

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA COLEGIO NACIONAL RAFAEL HERNANDEZ

Nombre del proyecto: Taller de Periodismo

Área: Estética y comunicación

Nivel: 6to. Año

Banda Horaria: Miércoles 10:35 a 12:40 y viernes de 10:35 a 11:55

Autores:

- **Lic. López María Victoria**
- **Lic. Delgado Marina**

FUNDAMENTACIÓN

El Taller de Periodismo centra su propuesta en el estudio y práctica de los distintos géneros que atraviesa el periodismo, brindando las herramientas necesarias para desempeñarse en los diferentes medios como es el gráfico y radiofónico.

Se pretende, a través de este espacio, que los estudiantes puedan poner en práctica algunas de las herramientas de la redacción periodística, del periodismo radial y la comunicación política para aplicarlas a la hora de elaborar y difundir cualquier tipo de noticia y discurso. En este sentido, el Taller está pensado para quienes tengan un interés por el periodismo en general, pero también para que los estudiantes puedan utilizar alguna de las herramientas propuestas para comunicar sus producciones en otras disciplinas. Así, se busca que la mirada sobre la

comunicación y el periodismo sea transversal, que integre y haga dialogar distintos saberes.

Además, el Taller se propone, como hilo conductor, reflexionar y debatir acerca del rol del periodista como productor de conocimiento y poder analizar las problemáticas sociales con una mirada crítica, en un contexto complejo cruzado por procesos políticos, económicos y culturales en permanente cambio y por la conformación de grupos multimedios de carácter regional, nacional e internacional.

Se indagará sobre el rol del periodista y la forma en que se vincula con la realidad social. La propia producción de los estudiantes pretende ser un instrumento para construir desde la acción una mirada crítica sobre las problemáticas sociales, siempre pensando a la comunicación como un derecho, en cómo intervenir de forma activa en el ejercicio del derecho a la libre expresión.

La dinámica y propuesta del Taller apunta a que la práctica periodística pueda servir a los estudiantes como forma de acercarse a determinadas problemáticas sociales y de fundamentar posicionamientos políticos e ideológicos desde lo escrito, trabajando con los estudiantes como actores críticos y activos en la construcción democrática.

OBJETIVOS

El taller tiene como objetivo brindar las herramientas básicas del periodismo para llevar adelante actividades vinculadas a la redacción periodística y poder desempeñarse en los distintos medios de comunicación como es el gráfico y el radiofónico.

A través de la práctica oral y escrita, se busca un acercamiento a distintos géneros y formatos periodísticos –como también a diferentes publicaciones y autores – para realizar, desde un programa de radio hasta una revista o blog.

De esta manera se producirán textos para estimular la escritura y transmitir de manera integral los conocimientos vinculados a la redacción periodística, atravesando distintos géneros. Además, se abordarán conceptos fundamentales para realizar producciones radiales. De forma transversal, se analizará la comunicación política a través del estudio de la opinión pública y el marketing político.

Con este fin se despliega una visión de las distintas posibilidades que ofrece el periodismo escrito; sus técnicas, esquemas, expresiones históricas y contemporáneas, para que a partir de la reflexión y análisis de las mismas, los estudiantes puedan ponerlas en práctica en su escritura, a partir de sus propias búsquedas e intereses.

A su vez el taller les brindará a los estudiantes los conocimientos generales para que conozcan los diferentes roles que hay en una radio y puedan producir su propio programa. Para ello, se analizarán técnicas de lenguaje radiofónico y de redacción periodística, se brindarán las herramientas necesarias para que puedan conocer cómo realizar un programa; teniendo como base del proyecto la Ley de Medios.

Finalmente este taller tiene como objetivo brindarles a los estudiantes los conocimientos necesarios para poder manejar las herramientas técnico-metodológicas de la comunicación política moderna con el fin de planificar, diseñar y evaluar comunicacionalmente una campaña política.

Para lograr esto vamos a proporcionar a los alumnos bases teóricas para la comprensión de los marcos sociopolíticos de una campaña política o electoral y para el abordaje de la relación entre comunicación y política.

Objetivos específicos:

- Poner en juego la creatividad, la innovación, la audacia.
- -Acercar a los alumnos a los medios de comunicación desde un aspecto lúdico.
- Brindar técnicas de expresión oral.
- Indagar y experimentar en las formas del lenguaje escrito y radial
- -Desarrollar contenidos periodísticos de actualidad.

- Realizar trabajo en equipo, respetando roles.

- Trabajar "puertas afuera" de la escuela, tanto en la etapa de producción como en la de difusión.
- Vincularse con actores sociales tales como ONGs, instituciones públicas, partidos políticos, vecinos, trabajadores, etc.
- Experimentar un proceso de debate, de acuerdos, de discusión, de toma de decisiones (por ejemplo la elección de la línea editorial, la propuesta estética)

- Valorar la producción resultante no sólo como alumnos/as, sino también como sujetos participantes del entramado cultural, con una determinada visión de la realidad y con algo para decir acerca de ella.
- Utilizar Internet como posibilidad ciertas de difusión y circulación de los trabajos.
- Hacer ejercicio de su derecho como ciudadanos a la libre expresión.

CONTENIDOS

MODULO 1: Redacción periodística

-Reflexionar y debatir acerca de la problemática general de los medios de comunicación y del rol social del periodista. Los medios gráficos como actores políticos y productores de conocimiento.

-Indagar las características de un texto narrativo y un texto periodístico.(el tipo de texto, tiempo verbal, el tipo de narrador, etc.)

- Jerarquización de la información y registro de actualidad.

-Establecer nociones básicas sobre la estructura periodística.

-Reconocer las características fundamentales de los géneros periodísticos. (la crónica periodística, editorial, columna de opinión)

-Análisis de noticias. Distintas miradas de una misma noticia. Tratamiento de un mismo tema y/o noticia en los diferentes diarios.

-La importancia de la contextualización a la hora de producir un texto periodístico.

-El rol del intelectual comprometido con la realidad.

MODULO 2: Comunicación radiofónica

-El rol de la radio en la sociedad.

-Estructura de la radio. Construcción de contenidos.

-El sonido y la ausencia de sonido: la palabra, la música, el silencio.

- Técnicas de escritura para la producción radiofónica.
- Construcción de noticias.
- Clasificación de géneros y formatos.
- Género periodístico: comentario, editorial, crítica, columna, informes, radioteatro, micros, entrevista).

MODULO 3: Comunicación Política

- Propaganda y comunicación política: El rol de los medios.
- Redes sociales y el “Efecto YouTube”.
- Técnicas de campaña: Debates electorales. Propaganda electoral y mass media.
- Campañas políticas y democracia: argentina y América Latina.
- Análisis de campañas electorales recientes.

9. Bibliografía y demás recursos didácticos.

MODULO 1

- Alsina, Rodrigo. La construcción de la noticia, Barcelona, Paidós, 1989.
- Herrscher, Roberto. Periodismo narrativo.
- Lalinde Posadas, Ana María. “La noticia: construcción de la realidad”, en Industrias culturales, comunicación, identidad e integración latinoamericana, Ed. Opción, México, 1992.
- Miceli, Walter (Editor), E. Albertini, F. Arellano, F. Dietrich, I. Fernández, Echeverría, E. Giusti, L. González, L. Inda, N. Koch, L. Medeat L. Pellegrino, E., Serrano, K. Soto, X. Velásquez y F. Watkins. “¿Qué es noticia en los diarios nacionales?” Contexto de generación y legitimación.
- Nuñez Ladeveze, L. Manual para periodismo. Veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información, Ariel, Barcelona, 1991.
- Ruiz, María Adela y Miguel, Lucas, “La selección de los hechos desde la práctica profesional”. Taller de Gráfica I, Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.

- Ruiz, María Adela, "Contextualización de la información". Taller de Gráfica I, Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.

- Ruiz, María Adela, "Valoración de la información". Taller de Gráfica I, Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.

LIBROS: se trabaja solo con una selección.

-Juan Rulfo "Es que somos muy pobres".

- Tomás Eloy Martínez

Réquiem por un país perdido (ensayos y crónicas periodísticas). (2003)

Argentina y otras crónicas (ensayos y textos periodísticos). (2011)

-Cristian Alarcón. Cuando me muera quiero que me toquen cumbia. Vidas de pibes chorros (2003)

-Walsh, Rodolfo. Carta abierta de un escritor a la Junta Militar (1977)

Revista

-Rolling Stone 2004. Entrevista al Indio Solari

Blogs

-Bestiaria

-Mirá quien habla

-Señorita Li

MODULO 2

- -Barbeito, M^a Luz y Vázquez, Montse (2000): "La radio, un medio publicitario infravalorado". En La publicidad en la radio. VI Jornadas de Comunicación Social. Edt. Universidad de Vigo. Pontevedra.

- Chaparro Escudero, Manuel. La democratización de los medios. Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía. EMRTV. Sevilla, 1998.

- -Merayo, Arturo (1992): Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico. Publicaciones de la Universidad Pontificia. Salamanca.

- -Pardo Salgado, Carmen "Ensayo: Las formas del silencio". (2003) Universidad de Castilla La Mancha Facultad de Bellas Artes.

- -Ramonet Ignacio, El mundo en la nueva era Imperial. Conversaciones con Jorge Halperín. Le Monde Diplomatique, Buenos Aires, 2002.

- -Tramezzani, Pablo. "El Lenguaje de la Radio". En el Aire: producción integral de radio. Unidad I, V.
- -Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. FES, AMARC ALC, Quito, 1998.

MODULO 3

- BREA FRANCO, Julio: "Campañas electorales", en IIDH/CAPEL: Diccionario electoral, San José de Costa Rica, 1989.
- CAMPOS, E. (2009): El desarrollo de la ciberdemocracia en el Congreso de los Diputados. La comunicación e Interacción entre ciudadanos y parlamentarios. Madrid: UCM. Págs. 68-73.
- CRESPO, I.; MORENO, C. y DELGADO, I. (2003). "El estudio de las campañas electorales". En CRESPO, I. (Ed.) (2003), Partidos, medios de comunicación y electores. Los efectos de la campaña electoral de 2000 en España, Buenos Aires: Grupo editorial Planeta.
- GARCIA BEAUDOUX, V.; D`Adamo, O.; SLAVINSKY, G. (2005), Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: Gedisa. Cap. I.
- LAZARFELD, Paul; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. (1962). El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña electoral. Buenos Aires: Paidós.

Blogs

- <http://elsecretodeobama.blogspot.com.ar/>
- <http://monicaperezdelasheras.blogspot.com>

Audiovisual

- "El diario" / "El periodismo y web". Programa "En el medio". Canal Encuentro.
- Radios Escolares. Programa "En el medio". Canal Encuentro.
- Programa "Oficios de radio". Canal Encuentro.

Legislación

- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522).