

ASIGNATURA:	19921 TALLER DE PRENSA			
DEPARTAMENTO:	DEPARTAMENTO			
ÁREA:	ÁREA			
Curso:	1º	Cuatrimestre:	1º	Tipo: OPTATIVA
Créditos:				

OBJETIVOS

- Intentar profundizar en el periódico como medio de comunicación social, e instrumento fundamental en nuestra sociedad.
- Análizar con sentido crítico los mensajes que recibimos de los medios de comunicación.
- Conocer cuál es el proceso de producción de una noticia desde que surge hasta su publicación, y todos los pasos y elementos intermedios que intervienen en él.
- Reconocer los diferentes géneros y textos periodísticos.
- Participar en un equipo de trabajo para la realización y elaboración de un periódico, asumiendo los papeles propios de una redacción.

PROGRAMA

I PARTE

1. Presentación de la asignatura

1. Presentación del profesorado.
2. Objetivos y contenidos de la asignatura.
3. Estructura: teoría y elaboración del periódico.
4. Encuesta sobre la lectura de prensa y sobre el consumo de Medios de Comunicación.

2. La prensa como medio de comunicación de masas

1. Definición de medio de comunicación de masas
2. Un modelo el proceso de comunicación
3. Tipos de comunicación
4. Diferencias entre la comunicación de masas y la interpersonal
5. La cultura de masas
6. El debate sobre los medios
7. Nacimiento de los medios de comunicación de masas
8. Relación de la prensa con otros medios de comunicación

3. Análisis formal de un periódico

1. La importancia del diseño periodístico.
2. La maqueta.
3. Aspecto formales que determinan la personalidad de un periódico:
 - 3.1. El formato.
 - 3.2. La pauta.
 - 3.3. La primera página.
 - 3.4. La cabecera.
 - 3.5. El alzado.
4. El centro de impacto visual.
5. Componentes formales de un periódico:
 - 5.1. La tipografía.
 - 5.2. Recursos tipográficos.
 - 5.3. Fotos y gráficos.
 - 5.4. El color.
6. La portada.
7. Elementos formales de una página.

4. Breve historia de la prensa

1. Los orígenes: los antecedentes que hicieron posible el desarrollo de la prensa
2. La prensa hasta el s. XX
3. La prensa a partir del s. XX

5. Las fuentes de información

1. Fuentes internas: periodistas, corresponsales, enviados especiales, colaboradores, dpto.

documentación...

2. Fuentes externas: gabinetes de prensa, agencias de noticias

- 2.1. ¿Cómo nacieron las agencias?
- 2.2. Tipos de agencias.
- 2.3. Cómo funciona una agencia de noticias
- 2.4. Las agencias en España
- 2.4. El poder de las agencias en el mundo

6. La estructura de la noticia

1. ¿Qué es noticia?
2. La estructura de la noticia: el lead y las 6 w

7. Los géneros y el estilo periodístico

1. Géneros informativos: noticia, entrevista, reportaje, crónica
2. Géneros de opinión: artículo, columna, editorial, viñeta, cartas al director
3. Características del estilo periodístico: el libro de estilo

8. Los grupos de comunicación en España

1. La concentración en los Medios de Comunicación Introducción:
 - 1.1. Noción estática y dinámica de la concentración.
 - 1.2. La formación de grupos económicos y la concentración de empresas.
 - 1.3. Formas de concentración de empresas.
 - 1.5. La competencia en el mercado informativo y sus restricciones.
 - 1.6. Particularidades de la competencia en el sector de la comunicación.
 - 1.7. Modificación de la competencia derivada de la estructura económica y jurídica.
 - 1.8. Controles sobre la competencia .
 - 1.9. Conclusiones.

2. Unidades de negocio y accionariado de los principales grupos de comunicación españoles:
Grupo Vocento, Prisa, Unedisa, Planeta, Zeta, Godó, Admira.

9. La libertad de comunicación y sus límites

1. Introducción.
2. Libertad de expresión/Libertad de comunicación.
3. Cláusula de conciencia y secreto profesional del periodista.
4. Organización y control parlamentario de los medios dependientes del Estado.
5. Los límites a la libertad de comunicación:
 - 5.1. El respeto a los derechos fundamentales recogidos en el título I de la Constitución.
 - 5.2. Las leyes que desarrollen estos derechos.
 - 5.3. La protección de la juventud y de la infancia.
 - 5.4. El derecho al honor, la intimidad y la propia imagen (art. 18.1.).
 - 5.5. Límites penales: injurias, calumnias, derecho a la intimidad y a la propia imagen.
 - 5.6. El derecho a la integridad moral, derecho derivado de la dignidad humana (at.15).
 - 5.7. Otros:
 - A. Ley Orgánica del derecho de rectificación.
 - B. Ley de secretos oficiales.
 - C. El secreto de sumario.
 - D. El acceso a documentos públicos.
6. El secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información.
7. La prohibición de censura previa.
8. Análisis de sentencias.

10. El mito de la objetividad

1. ¿La objetividad existe?
2. Análisis comparativo de la misma noticia en diferentes periódicos.

11. La publicidad en la prensa

1. La importancia de la publicidad en la prensa
2. Los estudios de medición de audiencias
3. El Estudio General de Medios
4. Cómo funciona la sección de publicidad en un periódico
5. Análisis de un texto publicitario

II PARTE

Visita a *EITB* en Vitoria-Gasteiz

1. Historia de Radio Vitoria y EITB
2. Grupo de Comunicación EITB
3. Audiencias de radio y televisión en Álava
4. El estudio de televisión:
 - 4.1. El Plató.
 - 4.2. El control de realización.
5. La fonoteca.
6. El estudio de radio:
 - 6.1. El locutorio.
 - 6.1. El control de sonido.
7. Las fuentes de información.
8. Funcionamiento y organización de la redacción.

Visita al periódico *El Correo* en Vitoria-Gasteiz

1. Historia del periódico.
2. Grupo Vocento.
3. Cifras sobre la venta de periódicos en Álava.
4. Secciones del periódico
 - 4.1. CM Norte: comercializadora de espacios publicitarios.

4.2. Diseño de publicidad.

4.3. Administración de publicidad.

4.4 Marketing.

4.5. Fotografía.

4.6. Redacción: deportes, ciudadanos, cultura y economía.

6. Las fuentes de información

7. Funcionamiento y organización de la redacción.

8. Visionado de un vídeo sobre la historia y el funcionamiento del periódico (7 minutos).

9. Hemeroteca.

Elaboración del periódico: presentación del Taller de Prensa

1. Presentación del taller:

2. Distribución de cargos en el equipo de redacción.

3. Elección de temas y ubicación en las páginas.

4. Reparto del trabajo.

5. Redacción de los textos y obtención de las fotografías.

6. Repaso: corrección de erratas y de faltas de ortografía.

7. Elaboración de la portada.

8. Reparto del periódico y evaluación

METODOLOGÍA

- Exposición de los temas en clase

- Debate sobre los temas y participación del alumnado
- Visita a dos medios de comunicación: EITB y El Correo
- Realización de sencillos ejercicios prácticos sobre los temas
- Elaboración de los trabajos para la creación del periódico Las aulas de la Experiencia

BIBLIOGRAFÍA

- Constitución española. 1978
- Estatuto Autonomía País Vasco. 1979

- Géneros periodísticos informativos. Carl N. Warren. Ed: ATE. 1975
- Curso general de información periodística. José Luis Martínez Albertos. Ed: Mitre. 1983
- El Medio Media. Lorenzo Gomis. Ed: Mitre. 1987
- La censura de prensa durante el franquismo, Justino Sinova, Ed: Espasa-Calpe, 1989

- El País. Libro de Estilo. Ediciones El País. 1990
- Manual del Español Urgente. Agencia EFE. Ed: Cátedra. 1991

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

- Páginas web de los grupos de comunicación españoles.
- La concentración en los Medios de Comunicación. Fernando Ramos Simón. www.lafacu.com

RECOMENDACIONES CURRICULARES/OBSERVACIONES

NO ES NECESARIO CONOCIMIENTOS PREVIOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA

Se trata de un acercamiento a los medios de comunicación centrándonos principalmente en la prensa escrita y la importancia actual de los medios de comunicación en la sociedad. Para ello conoceremos su funcionamiento, analizaremos sus mensajes y nos pondremos en el papel del periodista elaborando un periódico y conociendo todo el proceso de principio a fin.