

## **Seminario de periodismo con orientación deportivo**

**Profesores: Mercedes Salessi, Matías Mor Roig**

**Área: Estética y Comunicación**

**Banda horaria: lunes de 13.30 a 15.10**

**Nivel:quinto año**

## **Seminario de periodismo con orientación deportivo**

El objetivo de este seminario es realizar un abordaje del periodismo, su campo de acción, sus diferentes formatos y especializaciones, en particular la deportiva. Es un curso fundamentalmente práctico y se realizará un recorrido por los géneros, temas y técnicas de los narradores de la actualidad.

El taller se propone reflexionar y debatir acerca del rol del periodista como productor de conocimiento y del lugar que ocupan los profesionales dentro de las empresas periodísticas, en un contexto complejo cruzado por procesos políticos, económicos y culturales.

El programa es una propuesta para que los alumnos adquieran herramientas de análisis de los medios de comunicación y de manera práctica puedan acercarse al trabajo de un periodista deportivo.

### **Unidad 1**

El periodismo como actividad profesional. Lugares de trabajo (diario, radio, TV)

La construcción de la noticia: título, bajada, sumario, cabeza y la teoría de agenda setting

Las fuentes informativas.

Cómo se hace un trabajo de campo.

### **Unidad 2**

Nota de opinión, crónica, entrevistas, investigación periodística

Construcción de la noticia según la línea editorial

Análisis del discurso y líderes de opinión.

<b>Desempeños</b>
-------------------

A partir de la lectura de los diarios, ver los enfoques de los medios al analizar la misma noticia.

Establecer y completar la noción de agenda setting a partir del acercamiento a diferentes medios de comunicación.

Identificar las partes de una noticia y las fuentes informativas.

### **Recursos**

Videos, imágenes, textos, artículos periodísticos, redes sociales, blogs.

### **Evaluación de los desempeños**

A partir de las nociones e impresiones de los estudiantes de las primeras unidades la propuesta es realizar una entrevista, una nota de opinión, una cobertura de un partido o espectáculo

## **Unidad 3**

Análisis de la información.

Concepto y formación de la opinión pública.

Clasificación de los públicos.

Forma de desempeñarse del periodista según el medio que trabaja.

## **Unidad 4**

Periodismo. Especialidades (periodismo económico, cultural, deportivo)

El auge del periodismo deportivo en Argentina

Los deportes, los reglamentos y la forma de hacer periodismo deportivo

Conferencia de prensa

## **Unidad 5**

Las nuevas tecnologías para hacer periodismo. Cuáles son las que más se usan en el deporte.

## **Desempeños**

Analizar encuestas que aparecen en diversos artículos periodísticos para descubrir errores, limitaciones.

Reconocer etapas en el proceso de formación de la OP en relación con algún tema de la actualidad.

Identificar las ramas del periodismo en los diarios. A partir de un suplemento deportivo, analizar los géneros periodístico que componen el mismo.

Analizar en clase los distintos soportes periodísticos y realizar una simulación de programa de radio o tv en clase.

### **Recursos**

Videos, textos, invitado especial para realizar entrevistas en vivo

### **Ponderación de los desempeños**

Registro de la conferencia de Prensa, trabajo de investigación o trabajo de campo. Análisis de un tema deportivo donde se desarrollen los conceptos del seminario.

### **Bibliografía**

KROTZ, Esteban. Viaje, trabajo de campo y conocimiento antropológico.

FRANCO, G. (2007): Cómo escribir para la web. Centro Knight para el Periodismo en las Américas.

ALBORNOZ, L. (2007): Periodismo digital: Los grandes diarios en la red. La Crujía, Buenos Aires.

D'ADAMO, ORLANDO J., GARCÍA BEAUDOUX, VIRGINIA Y FREIDENBERG, FLAVIO. 2000. Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Buenos Aires. Editorial Belgrano.

BERNAL TRIVIÑO, A. (2011): Redes sociales y medios de comunicación. Un reto y una oportunidad.

CAMPOS FREIRE, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63; 287-293. La Laguna: Universidad de La Laguna.

