

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO  
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
Carrera Comunicación Social  
Cátedra: Taller de Planificación de la Actividad Periodística  
2do Cuatrimestre 2018.**

**Equipo docente: María Rosa Gómez.  
Jorge Arabito.**

**Objetivos de la cátedra:**

Estos son los objetivos que la cátedra se propone alcanzar en el transcurso del cuatrimestre:

- Que los estudiantes puedan reflexionar acerca del rol del periodista en la sociedad actual, reconocer los compromisos, riesgos y responsabilidades inherentes a la profesión.
- Que a partir de los contenidos de la materia los estudiantes puedan delinear estrategias de producción, gestión y circulación de medios gráficos mediante la utilización de recursos y soportes articulados con las condiciones tecnológicas, culturales y laborales en que se desenvuelve esta actividad.
- Que los estudiantes puedan diseñar proyectos comunicacionales sostenibles en el tiempo, comprometidos con la libertad de expresión, la ética y el Derecho a la Información de la Sociedad.



**Objetivos específicos:**

- Fomentar la construcción de agendas informativas que contemplen a distintos actores políticos, múltiples escenarios y fuentes, sin caer en la estigmatización de sectores sociales, la manipulación de contenidos ni la autocensura.
- Aportar herramientas que permitan a los estudiantes planificar productos gráficos aplicando criterios de exclusión, inclusión y jerarquización de la información.
- Articular actividades con el sistema de medios de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN.
- Promover la cobertura de actividades de proyección local y regional.

**Contenidos de la materia:**

**Unidad 1:** La planificación del producto periodístico. El proyecto de negocio. Viabilidad de los emprendimientos. El perfil del lector. Alcance, formato y periodicidad del medio. Costos de producción y costos comerciales. . Marca, logo. La realidad vista a través de la mirada de los medios. Aspectos legales. Etapas de la planificación. Aspectos a tener en cuenta. Sostenimiento y forma de distribución.

**Unidad 2:** Estrategias comunicacionales de los medios. Objetivos estratégicos y coyunturales de las empresas periodísticas. La construcción del temario. ¿Quién establece la agenda? Las secciones. Temarios móviles. Rutinas informativas. Jerarquización, inclusión, exclusión de la información. El tratamiento de la información oficial. “Operaciones” de prensa. Los riesgos profesionales, riesgos éticos.

**Unidad 3:**

Contexto y aplicación de los géneros periodísticos. El editorial, la voz de la empresa. La crítica cultural. Los comentarios. La nota color. El suelto. Periodismo de masas, periodismo de elite. El encuadre de la información por parte de la empresa y los periodistas (frame). Elementos de titulado: títulos, volantas, bajadas. Títulos informativos, expresivos y referenciales. Volantas y bajadas como complementos del título. Errores frecuentes.

**Unidad 4:** La edición. Secciones. Equilibrios temáticos y genéricos. Elementos que acompañan al texto: fotografías, gráficos, ilustraciones, infografías. La nota de tapa. Principios básicos de diagramación. El diseño. La pauta. Superficie redaccional, publicitaria e institucional. La asignación de espacios. El “plantado” de los textos. Los cierres.

**Unidad 5:** La organización de la redacción, una estructura vertical. Categorías y funciones. Rutinas profesionales. Función editorialista. El periodista ante la opinión pública. Organizaciones internacionales, colegios y gremios. Derechos y límites informativos.

**Bibliografía:**

- Albornoz, Luis (2006): Periodismo digital. Los grandes diarios en la red, Ediciones La Crujía, Buenos Aires.
- Alsina, Rodrigo (1985): La construcción de la noticia, Paidós, Barcelona.
- Aruguete, Natalia (2015): El poder de la agenda, Biblos, Buenos Aires.
- Borrat, Héctor (1989): El periodismo como actor político, Paidós, Barcelona.
- Clauso, Raúl (2007): Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas, La Crujía, Buenos Aires.

- Fontcuberta, Mar y Borrat, Héctor (2006): Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción, Ediciones La Crujía, Buenos Aires.
- Guerrero, Leila (2014): Zona de obras, Editorial Anagrama, Buenos Aires.
- Halperín, Jorge (1995): *Entrevista periodística. Intimidaciones de la conversación pública*, Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Kapuscinski, Richard (2003): Los cinco sentidos del periodista, Ed. Fondo de Cultura Económica.
- López, Manuel (1995): *Cómo se fabrican las noticias*, Ed. Paidós, Barcelona.
- (2004): *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*, Paidós, Barcelona.
- Quesada, Montserrat: *La entrevista*, Univ. Pompeu Frabra.
- Sádaba, Teresa (2007): *Framing: el encuadre de las noticias*, La Crujía, Buenos Aires.
- Santamaría, Luisa. *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*, Ed. Paraninfo.
- Taller de Expresión 3 (2003): *Manual de Estilo, Elaboración y recopilación de textos a cargo de Daniel Vilá*, UBA, Buenos Aires.
- Tello, Nerio (1998): *Periodismo actual. Guía para la acción*, Colihue, Buenos Aires.
- Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (1999): *Estatuto del Periodista Profesional*, UTPBA, Buenos Aires.
- Uribe, Hernán (1985): *Ética periodística en América Latina*, UNAM, México.
- Fichas y materiales periodísticos aportados por los equipos de cátedra de las distintas comisiones.

Forma de evaluación: Los estudiantes deberán cumplir con un 75% de asistencia a las clases. Es requisito fundamental entregar y aprobar todos los trabajos solicitados por el equipo de cátedra en tiempo y forma. El trabajo final consiste en la planificación y edición de un producto periodístico grupal