

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Código SNIES: 106628

Calificado Resolución No. 29792 del 29 diciembre de 2017 - Ministerio de Educación Nacional

Misión

El Proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en concordancia con la misión de la Universidad, orientada a "democratizar el acceso al conocimiento", se inscribe en la apertura de los estudios, la investigación, la formación académica y profesional de la comunicación y el periodismo en el ámbito de la ciudad-región. Con ello se busca, dado el actual contexto sociopolítico de la Nación y la urgencia de contribuir a un mejor vivir, el fortalecimiento de los procesos de democratización, cohesión, inclusión y reconstrucción del tejido social.

Visión

El proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo se inscribe en el marco de la excelencia, exaltando la calidad, basada en un programa de alto contenido social y humanístico, con metas de equidad y competitividad, que posibiliten un alto rendimiento de los egresados, fundamentalmente en competencias humanas y ciudadanas. En esta perspectiva, todo el currículo, los saberes, las aptitudes y actitudes están orientadas a la formación profesional e investigativa para el desarrollo social y cultural, generando un sentido de pertenencia y apropiación de la ciudad, la región y de una Colombia verdaderamente democrática con oportunidades para todos.

Perfil del Egresado

El egresado del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas será competente para:

- Investigar, procesar y divulgar comunicación e información de interés local, nacional, regional e internacional.
- Producir contenidos de alta calidad comunicativa y/o periodística, con nuevas estéticas y narrativas socioculturales de la Nación, la Ciudad-región y el mundo.
- Generar contenidos socioculturales y políticos que contribuyan a la construcción de una opinión pública de carácter democrática y social.
- Desarrollar programas comunicativos e informativos de divulgación de la ciencia, la cultura y el arte.
- Participar en la configuración de políticas públicas para formar nuevos actores sociales en la construcción de ciudadanías y el desarrollo social y cultural comunitario.
- Formular, gestionar y coordinar proyectos socioculturales de alto alcance e impacto en las dinámicas de desarrollo local y/o nacional.
- Dirigir y gestionar procesos comunicacionales de carácter estratégico, en organizaciones sociales y entidades públicas y privadas.
- Investigar desde las ciencias sociales y humanas en el campo de la comunicación y el periodismo y participar en redes de investigación interdisciplinarias.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

1. IDENTIFICACIÓN DEL SYLLABUS

FECHA: 01-05-2022	PERIODO: 2022-1		
ASIGNATURA: Electiva Sala de Redacción			
CÓDIGO: 23933	SEMESTRE: II	GRUPO: 052-1	
LÍNEA DE FORMACIÓN: Acciones comunicativas			
CICLO CURRICULAR: Fundamentación			
NÚMERO DE CRÉDITOS:	HTD: _	HTC: _	HTA: _
PROFESOR: Vespasiano Jaramillo Barón / vespasianoj8@gmail.com			

2. DESCRIPCIÓN GENERAL

El saber de esta electiva corresponde a la realización de las primeras prácticas del estudiante en áreas del periodismo y de la comunicación en el campo de la actualidad. Es necesario comenzar a acercarse al ambiente de las salas de redacción y comprender cuál es la ubicación de esta sección en los medios informativos. Se acogerá así el conocimiento del proceso de concepción, administración y desarrollo del trabajo periodístico.

En este sentido se estudiarán las condiciones en que se planifican y organizan las tareas de un medio noticioso, de tal forma que los estudiantes tengan sus primeras experiencias en la conformación de una agenda y sus labores posteriores como la reportería, la escritura o la elaboración de piezas multimedia.

3. JUSTIFICACIÓN

El centro de gestión de contenidos en un medio informativo es la sala de redacción. El lugar de encuentro para la programación de las agendas y del que surgen los productos que se ofrecerán a las audiencias. La formación periodística pasa por el estudio de estos espacios en los que se llevan a cabo actividades centrales del trabajo de editores, reporteros y diseñadores, entre otros.

La planeación, desarrollo y recepción de todo lo que resulta con las misiones encargadas a los reporteros se hacen en la sala de redacción, por lo que el estudiante debe conocer cuáles son los principios, bases y procedimientos que permiten asumir las tareas periódicas y cotidianas en esta área de la comunicación.

4. OBJETIVOS DE FORMACIÓN

1. Aproximarse a los conceptos generales del quehacer periodístico mediante una práctica de planeación de la actividad en una sala de redacción.
2. Aplicar elementos del proceso editorial para el diseño y la elaboración de un producto informativo.
3. Usar herramientas y todo lo requerido para poner en funcionamiento un medio de producción de contenidos.
4. Entender cuáles son los presupuestos y la logística para la operación de un equipo periodístico.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

5. Practicar los géneros periodísticos y otras formas de presentación de los contenidos.

5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Los resultados de aprendizaje son los enunciados que permiten identificar lo que se espera que el estudiante esté en capacidad de hacer, como resultado del proceso académico y las actividades de aprendizaje desarrolladas durante el semestre (Jenkins y Unwin, 2001).

Por tanto, se espera que el estudiante esté en capacidad de:

1. Proponer temas y planear su desarrollo como misiones de los periodistas.
2. Trabajar contenidos utilizando los géneros periodísticos.
3. Administrar la sala de redacción.
4. Suministrar productos a un público o audiencia.
5. Observar el impacto que tiene el servicio de la sala de redacción.

6. NÚCLEOS PROBLÉMICOS

1. ¿Qué aporta la sala de redacción en el medio informativo y en qué condiciones?
2. ¿Cuáles son los pasos de la producción editorial?
3. ¿Qué implica la organización de un grupo de redacción?
4. ¿Cómo se ordena el trabajo periodístico?

7. EJES TEMÁTICOS

1. La concepción del medio informativo

Para qué se fundan medios con el objetivo de informar a las personas sobre el acontecer local, nacional o internacional.

2. Las etapas editoriales

Fases de la actividad periodística.

3. La reportería

Trabajo de campo y recogida de datos.

4. La tecnología y el periodismo

Implicaciones del uso de herramientas tecnológicas en el periodismo.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

8. PLANEACIÓN GENERAL POR CRÉDITOS ACADÉMICOS

Semanas	Temáticas	HTD	HTC	HTA	Evaluación
1 2 horas	Concepción del medio informativo Los objetivos y la razón social del medio de comunicación.	La importancia del consejo editorial.	Elaboración colectiva del documento base de la política editorial.	Observación e investigación sobre los intereses, ideologías y función de los medios informativos.	Trabajo escrito.
2-3 4 horas	La sala de redacción Organización, administración y puesta en marcha de la sala de redacción.	Descripción del trabajo periodístico. Funciones y estructura interna.	Responsabilidades y definición de cargos en clase para organizar la sala de redacción.	Relatoría de los trabajos planeados. Entrega de documentos.	Exposición.
4-7 8 horas	La reportería Misiones periodísticas y consulta de fuentes.	Orientaciones sobre las funciones de los redactores y el proceso periodístico.	Distribución de temas y tareas de la sala de redacción.	Informes sobre el trabajo de campo y reportes del caso.	Trabajos escritos.
8-10 6 horas	La producción del medio Formas de producir para llevar a un público lo que elabora la sala de redacción.	Análisis de las técnicas y tecnologías. Los formatos y la diversidad de medios.	Trabajo en grupos y exposiciones temáticas.	Bocetos o borradores de un medio elegido.	Exposición.
11-12 4 horas	La distribución ¿Cómo llega el producto al público?	Importancia del plan de distribución para llevar hasta el fin la actividad de la sala de redacción.	Plan de trabajo para poner en circulación lo que se produjo durante el ejercicio periodístico.	Ejercicio de retroalimentación e interacción con la audiencia.	Conversatorio.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

13 2 horas					Visita a sala de redacción
14-15 4 horas					Evaluación y ejercicio - lectura de libro.
16 2 horas					Evaluación final.

9. COMPETENCIAS

Los estudiantes, según las necesidades de un mundo globalizado y de un mercado laboral y social cada vez más exigente, deberán estar en la capacidad de asumir y responder por las siguientes competencias:

En lo académico:

Sabe cómo concebir un medio informativo y estructura las diferentes áreas o secciones que lo componen.

En lo profesional:

Puede asumir el control en un proyecto de medios de comunicación.

En lo investigativo:

Descubre y asimila productivamente los problemas que se presentan en cada proceso.

10. METODOLOGÍA

(Descripción de la metodología de acuerdo a las modalidades de trabajo contenidas en la normatividad de la universidad: 1. Créditos académicos: trabajo directo, cooperativo y autónomo)

Trabajo Directo

Se realizará mediante explicaciones en clase y lecturas propuestas según el desarrollo de la materia. Incluye debates y exposiciones de los estudiantes

Trabajo Cooperativo

Se reproducirán las condiciones de una sala de redacción con cargos y la asignación de tareas individuales. El trabajo en equipo será la clave.

Trabajo Autónomo



UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

La iniciativa particular y la participación tendrán una atención especial en lo que vaya resultando de la clase. Igual el cumplimiento de trabajos académicos y de entregas de tareas asignadas dentro de la práctica periodística.

11. EVALUACIÓN

Seguimiento evaluativo en relación con las competencias y modalidades de trabajo contenidas en la normatividad de la universidad.

Se privilegia la evaluación formativa y se tendrán en cuenta las siguientes fechas para entrega de actividades:

Mediado por la: Heteroevaluación-Coevaluación-Autoevaluación.

Los indicadores son:

1. Lecturas y comprensión de textos
2. Trabajos en grupo y aportes a los productos que se elaborarán en la clase.
3. Cumplimiento de entregas según los cronogramas acordados para el cierre del medio periodístico.
4. En general, se tiene en cuenta asistencia a clases y a consejos de redacción, presentación de lo planeado en reportería y participación en el conjunto de actividades.

12. BIBLIOGRAFÍA, HEMEROGRAFÍA, CIBERGRAFÍA GENERAL Y/O ESPECÍFICA:

Fundamental

1. Abraham Santibáñez. Periodismo Interpretativo. 1997.
2. Armand Mattelart, Michele Mattelart. Historia de las teorías de la comunicación, Editorial Paidós, 1997.
3. Daniel Samper Pizano. Antología de grandes reportajes colombianos. Editorial Andrés Bello, 1995.
4. Marín, Carlos. Manual de Periodismo. Grijalbo, México. 2004.
5. Mar de Fontcuberta. Miguel Salguero. La noticia, pistas para percibir el mundo. 2007. Editorial Paidós. 1993.
6. Roberto Herrscher. Periodismo Narrativo. RIL Editores, Santiago de Chile. 2009.
7. Teun A. van Dijk. La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información, Editorial Paidós Comunicación. 1990.
8. Chiappe Doménico. Tan real como la ficción. (Herramientas narrativas en periodismo). Editorial Laertes. 2010.

Complementaria



**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

1. Olga del Pilar López Betancur Amarilla y roja: estéticas de la prensa sensacionalista. 2005.
2. Pavlik, Jhon. El Periodismo y los nuevos medios de comunicación. Paidós, Barcelona. 2007.

Recursos Web:

1. Periódicos varios, locales, e internacionales.

13.

SOCIALIZACIÓN DEL SYLLABUS

FECHA: 01-05-2022

NOMBRE DEL ESTUDIANTE VEEDOR:

ACUERDOS ADICIONALES:
