMA TEÒRIC

TEMA 1.

INTRODUCCIÓ AL CURS.

L'AGENDA TEMÀTICA: ESTUDI I CRÍTICA DE LES RUTINES

- 1.1. La teoria de l'establiment de l'agenda temàtica
- 1.2. Redundàncies i repeticions en escenaris i àmbits
- 1.3. Convencionalismes en temes
- 1.4. Mitificació de personatges i institucions: l'estatus, ¿a qui es concedeix?, ¿perquè?
- 1.5. Idealització d'uns models culturals
- 1.6. La teoria del silenci
- 1.7. Possibles respostes i alternatives: el paper del nou "gatekeeper" per a un periodisme democràtic, participatiu i obert

TEMA 2.

EL CONEIXEMENT DELS MITJANS COM A BASE PER A UNA CORRECTA PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA.

- El model com identificador del mercat.
- El mercat com condicionador del producte.
- El producte com culminació d'una estratègia.
- Característiques de la producció periodística segons els mitjans: premsa, ràdio i TV.
- La producció periodística davant el repte del periodisme electrònic

TEMA 3 (I i II)

I PART: EL PROCÉS DE RECOLLIDA

- 3.1. Determinació de les vies d'entrada d'informació: les fonts
 - 3.1.1. El valor de les fonts i canals d'informació
 - 3.1.2. Pluralitat és igual a democràcia informativa
 - 3.1.3. Establiment de les fonts per a un model determinat
 - 3.1.4. L'agenda personal, l'agenda del mitjà

II PART: EL PROCÉS DE LA PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA

- 3.2. La selecció de notícies: primer pas
- 3.3. Inclusió i exclusió: actua la decisió
- 3.4. Jerarquització: el producte final

TEMA 4.

EL "GATEKEEPER" COM A PEÇA CLAU DE L'ORGANITZACIÓ EN UNA REDACCIÓ PERIODÍSTICA.

- 4.1. La figura del "gatekeeper" a la premsa dels EUA
- 4.2. Identificació del "gatekeeper" a la premsa catalana i espanyola
- 4.3. L'organització piramidal d'una redacció convencional
 - 4.3.1. Periodista de camp
 - 4.3.2. Periodista de taula
 - 4.3.3. Tecnoestructura i departaments d'atribucions
- 4.4. ¿Quants periodistes calen per a la redacció d'un mitjà convingut?

TEMA 5.

POLÍTIQUES I ESTRATÈGIES PERIODÍSTIQUES

- 5.1. Escenaris i àmbits periodístics (en funció del mitjà)
- 5.2. Horaris d'escenaris i àmbits
- 5.3. Desplegament del personal a escenaris i àmbits
- 5.4. Estratègies organitzatives
 - 5.4.1. Dinàmiques perverses i burocratitzadores
 - 5.4.2. Replantejament teòric
- 5.5. Els equips de tancament: la garantia i la urgència

TEMA 6.

TECNOLOGIES I RECURSOS TÈCNICS INDISPENSABLES PER A LA PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA (en funció de cada mitjà).
La teoria del "chip and lid"

- 6.1. Premsa diària i no diària
- 6.2. Ràdio
- 6.3. Televisió
- 6.3. El periodisme electrònic

TEMA 7.

LA PLANIFICACIÓ DE L'AGENDA TEMÀTICA

- 7.1. L'agenda de previsions
- 7.2. Distribució del bloc publicitari
- 7.3. La planeta (escaleta, pauta, llençat, "casado", ...)
- 7.4. Condicionants tècnics i de distribució: horaris d'entregues de pàgines

TEMA 8.

PERMANÈNCIA DE 24 HORES EN UN MITJÀ:
(exemples imaginaris)

EL DIARI EL GLOBUS
REVISTA TOTSERVEI
RÀDIO METROPOLITANA
TELE SANT BERNAT
AGÈNCIA EL SOL

PROGRAMA DE PRÀCTIQUES

El programa de pràctiques consisteix en:

- A. Treball de laboratori a les àules informàtiques
 - A.1. Treball amb volums de teletips: presa de contacte amb el sistema i les fonts per a la producció periodística
 - A.2. Organització d'equips de redacció: repartiment de responsabilitats
 - A.3. Establiment de rutines de producció: estratègies
 - A.4. Disseny de models informatius: creació de models òptims
 - A.5. Creació de productes informatius en temps real: projecte de fi de curs

- B. Treballs de camp
 - B.1. Disseny i anàlisi de pautes i escaletes
 - B.2. Realització d'una Agenda Bàsica de Fonts
 - B.3. Anàlisi de models informatius
 - B.4. Visita d'estudis en un mitjà: 24 hores en la vida d'un producte informatiu

Les pràctiques del bloc A es configuren com un procés evolutiu i es realitzaran durant les hores previstes en el calendari docent.

Les pràctiques del bloc B es prepararan particularment per part dels grups de treball (equips de redacció) i el resultat es discutirà a classe.

BIBLIOGRAFIA BàSICA

ADLER, RUTH, Un día en la vida del 'The New York Times'; Editores Asociados SA; México; 1975.

BERNSTEIN, CARL; WOODWARD, ROBERT, Todos los hombres del presidente. El escándalo Watergate; Edit. Argos Vergara SA; Barcelona; 1977.

BEZUNARTEA, MARIA JOSEFA (OFA), Noticias e ideología profesional; Ed. Deusto; Bilbao; 1988.

CASASUS I GURI, JOSEP MARIA, Iniciación a la periodística; Editorial Teide SA; Barcelona; 1988.

FISHMAN, MARCK, Manufacturing the News: the Social Organization of Media News Production; Ph. D. dissertation. University of California; Santa Barbara; 1977.

LECLERC, AURÉLIEN, L'entreprise de presse et le journaliste; Presses de l'Université de Québec; Québec, Canadá; 1991.

LOPEZ, MANUEL, Cómo se fabrican las noticias; Editorial Paidós; Barcelona; 1995.

MCCOMBS, MAXWELL E., AND DONALD L. SHAW. The Agenda-setting function of Mass media; The Public Opinion Quarterly; vol. 36, 2, 1972, pp. 176-87.

MCCOMBS, MAXWELL E. The Agenda-Setting Approach a Dan.D. Nimmo/K.R. Sanders (eds.); Handbook of Political Communication; Beverly Hills, California, Sage; pp. 121-140.

SAPERAS, ENRIC, La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos; Editorial Ariel; Barcelona, 1985.

SAPERAS, ENRIC, Los efectos cognitivos de la comunicación de masas; Editorial Ariel; Barcelona; 1987.

SLESS, DAVID, Whose Agenda? Whose Meeting?, en Media information Australia; num. 40; mayo de 1986.

SQUIRE, JAMES, D., ¡Chantaje a la prensa!. La comunicación en manos de las grandes multinacionales; Editorial Prensa Ibérica; Barcelona;

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

BADIA, LLUÍS, De la persuasió a la tematització. Introducció a la comunicació política moderna; Editorial Pòrtic; Barcelona; 1992.

DADER, JOSE LUIS, Periodismo y pseudocomunicación política; EUNSA; Pamplona; 1983.

DUROSELLE, JEAN BAPTISTE, Tout empire périra; Publications de la Sorbonne; París; 1982.

FRAGUAS DE PABLO, MARIA, Teoría de la desinformación; Editorial Alhambra SA; Madrid; 1985.

GOMIS, LORENZO, El Medio Media: la función política de la prensa; Seminarios y Ediciones SA; Madrid; 1974.

IMBERT, GERARD/ VIDAL BENEYTO, JOSE (eds.) El País o la referencia dominante; Editorial Mitre SA; Barcelona; 1986.

KLAPER, JOSEPH T., Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión; Aguilar SA de Ediciones; Madrid; 1974.

LARSEN, OTTO, N., Social effects of mass communication; In Robert E.L. Faris, ed; Handbook of Modern Sociology; Chicago: Rand McNally; 1964.

MCLUHAN, MARSHALL, La comprensión de los medios como las extensiones del hombre; Editorial Diana SA; México DF; 1972.

MCQUAIL, DENIS, Introducción a la teoría de la Comunicación de Masas; Paidós Ibérica SA de Ediciones; Barcelona; 1985.

MCQUAIL, DENIS y S WINDAHL, Modelos para el estudio de la comunicación colectiva; EUNSA, Pamplona; 1984.

MORAN, GREGORIO, El precio de la transición; Editorial Planeta; Barcelona; 1991.

QUESADA, MONTSERRAT, La investigación periodística. El caso español; Editorial Ariel SA; Barcelona; 1987.

SIGELMAN, LEE, Reporting and News: An organizational Analysis, American Journal of Sociology 79 (1): 132-51.

WOLF, MAURO, Los efectos sociales de los Media; Ediciones Paidós; Barcelona; 1994.