

[másteroficial en periodismo]



Unidad Editorial



CEU
Universidad
San Pablo

ELOMUNDO
[área de formación]

PROGRAMA ACADÉMICO (Curso 2007-2008)

MÓDULO 1: TÉCNICAS PERIODÍSTICAS

1.1. ESTILOS LITERARIOS Y PERIODÍSTICOS

1.1.1. PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

En esta asignatura se pide la elaboración de un reportaje de investigación con el asesoramiento del profesor. Los alumnos, previamente, han recibido información y ejemplos sobre este tipo de periodismo, los diferentes métodos, sus repercusiones jurídicas y políticas.

1.1.2. PERIODISMO GRÁFICO

El Periodismo Gráfico es una materia eminentemente práctica. Se piden a los alumnos numerosos trabajos fotográficos. La fotografía de guerra, la deportiva, la instantánea, de moda, documental, de viajes o el retrato son algunos de los géneros que se explican y practican.

1.1.3. SEMINARIO DE ANÁLISIS DE PRENSA

Los alumnos realizan un análisis comparativo de los periódicos a través de la selección de noticias; el espacio que se dedica a cada una de ellas; el uso de la fotografía... Se compara también la información en la prensa española y en la prensa extranjera.

1.1.4. SEMINARIO SOBRE PRODUCCIÓN DE UN DIARIO

En este seminario se explica cómo se realiza el periódico cada día. Cuáles son las fases del proceso de producción del diario. Las explicaciones teóricas concluyen con una visita por la noche a la rotativa de EL MUNDO, donde los alumnos asisten a la impresión del periódico del día siguiente.

1.1.5. SEMINARIO SOBRE PERIODISMO DEPORTIVO

El periodismo deportivo tiene sus propias reglas en lo que a redacción, obtención de información y gestión de contenidos se refiere. Con este seminario se acercará a los alumnos a esta realidad informativa que difiere en muchos aspectos de otras temáticas periodísticas.

1.2. GÉNEROS, EDICIÓN, DESTREZAS PRÁCTICAS

1.2.1 REDACCIÓN PERIODÍSTICA

Es la asignatura central del Master. A la redacción periodística se dedican dos tercios del total de horas que componen los tres primeros meses de curso.

Se explican los géneros periodísticos y se proponen ejercicios prácticos. Se trabaja, desde el primer día, con el programa de edición Milenium, que es el que actualmente se usa en la redacción de El Mundo, Expansión y Marca.

Por las tardes los alumnos trabajan por grupos, como en la redacción de un periódico con sus diferentes secciones. Las mañanas se dedican, preferentemente, a revisar las

páginas realizadas la tarde anterior y a ampliar conocimientos sobre la redacción periodística y los géneros. Como trabajo final de la asignatura de redacción, cada alumno escribe un reportaje o entrevista para una publicación que se imprime en la rotativa y se distribuye en los medios en los que los alumnos van a realizar sus prácticas.

MÓDULO 2

MEDIOS AUDIOVISUALES Y DIGITALES

2.1. TELEVISIÓN

2.1.1. PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN

Con esta asignatura el alumno se acerca al conocimiento de las estrategias de programación de las cadenas de televisión. ¿Qué es la contraprogramación? ¿Cómo se miden las audiencias? Se habla también de los distintos tipos de programas: ficción, informativos, las simbiosis que se producen entre unos y otros... Para cerrar el programa de la asignatura se presentan las líneas generales del futuro de la programación.

2.1.2. PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

Diseñar un formato de un programa de televisión o preparar el presupuesto y saber qué pasos debe seguir una productora para vender sus productos a las cadenas de televisión, son algunos temas que se abordan en esta asignatura, que además se centra en diversos aspectos relacionados con los reportajes de cámara oculta con los que El Mundo TV ha cosechado éxitos notables.

2.1.3. EL PERIODISTA ANTE LA CÁMARA

¿Cómo se hace una escaleta de televisión?, el total, las colas, lectura de textos ante la cámara, entradillas, salidillas, entonación, ritmo, credibilidad, lenguaje facial, pausas, estilismo, vestuario, maquillaje, peinado, el plató, el prompter, el teleprompter... Estas y otras nociones sobre la televisión se explican a los alumnos en un plató, donde aprenden a ponerse ante una cámara de televisión para hacer información.

2.2. RADIO

2.2.1. PROGRAMACIÓN DE RADIO

A través de esta materia el alumno se acercará a los distintos tipos formatos de radio: informativos, magazine, tertulias, entrevistas... Se analizará la programación de las principales emisoras de radio de nuestro país, así como las estrategias de programación de estas emisoras.

2.2.2 PRODUCCIÓN DE RADIO

Cuáles son los pasos que se siguen en la producción radiofónica. Cómo se preparan los programas, el presupuesto, etc. Son algunos de los aspectos que tratará la asignatura.

2.2.3. PRÁCTICAS DE RADIO EN ESTUDIO.

En los estudios de radio de la Universidad San Pablo-CEU, los alumnos hacen prácticas de redacción y edición de informativos para la radio. También tienen oportunidad de abordar otros géneros como la entrevista o el reportaje radiofónico.

2.3. INTERNET

2.3.1. DISEÑO DE PÁGINAS WEB

Partiendo de una teoría básica se imparten estas sesiones prácticas en las que cada alumno diseña su página web, con el asesoramiento de los profesores. Para poder diseñar una web hay que saber manejar las fuentes, los enlaces, los objetos, las imágenes..., conceptos que se van explicando a medida que se desarrolla el trabajo con el Dreamweaver y Photoshop

2.3.2. PERIODISMO DIGITAL: CONTENIDOS EN LA RED

El objetivo de estas clases es conocer la redacción de un medio en Internet. Entender cómo y en qué aspectos Internet es un nuevo medio que hace que los contenidos se tengan que tratar de distinta manera. Como ejercicios prácticos, se propone la creación de un *periódico on-line*; la realización de un *Especial*, dedicado a un tema de vigencia informativa y enriquecer una noticia en tiempo real utilizando todas las posibilidades de Internet.

2.3.3 PROGRAMA DE EDICIÓN MILENIUM

Los alumnos del Máster reciben un curso de Milenium para poder realizar todos los trabajos en este programa de edición, que es el que se utiliza en las redacciones de los medios escritos del grupo Unidad Editorial.

MÓDULO 3

FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

3.1. HISTORIA, DERECHO Y ÉTICA

3.1.1. HISTORIA DEL SIGLO XX

Esta asignatura persigue un objetivo fundamental: establecer el telón de fondo que permita contextualizar adecuadamente la información del mundo en que vivimos. Un telón de fondo político, social, económico, cultural..., que ofrezca una visión periodística de las bases de nuestro tiempo, con los mínimos que quien desee practicar el periodismo debe conocer. Es también una materia práctica, en la que los alumnos realizan informaciones, crónicas, reportajes, reseñas o críticas de libros y películas.

3.1.2. GRANDES PROTAGONISTAS DE LA CULTURA

La finalidad de esta asignatura consiste en lograr el acercamiento a un elenco de personajes históricos que, por un lado, marcaron la trayectoria cultural en áreas como la literatura, la música, la psicología o el cine y, por otro, adquirieron un

significado paradigmático en relación con épocas concretas. A través de ellos, podemos abordar, por ejemplo, el nacimiento del psicoanálisis o de la música dodecafónica, pero también descubrir el influjo de la Primera Guerra Mundial o de la revolución rusa en la cultura.

3.1.3. DERECHO PARA PERIODISTAS

La revisión de las distintas fases de un proceso penal, desde la investigación -en todas sus formas- con la adopción de medidas o las fórmulas de consenso, hasta la posible presentación de recursos contra las resoluciones judiciales, es uno de los conocimientos claves que necesita tener un periodista que quiera realizar información sobre tribunales. En esta asignatura se incluirán además ejercicios prácticos sobre asuntos relacionados con el Derecho a la información y los procesos judiciales en el campo del periodismo.

3.1.4. SEMINARIO DE LEYES BÁSICAS DE LA COMUNICACIÓN

Este seminario sobre la actividad comunicativa en el Ordenamiento Jurídico español, trata, entre otros asuntos, del reconocimiento internacional de la libertad de prensa; los límites de la libertad de expresión; el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen; el marco jurídico audiovisual; y el estatuto jurídico del profesional de la información, con la cláusula de conciencia y el secreto profesional como cuestiones centrales en la actividad periodística. Se hablará también de casos prácticos.

3.1.5. SEMINARIO DE ÉTICA

La independencia frente a las fuentes, a los poderes públicos y los grupos de presión; la búsqueda de la veracidad; el choque entre los valores periodísticos y los intereses económicos en la empresa; la atención a las minorías; el derecho a la intimidad frente al derecho a conocer son algunas de las cuestiones claves que se abordan en las sesiones de Ética.

3.2. EMPRESA DE COMUNICACIÓN

3.2.1 SEMINARIO DE EMPRESA INFORMATIVA

La actividad periodística no se comprendería del todo si no se conociera el funcionamiento de una empresa informativa: su organización y estructura económica, la gestión del personal, los convenios colectivos, la difusión informativa, la publicidad y el marketing, los procesos de concentración de medios, o la gestión de las nuevas empresas de telecomunicaciones.

3.2.2. SEMINARIO DE MARKETING

En esta asignatura se enseña a entender el Marketing como el conjunto de técnicas, estudios y actuaciones que tratan de conocer las características y preferencias de los consumidores actuales y potenciales, con el propósito de adecuar la oferta de un determinado bien o servicio y así satisfacer mejor, y de forma más rentable, las necesidades del mercado.

3.2.3. HISTORIA ECONÓMICA DEL SIGLO XX

En Historia Económica del siglo XX se propone al alumno un recorrido por los principales acontecimientos que marcaron la vida económica del pasado siglo: el crack del 29; el socialismo; el Estado del Bienestar; la pobreza y el subdesarrollo; la creación del sistema monetario internacional, España y la Unión Europea, la globalización y sus perspectivas. El punto de vista desde el que se tratan todas estas cuestiones tiene mucho que ver con el trabajo de un periodista, que necesita referencias básicas sobre el pasado reciente para poder interpretar los acontecimientos actuales.

3.2.4. PERIODISMO ECONÓMICO ESPECIALIZADO

Se trata de poner a disposición de los alumnos las herramientas de análisis de una realidad económica compleja para que el comunicador sea capaz de llevarla hasta el público con un nivel aceptable y comprensible de conocimientos. Hay que buscar rigor en el manejo de los conceptos, capacidad de relacionarlos y una terminología asequible.

3.3. EXPERIENCIA PROFESIONAL

3.3.1. EXPERIENCIA PROFESIONAL

Como complemento a las clases que reciben los alumnos, se celebran una serie de sesiones de Experiencia Profesional a las que acuden como invitados profesionales destacados del mundo del periodismo. Tras la sesión, los alumnos mantienen una charla coloquio con los periodistas.

3.3.2. SEMINARIO DE ORATORIA

En este seminario se estudia la estructura y partes del discurso y se enseñan algunas técnicas para encontrar argumentos y técnicas de retórica en general, que ayudan al alumno a dominar la expresión oral, a comunicar verbalmente.

MÓDULO 4

LA PRÁCTICA PROFESIONAL

4.1. PRÁCTICAS EN MEDIOS

Durante el tercer trimestre del curso los alumnos realizan prácticas de formación en los medios de las empresas organizadoras: El Mundo, elmundo.es, El Mundo TV, Veo TV, Expansión, Marca, expansion.com, etc. En los meses de veranos (julio, agosto y septiembre) continúan con prácticas retribuidas.