

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Periodismo
-------------	---------------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Tratamiento de la Información y Gestión en Redes Sociales
-------------	---

Tipo:	Obligatoria
-------	-------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	3267
---------	------

Periodo docente:	Séptimo semestre
------------------	------------------

Materia:	Información Periodística y Comunicación Digital (Diseño)
----------	--

Módulo:	Herramientas de Comunicación
---------	------------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
María Redondo Gutiérrez	maria.redondo@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene sentido dentro de una concepción del periodista como profesional con influencia en la esfera pública y por tanto elevada responsabilidad ética a la hora de difundir información. Aborda la gestión periodística de las redes sociales desde el punto de vista de la recepción, filtrado y gestión (valoración) de contenidos.

La contribución al plan de estudios general se considera bastante interesante actualmente: en un momento en que los bulos, las noticias falsas y la desinformación han empezado a preocupar a académicos y medios, se ayuda a los estudiantes a identificar signos de alerta en contenido confuso y a llevar a cabo una comunicación digital profesional, prudente y fiable, ganando una seguridad que les permitirá desarrollar mejor su tarea, ya se desempeñe esta en una redacción o un gabinete de prensa.

En los capítulos iniciales, se realizan ejercicios para concienciar al alumno de la importancia de los propios datos que se difunden en las redes sociales, abordándose conceptos relacionados con la identidad digital (elaboración de un vídeo cv), la privacidad y la seguridad digital a la hora de realizar actividades digitales profesionales. El resto del curso se abordan herramientas y sobre todo protocolos vinculados al campo de la verificación digital: ¿cómo valorar la credibilidad de una fuente o contenido en las redes sociales? Se profundiza en las siguientes redes: Twitter, Facebook y, en menor medida, Instagram, LinkedIn y YouTube. La incidencia en las dos primeras se debe a que son las más utilizadas por los profesionales de la información para la narración de noticias de última hora, en las que el riesgo de confusión aumenta.

Hay una relación estrecha con otras áreas de conocimiento: documentación, periodismo multimedia, fuentes de información... La asignatura también se inclina hacia las Relaciones Internacionales y el Periodismo Internacional en el sentido de que muchos de los materiales analizados hacen referencia a casos de actualidad más allá de las propias fronteras.

Como periodista y como persona, el estudiante solo puede verse beneficiado por una materia que le ayuda a reflexionar sobre la información a la que accede, ganando habilidad en la detección de engaños, y a pensar dos veces antes de "retuitear".

OBJETIVO

Capacitar al alumno para el ejercicio de la función periodística, especialmente en la selección de la información, valoración con criterios objetivos y redacción de textos de acuerdo a las características de los distintos géneros periodísticos

Los fines específicos de la asignatura son:

- Finalizar los estudios del Grado de Periodismo con una comprensión global de cada uno de los géneros periodísticos, sus tipologías, así como el desarrollo práctico de cada uno de ellos.
- Aprender a redactar notas de prensa.
- Conocer y trabajar a fondo la redacción periodística en Redes Sociales.
- Saber adaptar el estilo de redacción periodística a las diferentes plataformas actuales de difusión periodística
- Trabajar con criterios periodísticos basados en la verdad, la objetividad, el servicio público, el bien común, la responsabilidad, la sensibilidad y el compromiso social

CONOCIMIENTOS PREVIOS

El alumno debe haber aprendido las nociones básicas de la asignatura de Redacción Periodística de los cursos previos para garantizar que cumple los requisitos mínimos y que está en disposición para enfrentarse al mundo del Periodismo dominando todos los géneros aprendidos a lo largo de los tres cursos anteriores.

En este sentido, el alumno debe conocer la base de la redacción periodística y escribir con una adecuada sintaxis, gramática y ortografía, así como tener interés por la actualidad informativa.

Además, debe dominar y saber aplicar los conocimientos explicados en la asignatura de Lengua del primer curso, donde se realiza un repaso exhaustivo a las normas de ortografía. Ese aprendizaje es un requisito fundamental para cualquier universitario pero adquiere aún mayor importancia en la carrera de Periodismo y, sobre todo, en una asignatura como Redacción Periodística, que consiste por encima de todo en saber escribir y adquirir un estilo profesional propio de los medios de comunicación. La comisión de faltas de ortografía, por lo tanto, resulta incomprensible y conlleva penalizaciones contundentes en la calificación.

CONTENIDOS

TEMA 0. GÉNEROS PERIODÍSTICOS. Aproximación al género de la opinión

1. Definición de los géneros periodísticos
2. Interpretación y opinión: fronteras lingüísticas de actuación

BLOQUE I. GÉNEROS DE OPINIÓN

TEMA 1. LA OPINIÓN. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

- 1.1. Evolución histórica desde su origen: la retórica
- 1.2. La opinión platónica
- 1.3. La retórica aristotélica: la persuasión
- 1.4. Racionalidad vs. Emotividad
- 1.5. Problemas y engaños de la opinión
 - 1.5.1. El problema de los conceptos
 - 1.5.2. El problema de la verdad
 - 1.5.3. La verdad de la comunicación
 - 1.5.4. Dogmatismo y relativismo
 - 1.5.5. Relativismo y escepticismo
 - 1.5.6. La paradoja
 - 1.5.7. Ideas y creencias
 - 1.5.8. Pluralismo: escepticismo y tolerancia
 - 1.5.9. Prejuicios, estereotipos, tópicos y generalizaciones
- 1.6. Falsos referentes: la persuasión implícita
- 1.7. La necesidad de la opinión: balance entre exceso y reducción. Valor ideológico de la palabra.
- 1.8. La persuasión, el conocimiento y la manipulación
- 1.9. Opinión pública

TEMA 2. ARTÍCULO PERIODÍSTICO O RETÓRICA DE LA PERSUASIÓN

- 2.1. El artículo: género literario para el periódico
- 2.2. La retórica aristotélica: la construcción lingüística y la composición del artículo de opinión
- 2.3. Operaciones del discurso
- 2.4. Los límites de la persuasión

TEMA 3. LA ARGUMENTACIÓN

1. Concepto de argumento
2. Validez de los argumentos
3. Falacias o argumentos erísticos
4. Falacias de ambigüedad
5. Falacias materiales o de inferencia
- 3.6. Falacias de pertinencia o confusión

TEMA 4. LOS GÉNEROS DE OPINIÓN

- 4.1. El artículo editorial
 - 4.1.1. Definición
 - 4.1.2. Funciones periodísticas y sociales del editorial
 - 4.1.3. Estructura y composición de un artículo editorial
 - 4.1.4. Los juicios en el editorial
 - 4.1.5. Tipos de editoriales según sus formas argumentativas
 - 4.1.6. El suelto o la glosa
 - 4.1.7. La influencia del editorial
 - 4.1.8. El consejo editorial: los editorialistas
- 4.2. La columna periodística
 - 4.2.1. El columnismo: la literatura del periódico
 - 4.2.2. Formas de entender la columna periodística
 - 4.2.3. La columna personal
 - 4.2.4. Las tertulias o radio total
- 4.3. La crítica
 - 4.3.1. La crítica: el periodismo cultural
 - 4.3.2. Apunte histórico sobre el sentido de la crítica
 - 4.3.3. Aproximación al concepto de cultura
 - 4.3.4. La cultura de masas
 - 4.3.5. Necesidad de la crítica y problema de valores
 - 4.3.6. La degeneración de la crítica
 - 4.3.7. El artículo de crítica: estructura y composición
 - 4.3.8. Tipología de críticas
 - 4.3.9. Una panorámica de crítica literaria
 - 4.3.10. Críticas de teatro, cine, música, radio y televisión

TEMA 5. EL ANÁLISIS DE COMENTARIOS

- 5.1. Aspectos didácticos
- 5.2. El comentario como texto literario
- 5.3. Diferentes análisis de forma y contenido
- 5.4. Aprender analizando
 - 5.4.1. Lectura atenta del texto
 - 5.4.2. Situación en el contexto
 - 5.4.3. Determinación del tema
 - 5.4.4. Determinación de la estructura
 - 5.4.5. Análisis de la forma partiendo del tema
 - 5.4.6. Conclusión

BLOQUE II. GABINETES Y NOTAS DE PRENSA

TEMA 6. LAS NOTAS DE PRENSA

1. Qué es una nota de prensa
2. Estructura de una nota de prensa
3. Cómo escribir una nota de prensa
4. Cuándo enviar una nota de prensa
5. Mejorar tu visibilidad con un comunicado
6. Dónde publicar notas de prensa

BLOQUE III. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES

TEMA 7. Redes sociales y periodismo

- 7.1. Usos periodísticos de las RRSS
- 7.2. Características de las RRSS.
- 7.3. Formas de comunicarse en las RRSS (Facebook, Twitter, Instagram...)
- 7.4. Pautas de redacción en RRSS
- 7.5. El community manager: definición, funciones y habilidades y gestión de casos reales

TEMA 8. Fake News, Verificación de contenidos

- 8.1. El problema de la desinformación
- 8.2. Estrategias de verificación de contenidos en RRSS

TEMA 9. Ciberseguridad

ACTIVIDADES FORMATIVAS

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del estudiante.

TRABAJO AUTÓNOMO. En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación.

SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL: Incluye entrevistas, grupos de discusión, autoinformes e informes de seguimiento tutorial.

INVESTIGACIÓN: Búsqueda de información a partir de diversas fuentes y documentos, análisis y síntesis de los datos y desarrollo de conclusiones.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases expositivas y participativas 30h Talleres de redacción 16h Talleres de actualidad 10h Evaluaciones 4h	Trabajos individuales 50h Estudio teórico y práctico 30h Aprendizaje en el Aula Virtual 10h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Competencias generales

Descubrir, valorar y contrastar con uno mismo diversas respuestas a las preguntas existenciales que caracterizan la vida personal y comunitaria.

Desarrollar la capacidad de ejercer labores informativas como director o redactor de información periodística en cualquier tipo de soporte mediático tradicional o electrónico bien como trabajador autónomo, por cuenta ajena y en sistemas de autoempleo.

Desarrollar la capacidad para ejercer como responsable de comunicación institucional, como responsable de la dirección de comunicación de una Organización o como gestor de portales, editor de contenidos y consultor de comunicación.

Competencias específicas

Dominar y desarrollar el ejercicio periodístico en entornos multimedia y de la Red.

Adquirir la capacidad para utilizar herramientas y técnicas informativas específicas aplicadas a procesos de producción informativa o promocional.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Diferencia y controla los principios teóricos y prácticos de los géneros periodísticos, especialmente de los de información e interpretación
- Redacta correctamente una noticia de actualidad con criterio periodístico y de acuerdo a la información más relevante
- Ejecuta de forma adecuada el género periodístico de la crónica, con el estilo y la estructura que corresponde
- Analiza y prioriza la información de actualidad gracias a un conocimiento profundo de los temas y un criterio periodístico
- Desarrolla las habilidades propias del género de la entrevista de personalidad
- Investiga a fondo los temas y sabe conseguir información propia para elaborar reportajes

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La asignatura de Tratamiento de la información y Gestión de Redes Sociales incluye un sistema de evaluación continua que exige al alumno constancia en el estudio y en el trabajo por el gran número de ejercicios prácticos que se realizan a lo largo de todo el curso. Para acogerse a este sistema de evaluación continua es imprescindible asistir al menos al 80% de las clases y participar con regularidad

ALUMNOS CON EVALUACIÓN CONTINUA

- Examen final: 40%
- Prácticas y trabajo en el aula (artículos, columnas, editoriales, críticas, reseñas, coberturas de ruedas de prensa, cuestionarios de actualidad, etc): 25%
- Reflexiones y participación en foros: 10%
- Trabajo libro: 10%
- Trabajo sobre documental: 15%

ALUMNOS SIN EVALUACIÓN CONTINUA

-Examen final: 40%

-Prácticas y trabajo en el aula (artículos, columnas, editoriales, críticas, reseñas, coberturas de ruedas de prensa, etc): 25%

-Reflexiones y participación en foros: 10%

-Trabajo libro: 10%

-Trabajo sobre documental: 15%

*Los alumnos que hayan perdido la evaluación continua o se presenten a la convocatoria extraordinaria, deberán haber entregado todas las prácticas y trabajos realizados a lo largo del cuatrimestre antes del examen final.

*Asimismo, si una práctica o el examen presenta tres faltas de ortografía automáticamente esa prueba estará suspendida.

"Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad".

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

BERNAL TRIVIÑO, Herramientas digitales para periodistas: guía práctica para el periodismo online. Editorial UOC, 2014.

CAMINOS, Jose María y ARMENTIA, José Ignacio. Principios básicos de la noticia escrita. Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1997.

CANTAVELLA, Juan y SERRANO, Francisco (coord.) Redacción para periodistas: informar e interpretar. Barcelona: Ariel, 2004.

CANTAVELLA, JUAN. Manual de la entrevista periodística. Barcelona: Ariel, 1996.

CEBRIÁN, M. y FLORES, J. Innovaciones periodísticas en las redes sociales. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2014.

CHRISTAKIS, NICHOLAS. Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan. Madrid: Santillana 2010.

DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. Manual de Redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel, 2003.

GRIJELMO, ALEX. El estilo del periodista. Madrid: Editorial Taurus, 2014.

JARAVA, G. Periodismo en Internet. Cómo escribir y publicar contenido de calidad en la red. Ediciones RobinBook, 2014.

LARRONDO URETA, A. Los géneros en la redacción ciberperiodística. Argitalpen Zerbitzua Servicio Editorial, 2009.

LOZANO, Irene. Son molinos, no gigantes. Cómo las redes sociales y la desinformación amenazan a nuestra democracia. Editorial Península: 2020.

MARQUINA-ARENAS, J. Plan Social Media y community manager. Editorial UOC, 2012.

MARTÍN, Gonzalo. Curso de redacción. Madrid: Ediciones Paraninfo, 2018.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. Géneros Periodísticos. Madrid: Editorial Paraninfo, 1993.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. Curso de Redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo. Madrid: Editorial Paraninfo, 2004.

NOGUERA, J.M. Redes y periodismo. Cuando las noticias se socializan. Editorial UOC, 2012.

PARRA VALVARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. Ciberperiodismo. Editorial Síntesis, 2004. .

PÉREZ-SOLER, S. Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales. Editorial UOC, 2018.

SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa y CASALS CARRO, María Jesús. La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión. Madrid: Editorial Fragua, 2000.

TASCÓN, Mario (dir.) Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Madrid: Galaxia Gutenberg, 2012.

YANES MESA, Rafel. Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa. Madrid: Editorial Fragua, 2004.

Complementaria

AA.VV. Diccionario de la Real Academia de la Lengua. Madrid, 1991.

AGENCIA EFE. "Diccionario de español urgente". Editorial SM. Madrid, 2000.

CARR, NICHOLAS. Superficiales. ¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes? Taurus. Madrid, 2011.

DIEZHANDINO, Ma Pilar. "Criterio Noticioso". Pearson. Madrid, 2009.

GRIJELMO, ALEX. La gramática descomplicada. Madrid: Editorial Taurus, 2006.

KAPUSCINSKI, Ryszard "Los cinco sentidos del periodista: (estar, ver, oír, compartir, pensar)". Fondo de Cultura Económica. Madrid, 2003.

KAPUSCINSKI, Ryszard. "Ébano". Anagrama. Madrid, 2012

LÁZARO CARRETER, FERNANDO. El nuevo dardo en la palabra. Barcelona: Editorial Aguilar, 2003.

ROJAS, PEDRO y REDONDO, MARÍA (2013) Cómo preparar un plan de Social Media Marketing. Ediciones Gestión 2000. Madrid.

WOLFE, Tom. "El nuevo Periodismo". Editorial Anagrama. Barcelona, 1977.