



Ministerio de Cultura y Educación

Universidad Nacional de San Luis

Facultad de Ciencias Humanas

Departamento: Comunicación

Area: Area 7:Estrategias de Producción

(Programa del año 2019)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 07/08/2019 15:12:25)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TALLER OPTATIVO DE PERIODISMO APLICADO	LIC.EN PERIODISMO	013/09	2019	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CENTENO, MATIAS EZEQUIEL	Prof. Responsable	P.Adj Simp	10 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
30 Hs	10 Hs	10 Hs	2 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoria con prácticas de aula y campo	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
05/08/2019	16/11/2019	13	52

IV - Fundamentación

Los consumidores de medios van mutando a la par de los cambios políticos, económicos y culturales impulsados por la profundización del modelo global, las reconfiguraciones geopolíticas y la consecución de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, entre otros factores críticos que vienen afectando las dinámicas socio-culturales de las sociedades contemporáneas, lo cual obliga al periodismo a repensarse como herramienta de comunicación social. En este escenario, el ejercicio profesional del periodismo se va redefiniendo y adaptando en busca de una mejor conexión con las audiencias y los diversos actores del espectro mediático. Una opción recurrente en estos contextos es la personalización de la experiencia comunicacional y la creación de nichos informativos específicos orientados a ciertas comunidades de interés. Desde diversos géneros, emergen así formatos cada vez más especializados en abordar las problemáticas específicas de los diversos sectores y actores involucrados en la vida política, social, cultural y económica. El presente Taller busca captar esa diversidad profesional y dar cuenta de las principales áreas de aplicación del periodismo actual. El espacio de formación se construye con la inquietud de preparar al futuro licenciado para desempeñarse en un contexto de cambios y polivalencia de medios, a la vez que promover en el alumno la oportunidad de profundizar su formación en una o varias áreas especializadas del periodismo, reflexionar críticamente sobre las tendencias actuales de consumo de medios e información y ser capaces de desarrollar opciones creativas de aplicación del periodismo a distintas problemáticas de interés actual.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Preparar al futuro Licenciado en Periodismo para desempeñarse en un contexto de cambios y polivalencia de medios.
- Asumir una actitud crítica frente a los debates y controversias actuales que atraviesan a la comunicación y el periodismo

como disciplinas de las ciencias humanas.

- Dar cuenta de las tendencias actuales de consumo de medios e información.
- Profundizar la formación del alumno en diversas áreas especializadas del Periodismo.
- Promover en el alumno capacidades para el desarrollo de opciones creativas de aplicación del periodismo a distintas problemáticas de interés actual.

VI - Contenidos

UNIDAD 1. COMUNICACIÓN Y MEDIOS.

Globalización cultural e informativa. Capitalismo conectivo. Evolución del concepto de comunicación masiva: de audiencias a actores. La comunicación masiva en la era de la Sociedad Red. Ecología de medios, hipermediaciones e interfaces. Internet y sociedad: trayectorias y perspectivas, ciberculturas, comunidades en red y consumo. Ecosistema de medios conectivos.

UNIDAD 2. PERIODISMO, PERIODISTAS Y ESPECIALIZACIONES.

El periodismo en la encrucijada de la polivalencia y convergencia de medios de comunicación. Las galaxias de medios. El mundo de los periodistas. Redacciones: mutaciones. Las fuentes de información: las de antes y las de ahora. El periodista polivalente. La nueva noticiabilidad. Mapa de medios de comunicación de la Argentina y de San Luis. Orígenes y evolución del periodismo especializado.

UNIDAD 3. APLICACIONES CLÁSICAS DEL PERIODISMO CONTEMPORÁNEO.

Periodismo Político: trayectorias y claves para el tratamiento de lo local, nacional e internacional; buenas prácticas informativas en la cobertura de eventos electorales. Periodismo Económico: orígenes y principales extensiones (macroeconómico, bursátil, empresarial y finanzas). El Periodismo Policial: de la crónica a la historia. Periodismo deportivo: referentes y orientaciones. Periodismo cultural y de espectáculos.

UNIDAD 4. AREAS DE ESPECIALIZACIÓN EMERGENTES DEL PERIODISMO.

Periodismo digital. Periodismo institucional, corporativo y gubernamental. Periodismo turístico. Periodismo social. Periodismo de datos. Geoperiodismo. Ecoperiodismo. Limitaciones y fortalezas del Periodismo ciudadano; diferencias y convergencias con el Periodismo Cívico. Periodismo inmersivo.

UNIDAD 5. LA PLANIFICACIÓN EN PERIODISMO APLICADO.

Proyectos mediáticos en áreas especializadas: planificación, puesta en marcha y monitoreo. La investigación periodística en la era digital. Coberturas periodísticas multicéntricas. Estrategia de canales e involucramiento social. Gestión de sistemas de medios y galaxias de contenido.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

En el Plan de Trabajos Prácticos se incluyen actividades tales como:

- Lectura comprensiva de los textos bibliográficos.
- Análisis de textos periodísticos.
- Búsqueda y selección de información.
- Observación de procesos de producción periodística.
- Análisis de información periodística y exposición en el aula.
- Debates acerca de problemáticas propias de la profesionalidad periodística.
- Producción de entrevistas, noticias, reportajes sobre temas de la realidad social local.

Los trabajos prácticos se clasifican en Trabajos Prácticos Áulicos (TPA) y Trabajos Prácticos Evaluativos (TPE).

- Los TPA suponen actividades grupales en el aula tendientes a fortalecer el seguimiento de los contenidos y acompañar las lecturas de los textos. Estos prácticos se evalúan en relación con la participación efectiva en el aula.
- Los TPE implican una elaboración mayor y tienden a profundizar los conocimientos y brindar herramientas para la evaluación de los aprendizajes. Éstos se evalúan con nota numérica, siendo 5 la nota mínima de aprobación.

VIII - Regimen de Aprobación

La asignatura se adscribe al régimen de Promocionalidad y Regularidad.

Debido a la metodología de taller, no se aceptarán alumnos en condición de libre.

Requisitos para PROMOCIONAR:

- Aprobar con nota mínima de 8 (ocho) las evaluaciones parciales y los trabajos prácticos (TPA y TPE).
- Cumplir con el 80% de asistencia.
- Aprobar un coloquio final integrador con nota mínima de 8 (ocho).

Requisitos para REGULARIZAR:

- Aprobar todos los TPA y TPE con nota mínima de 6 (seis).
- Aprobar las evaluaciones parciales con nota mínima de 6 (seis).
- Cumplir con el 70% de la asistencia.
- En esta condición el alumno rendirá un examen final oral a programa abierto.

Los trabajos prácticos evaluativos y las evaluaciones parciales tendrán una instancia de recuperación ordinaria para todos los alumnos y una extraordinaria destinada a los alumnos que certifiquen su condición de trabajadores y madres de hijos menores de edad.

IX - Bibliografía Básica

- [1] BAUMAN, Zygmunt (2001). Modernidad líquida, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- [2] ----- (2013). La cultura en el mundo de la modernidad líquida, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- [3] BRANDÃO TAVARES, Frederico de Mello (2009). “O jornalismo especializado e a especialização periodística”, Sao Paulo: Estudos em Comunicação no5, 115-133.
- [4] ----- (2012). “A especialização jornalística como teoria e objeto: contornos e limites”, Sao Paulo: Revista Comunicação Midiática, v.7, n.1, p.96-116.
- [5] CASTELLS, Manuel (2008). “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política”, Madrid: Telos, Nº 74, enero-marzo.
- [6] ----- (2008b). “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los nuevos espacios de la comunicación”, Madrid: Telos, Nº 75, abril-junio.
- [7] ----- (2009). Comunicación y poder, Madrid: Alianza Editorial
- [8] CENTENO, Matias (2006). “La nueva noticiabilidad y el juego de las emociones. La cobertura televisiva de la “crisis del campo” en Argentina”. En SILVA, Jorge Omar y CHADA, María del Carmen (2009). Nuevos estilos comunicativos en educación, San Luis: LAE - Laboratorio de Alternativas Educativas, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis. Págs. 77-120.
- [9] ESCOLAR, Ignacio (2011). “Wikileaks. La guerra y la verdad”, Barcelona: Revista Orsai, Nº2, abril-mayo-junio.
- [10] FOPEA (2006). “Código de Ética”, Buenos Aires: FOPEA.
- [11] ----- (2007). “Estándares profesionales e indicadores de calidad periodística. II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino”, Buenos Aires: FOPEA.
- [12] GALLI, Ricardo (2011). “Pienso, luego estorbo”, Barcelona: Revista Orsai, Nº3, julio-agosto-septiembre.
- [13] GARCÍA CANCLINI, Néstor (2004). Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad, Barcelona: Gedisa.
- [14] JENKINS, Henry (2008). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación, Barcelona: Paidós.
- [15] MANOVICH, Lev (2006). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación, Barcelona: Paidós.
- [16] MERCADO SAEZ, María Teresa (2010). “Aportaciones teóricas en torno al concepto de periodismo especializado”, La Plata: Questión - Revista Especializada en Periodismo y Comunicación, Vol. 1 Num. 28.
- [17] PISCITELLI, Alejandro (2002). Cibercultura 2.0. En la era de las máquinas inteligentes, Buenos Aires: La Crujía.
- [18] SCOLARI, Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva, Barcelona: Gedisa.
- [19] ----- (2015). Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones, Barcelona: Gedisa.
- [20] URRESTI, Marcelo (ed.) (2008). Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de internet, Buenos Aires: La Crujía.
- [21] Van DIJCK, Jose (2016). La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales, Buenos Aires: Siglo XXI.
- [22] WOLTON, Dominique (2000). Sobrevivir a internet, Barcelona: Gedisa.

[23] WORTMAN, Ana (2001). "Globalización cultural, consumos y exclusión social", Buenos Aires: Revista Nueva Sociedad, N° 172, Págs. 134-142, marzo-abril.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] AMAR, Georges (2012). Homo mobilis. La nueva era de la movilidad, Buenos Aires: La Crujía.
- [2] CAMACHO AZURDUY, Carlos (2003). "América Latina, en el resto de construir puentes con y entre las ciudadanía. El Derecho de la Información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa", Revista Diálogos de la Comunicación N°68, FELAFACS, diciembre.
- [3] CENTENO, Matias E. (comp.) (2013). Vida digital: nuevos medios, sociedad y transformaciones, San Luis: Ediciones INTA.
- [4] CERVERA, José (2011). "Reivindicación de los bajíos", Barcelona: Revista Orsai, N°3, julio-agosto-septiembre.
- [5] DA SILVA ZAGO, Gabriela (2011). "O Twitter como fonte para o jornalismo", Santa María: Animus, Vol. 10 N°20, págs. 62-78.
- [6] DE FLEUR, Melvin (1986). Teorías de la comunicación de masas, Barcelona: Paidós.
- [7] DURANDIN, Guy (1995). La información, la desinformación y la realidad, Barcelona: Paidós.
- [8] ECO, Umberto (1995). "Crítica al periodismo", Roma: L'Unità, Roma.
- [9] FERRES, Joan (1996). Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas, Barcelona: Paidós.
- [10] FRANCO, Guillermo (2009). "El Impacto de las Tecnologías Digitales en el Periodismo y la Democracia en América Latina y el Caribe". Austin: Centro Knight - Open Society Foundations.
- [11] GRILLO, Mabel (2008). "Las reglas del entretenimiento en la producción/recepción de información televisiva", Río Cuarto: Revista Temas y Problemas de Comunicación, Año 16, Vol. 15, Universidad Nacional de Río Cuarto, Págs. 7-16.
- [12] IRIGARAY, Fernando; MANNA, Matias y CEBALLOS, Dardo (2009). Nuevos medios, nuevos modos, nuevos lenguajes, Rosario: Laborde Libros Editor.
- [13] JONES, Steven (ed.) (2003). Cibersociedad 2.0. Una nueva visita a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador, Barcelona: Editorial UOC.
- [14] KLEIN, Naomi (2010). La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre, Barcelona: Paidós.
- [15] MANCINI, Pablo (2011). Hackear el periodismo. Manual de laboratorio, Buenos Aires: La Crujía.
- [16] MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (2003). "Previsiones para el periodismo del siglo XXI", Madrid: Departamento de Periodismo I, Universidad Complutense de Madrid.
- [17] PAVLIK, Jhon V. (2001). El periodismo y los nuevos medios de comunicación, Barcelona: Paidós.
- [18] SARTORI, Giovanni (1998). Homo videns. La sociedad teledirigida, Madrid: Taurus.
- [19] SCOLARI, Carlos (2018). Las leyes de la interfaz, Barcelona: Gedisa.
- [20] SEL, Susana (comp.) (2009). La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, Buenos Aires: CLACSO.
- [21] SONNTAG, Heinz R. y ARENAS, Nelly (1995). "Lo global, lo local, lo híbrido. Aproximaciones a una discusión que comienza", UNESCO-MOST, Documento de Debate N°6.
- [22] STIGLITZ, Joseph E. (2010). Caída libre. El libre mercado y el hundimiento de la economía mundial, Buenos Aires: Taurus.
- [23] ULANOVSKY, Carlos (1997). Paren las rotativas, Buenos Aires: Espasa.
- [24] ----- (2012). Redacciones. La profesión va por dentro, Buenos Aires: Sudamericana.
- [25] VACAS, Francisco (2012). La comunicación vertical. Medios personales y mercados de nicho, Buenos Aires: La Crujía.

XI - Resumen de Objetivos

- Preparar al futuro Licenciado en Periodismo para desempeñarse en un contexto de cambios y polivalencia de medios.
- Asumir una actitud crítica frente a los debates y controversias actuales que atraviesan a la comunicación y el periodismo como disciplinas de las ciencias humanas.
- Dar cuenta de las tendencias actuales de consumo de medios e información.
- Profundizar la formación del alumno en diversas áreas especializadas del Periodismo.
- Promover en el alumno capacidades para el desarrollo de opciones creativas de aplicación del periodismo a distintas problemáticas de interés actual.

XII - Resumen del Programa

Los consumidores de medios van mutando a la par de los cambios políticos, económicos y culturales impulsados por la profundización del modelo global, las reconfiguraciones geopolíticas y la consecución de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, entre otros factores críticos que vienen afectando las dinámicas socio-culturales de las sociedades contemporáneas, lo cual obliga al periodismo a repensarse como herramienta de comunicación social. En este escenario, el ejercicio profesional del periodismo se va redefiniendo y adaptando en busca de una mejor conexión con las audiencias y los diversos actores del espectro mediático. Una opción recurrente en estos contextos es la personalización de la experiencia comunicacional y la creación de nichos informativos específicos orientados a ciertas comunidades de interés. Desde diversos géneros, emergen así formatos cada vez más especializados en abordar las problemáticas específicas de los diversos sectores y actores involucrados en la vida política, social, cultural y económica. El presente Taller busca captar esa diversidad profesional y dar cuenta de las principales áreas de aplicación del periodismo actual. El espacio de formación se construye con la inquietud de preparar al futuro licenciado para desempeñarse en un contexto de cambios y polivalencia de medios, a la vez que promover en el alumno la oportunidad de profundizar su formación en una o varias áreas especializadas del periodismo, reflexionar críticamente sobre las tendencias actuales de consumo de medios e información y ser capaces de desarrollar opciones creativas de aplicación del periodismo a distintas problemáticas de interés actual.

XIII - Imprevistos

--

XIV - Otros

--

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	