

"PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA"

Llicenciatura: PERIODISME

20729

Curs: 1999-2000

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

Semestre: primer semestre del tercer curs de carrera

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-making", "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 agendas 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. A finals de curs hi haurà un examen final teòric que complementarà les notes de les pràctiques d'àula.

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, qui es concedeix?, i perquè? □a
- 1.5. Idealització d'uns models culturals.
- 1.6. La teoria del silenci.
- 1.7. El marc digital: la configuració d'una nova classe social planetària minoritària.
- 1.8. 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.
Anàlisi de casos nacionals i internacionals.
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 .
 - 3.1.4. L'agenda personal, l'agenda del mitjà.
 - 3.1.5. Internet i l'agenda de fonts:
 - 3.1.5.1. Els "portals"
 - 3.1.5.2. Els buscadors.
 - 3.1.5.3. Les llistes de debat: noves pistes informatives.

II PART: EL PROCÉS DE LA PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA

- 3.2. La selecció de notícies: primer pas
 - 3.2.1. Propostes de transparència informativa.
 - 3.2.2. La planificació científica com a base de treball.
 - 3.2.3. El treball en equip com a solució front a la globalització de la comunicació.

- 3.3. Inclusió i exclusió: actúa la decisió
 - 3.3.1. Línies de treball per la incorporació de notícies.
 - 3.3.2. Línies de treball per excloure informacions.
- 3.4. Jerarquització: el producte final.
 - 3.4.1. Distribució temporal i espacial en funció del model i les notícies incloses.
 - 3.4.2. La iconografia com a proposta jerarquitzadora.
- 3.5. Estratègies de selecció en els productes digitals.
 - 3.5.2. L'hipertext com a referència global.
 - 3.5.3. Els enllaços orientatius i complementaris de la informació.
 - 3.5.4. El "feed-back" amb el lector: la línia del correus electrònic com a alimentador comunicacional.

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 especialista.
 - 4.3.1.1. L'ancorament.
 - 4.3.1.2. La ronda.
 - 4.3.1.3. La camarilla.
 - 4.3.1.4. Els pactes amb les fonts i institucions.
 - 4.3.2. Periodista de sala.
 - 4.3.2.1. El control de les fonts actives.
 - 4.3.2.2. Detecció de les fonts pasives.
 - 4.3.2.3. La verificació des de la sala.
 - 4.3.2.4. La complementarietat amb l'especialista.
 - 4.3.3. La xarxa de corresponsals.
 - 4.3.3.1. Com establir una xarxa de corresponsals.
 - 4.3.3.2. Corresponsals de zona .
 - 4.3.3.3. Corresponsals a institucions.
 - 4.3.3.4. Col·laboradors .
 - 4.3.3.4.1. especialitzats.
 - 4.3.3.4.2. generalistes.
 - 4.3.4. Tecnoestructura informativa.
 - 4.3.4.1. Caps de sistemes i poder de decisió.
 - 4.3.4.2. Dissenyadors i poder de decisió.
 - 4.3.4.3. Anàlisi de casos nacionals i internacionals.
 - 4.3.5. Els caps d'atribucions en els mitjans audiovisuals.
 - 4.3.5.1. Capacitat de modelar l'agenda informativa.
 - 4.3.5.2. Capacitat d'organitzar la redacció.
 - 4.3.5.3. Anàlisi de casos...
- 4.4. Quants periodistes calen per a la redacció d'un mitjà convingut?
 - 4.4.1. Anàlisi d'exemples nacionals i internacionals.

TEMA 5.

POLÍTIQUES I ESTRATÈGIES PERIODÍSTIQUES

- 5.1. Escenaris i àmbits periodístics (en funció del mitjà)
 - 5.1.1. Disseny d'una estratègia democratitzant.
- 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:

de fi de curs

projecte

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

producte informatiu

d'un

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.
- 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.
- LECLERC, AURÉLIEN, L'entreprise de presse et le journaliste; Presses del'Université de Québec; Québec, Canadá; 1991.
- LOPEZ, MANUEL, Cómo se fabrican las noticias; Editorial Paidós; Barcelona; 1995.
- MCQUAIL, DENIS, Introducción a la teoría de la Comunicación de Masas; Paidós Ibérica SA de Ediciones; Barcelona; 1985.
- SAPERAS, ENRIC, Los efectos cognitivos de la comunicación de masas; Editorial Ariel; Barcelona; 1987.
- SQUIRE, JAMES, D., ¡Chantaje a la prensa!. La comunicación en manos de las grandes multinacionales; Editorial Prensa Ibérica; Barcelona; 1994.
- TUCHMAN, GAYE, La producción de la noticia (Making news. A study in the construction of reality); Gustavo Gili; Barcelona; 1983.
- VV.AA. El periodismo escrito; Editorial Mitre SA; Barcelona; 1986.
- WOLF, MAURO, Los efectos sociales de los Media; Ediciones Paidós; Barcelona; 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

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

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

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

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

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

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.

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.

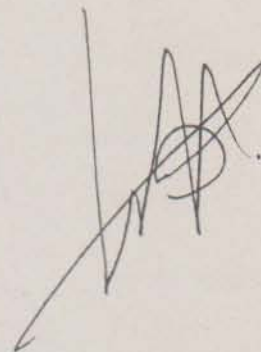
MCLUHAN, MARSHALL, La comprensión de los medios como las extensiones del hombre; Editorial Diana SA; México DF; 1972.

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.

A handwritten signature or scribble in black ink, consisting of several overlapping loops and a long vertical stroke on the left side.