

<b>PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EDITORIALES</b>						
<b>I.- DATOS GENERALES</b>						
Nombre de la Carrera o Programa: <b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>						
Nombre de la Asignatura: Producción de Contenidos Editoriales						
Departamento y/o cátedra: Periodismo						
Régimen: <i>Semestral</i>				Número de Unidades Crédito: 4		
Ubicación en el plan de estudios: Semestre A de la concentración Periodismo						
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:		
Obligatoria	x	Electiva		Teóricas:	2	Prácticas/Seminarios 2
Prelaciones/Requisitos: Procesos Editoriales			Asignaturas a las que aporta: De la concentración <u>Periodismo</u> : Periodismo Transmedia, Gestión de Medios Informativos y Trabajo Final de Concentración			
<b>Fecha de aprobación del Programa por el Consejo de Facultad:</b> 14 de marzo de 2022						

<b>II.- JUSTIFICACIÓN</b>
<p>El comunicador social de hoy debe estar preparado para asumir no solo las funciones dentro de un medio o empresa de comunicación y administrar la información de tal manera que respete su “personalidad”, sino también para convertirse él mismo en generador de nuevas empresas editoriales de publicación continua y de proyectos editoriales independientes. Con esta materia, el estudiante comprenderá su papel de promotor y emprendedor en la industria editorial periódica, ya sea en la creación, gestión y desarrollo de proyectos propios o en calidad de asesor; además, entenderá el abordaje interdisciplinario: cómo se interrelacionan el diseño gráfico, el mercadeo, la teoría de la organización y los géneros periodísticos en las empresas, junto con la distribución de contenidos y la monetización. Esta materia pone al estudiante de la UCAB a la par de sus iguales de otros países, como España, donde este tema es objeto de estudios de especialización.</p> <p>Adicionalmente, con los conocimientos adquiridos en esta asignatura, el estudiante conocerá los procesos y elementos primordiales que caracterizan el desarrollo cotidiano de la tarea periodística en los medios impresos y digitales y será capaz de elaborar proyectos editoriales de publicación continua.</p>



Los cambios y transformaciones serán una constante en el mundo de la comunicación el periodismo y es por ello que debemos inspirar y motivar al profesional egresado para innovar y emprender nuevas iniciativas periodísticas, que sean sustentables, transparentes y conectadas con sus audiencias y comunidades, para que su acción en el campo profesional sea la de enfrentarse a los retos y generar transformaciones.

### III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:

Competencia general: Aprender a trabajar con el otro

Formula y gestiona proyectos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnostica necesidades que pueden ser abordadas por proyectos</li> <li>2. Formula proyectos de acuerdo con las necesidades del contexto</li> <li>3. Gestiona las acciones del equipo para ejecutar el proyecto</li> <li>4. Evalúa los resultados del proyecto</li> <li>5. Comunica a otros las lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto</li> </ol>
Participa y trabaja en equipo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica roles y funciones de todos los miembros del equipo</li> <li>2. Realiza las tareas establecidas por el equipo</li> <li>3. Cumple diversos roles dentro del equipo</li> <li>4. Utiliza formas de comunicación que favorecen las relaciones de interdependencia</li> <li>5. Coordina las acciones del equipo hacia el logro de la meta común</li> </ol>
Competencia profesional básica: Se comunica efectivamente	
Se expresa correcta y adecuadamente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produce mensajes adecuados a la situación comunicativa</li> <li>2. Elabora textos coherentes de distinto orden o género</li> <li>3. Estructura frases y oraciones según las convenciones gramaticales</li> <li>4. Escribe textos ortográficamente adecuados</li> <li>5. Utiliza técnicas de expresión oral</li> <li>6. Evalúa la idoneidad de un mensaje</li> </ol>
Utiliza el lenguaje visual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transmite un mensaje en imágenes</li> <li>2. Utiliza adecuadamente elementos visuales para acompañar un mensaje verbal</li> </ol>
Utiliza las tecnologías de la información y la comunicación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utiliza adecuadamente las TIC para la obtención y procesamiento de información</li> <li>2. Utiliza adecuadamente las TIC para</li> </ol>



	<p>la difusión de contenidos comunicacionales</p> <p>3. Se actualiza permanentemente en relación con las TIC</p> <p>4. Valida la información que obtiene de Internet</p>
Emplea las teorías de la comunicación	<p>1. Demuestra en su actuación que conoce cómo opera el fenómeno comunicacional</p> <p>2. Utiliza las técnicas y herramientas de la comunicación social para la obtención y procesamiento de datos</p> <p>3. Analiza el impacto de mensajes comunicacionales sobre una comunidad.</p> <p>4. Evalúa tanto la eficiencia como la orientación ética de sus intervenciones</p>
Competencia profesional básica: Crea mensajes para una audiencia	
Produce textos adecuados al contexto	<p>1. Diferencia las características y convenciones de los géneros utilizados en la comunicación social</p> <p>2. Determina las características de las audiencias objetivo</p> <p>3. Selecciona el medio adecuado para transmitir un mensaje</p> <p>4. Utiliza adecuadamente el lenguaje para crear textos con distinto propósito y formato, y para distintas audiencias y medios</p> <p>5. Utiliza adecuadamente las TIC para la elaboración y difusión de mensajes</p>
Evalúa el texto	<p>1. Construye criterios de análisis para examinar un producto comunicacional</p> <p>2. Distingue situaciones que cumplan o incumplan los marcos éticos y legales de la profesión</p> <p>3. Determina si el texto contraviene valores sociales</p>
Competencia profesional específica: Crea textos periodísticos	
Evalúa textos periodísticos	<p>1. Evalúa el texto según criterios éticos y jurídicos</p>
Produce textos periodísticos	<p>1. Diferencia géneros periodísticos</p> <p>2. Utiliza la metodología adecuada para discriminar audiencias y sus condiciones de recepción e interacción</p> <p>3. Analiza las características y posibilidades de distintos medios</p> <p>4. Selecciona el género que mejor se ajusta a la audiencia, al medio y a la situación comunicativa</p> <p>5. Utiliza adecuadamente el lenguaje</p>



	para crear mensajes informativos 6. Maneja las distintas herramientas tecnológicas asociadas a las plataformas
--	---

IV.- CONTENIDOS	
<p>Unidad I.</p> <p>La conceptualización de la empresa editorial de producción continua</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transformaciones del periodismo. De la prensa escrita y sus modelos (periódicos, revistas) a los formatos y plataformas digitales.</li> <li>2. La investigación en el mercadeo editorial.</li> <li>3. Factores internos y externos que intervienen en la concepción editorial.</li> <li>4. Del periódico impreso como modelo de negocio a los nuevos modelos de negocio de la comunicación. Premisas.</li> <li>5. El desarrollo de una idea. Emprender. ¿Por qué los periodistas deciden lanzar sus propios medios? Cómo mantener la ética periodística como emprendedor. El fin de la separación comercial y editorial. Ejemplos de políticas de ética sobre la relación con los anunciantes.</li> <li>6. Idear un producto editorial: identificación de problemas o necesidades de comunidades/audiencias. Cómo reconocer una “buena idea” para un proyecto periodístico. Cómo definir una propuesta de valor única. El concepto de periodismo social. Cómo usar un mapa de empatía.</li> </ol>
<p>Unidad II.</p> <p>Las dinámicas de trabajo en el periodismo. Transformaciones en la era digital</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ética. Política y línea editorial. Declaración de principios. Temas y palabras tabú. El libro o manual de estilo periodístico: concepto, funciones y características.</li> <li>2. La gerencia de la información: el diseño editorial.</li> <li>3. La redacción como unidad básica del trabajo periodístico.</li> <li>4. Los cambios en la organización del trabajo periodístico: rutinas y desafíos de la comunidad virtual de periodistas y colaboradores.</li> <li>5.- El panorama actual de la industria de medios a nivel local e internacional. El rol de los medios nativos digitales. Los medios digitales frente a los desiertos mediáticos.</li> <li>6.- Cómo construir equipos.</li> </ol>
<p>Unidad III.</p> <p>Edición y producción editorial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Edición de textos impresos (periódicos y revistas). Edición electrónica y multimedia. Corrección de estilo.</li> <li>2. Soportes y formatos.</li> <li>3. Diseño en las narrativas digitales. Elementos gráficos y recursos multimedia.</li> <li>4. Creación de nuevos proyectos utilizando <i>Design Thinking</i>. Buscar soluciones periodísticas pensando en la audiencia-usuarios.</li> <li>5. Cómo identificar audiencias y formar comunidades.</li> </ol>



<p>Unidad IV.</p> <p>La monetización de la producción editorial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño de un modelo de negocio para un medio.</li> <li>2. Formación de organizaciones.</li> <li>3. Introducción a la publicidad y cómo funciona en los medios digitales.</li> <li>4. Otras vías para monetizar: apoyo de las audiencias y fuentes de ingreso emergentes.</li> <li>5. Medir impactos: la ejecución del proyecto en números. Cómo y para qué medir el impacto del medio o el proyecto periodístico.</li> </ol>
---	--

#### V.- ESTRATEGIAS DE ENSEANZA Y APRENDIZAJE

DOCENTES	ESTUDIANTES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clase magistral</li> <li>2. Estudio de casos</li> <li>3. Presentación de ejemplos de diversos tipos de publicaciones (impresas y digitales)</li> <li>4. Uso de tecnologías de información y comunicación para brindar contenidos y materiales adicionales al estudiante</li> <li>5. Dilemas morales para discutir situaciones relacionadas con la ética periodística</li> <li>6. Análisis comparativo de productos periodísticos impresos y digitales</li> <li>7. Presentación de modelos</li> <li>8. Desarrollo de prácticas específicas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lectura de los temas</li> <li>2. Atención, participación y formulación de dudas en clases presenciales</li> <li>3. Levantamiento gráfico para la elaboración de una publicación</li> <li>4. Trabajo en equipo</li> <li>5. Estudio de contenidos teóricos autoevaluables</li> <li>6. Análisis creativo y crítico de textos y de casos</li> <li>7. Desarrollo de textos periodísticos</li> <li>8. Discusión y debate en aula o fuera de aula</li> <li>9. Análisis crítico de materiales</li> </ol>

#### VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACION

Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura *Producción de Contenidos Editoriales* son:

1. Evaluación de ensayos, informes y de textos periodísticos.
2. Discusiones y debates.
3. Pruebas cortas, orales o escritas.
4. Elaboración de un proyecto editorial de publicación continua.
5. Portafolios.
6. Estudios de caso.
7. Blogs.

#### VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

##### TEXTOS

##### Bibliografía básica general:

Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques*



*críticos*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Barr, C. (2010). *The Yahoo! Style Guide. The ultimate sourcebook for writing, editing, and creating content for the digital world*. Nueva York: St. Martin's Griffin.

Beltrán, R. (1997). *Publicidad en medios impresos*. México: Editorial Trillas.

Cagé, J. (2016). *Salvar los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama. → Disponible fragmento (ePub)

Castro, E. y Feijóo, A. (2000) *Guía de redacción de géneros periodísticos para estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello*. Caracas: UCAB.

Costa, J. (2000). *Identidad corporativa*. México: Editorial Trillas.

De Buen Unna, J. (2008). *Manual de diseño editorial* (3ª ed.). Gijón: Trea.

De Sagastizábal, L. y Esteves Fros, F. (Comps.) (2009). *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós.

Diez, F. (1996). *Lenguaje y periodismo*. México: Editorial Trillas.

El Nacional. *Manual de estilo* (6ª ed.) (2014). Caracas: Los Libros de El Nacional.

El País. *Libro de estilo* (16ª ed.) (2014). Madrid: Aguilar.

Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Galán, J., Aguado, G., Caro, F. J., & Manfredi, J. L. (2017). *Empresa informativa XXI. Planificación estratégica*. Madrid: Síntesis.

Galán-Gamero, J., & Aguado-Guadalupe, G. (2014). *Periodismo emprendedor: planificación y desarrollo de empresas informativas*. Madrid: McGraw-Hill.

García-Avilés, J. A., Carvajal Prieto, M., & Comín, M. (2016). *Cómo innovar en periodismo. Entrevistas a 27 profesionales*. → Disponible gratis en línea

García, A. Parra, D. y Rojo, P. (2007). *Nuevas tecnologías para la producción periodística*. Madrid: Siranda Editorial.

García, A. Parra, D. y Rojo, P. (2007). *Tecnologías de la información en la producción periodística*. Madrid: Universitas.

Grijelmo, A. (2014). *El estilo del periodista*. Madrid: Editorial Taurus.

Guadarrama, M. (1989). *Planificación y diseño de una publicación*. Caracas: UCAB.

Iglesias, F. (2001). *Marketing periodístico*. Barcelona: Ariel.

Jarvis, J. (2014). *El fin de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Gestión 2000. → Disponible fragmento

Manfredi, J. (2000). *Manual de producción periodística*. Sevilla: MAD.



- Manfredi, J. L. (coord.) (2015). *Innovación y periodismo: emprender en la Universidad*. → Disponible gratis
- Márquez, A. (1985). *La comunicación impresa. Teoría y práctica del lenguaje periodístico*. Caracas: Editorial Centauro.
- Martínez de Sousa, J. (2004). *Diccionario de bibliología y ciencias afines* (3ª ed.). Gijón: Trea.
- Nadal Badal, O. (2011). *Manuales tipográficos para compositores, correctores e impresores*. Madrid: Unión de Correctores de España.
- Nafría, I. (2017). La reinención de The New York Times. Knight Center for Journalism in the Americas at the University of Texas at Austin. → Disponible gratis |
- Nafría, I. & Mioli, T. (2017). Periodismo innovador en América Latina. Knight Center for Journalism in the Americas at the University of Texas at Austin. → Disponible gratis
- Orozco, E. (2003). *Edición de diarios: una estrategia para el diseño de periódicos*. Caracas.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deusto.
- Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Nueva gramática de la lengua española (manual)*. Madrid/Bogotá: Espasa/Planeta.
- Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Ries, E. (2012). *El método Lean Startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Deusto (Grupo Planeta).
- Rivadeneira, R. (1996). *Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México: Editorial Trillas.
- Salaverría, R. (ed.) (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Fundación Telefónica & Editorial Ariel. → Disponible gratis.
- Sánchez, H. (ed.) (2016). *Nuevos retos para el periodista. Innovación, creación y emprendimiento*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Sohn, A., Ogan, C. y Polich, J. (1988). *La dirección de la empresa periodística*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Sullivan, K. D. y Eggleston, M. (2006). *The McGraw-Hill Desk Reference for Editors, Writers, and Proofreaders*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Sutton, Albert. (1977). *Concepción y confección del periodista*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Tascón, M. (Dir.) (2012). *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Fundéu BBVA, Galaxia Gutenberg.
- Tejedor, Basilio. (2000). *El arte de la redacción profesional. Teoría y praxis*. Caracas: UCAB.
- Verde Arocha, C. (2013). *Cómo editar y publicar un libro. El dilema del autor*. Caracas: Eclipsidra.



Yuste, B., & Cabrera, M. (2014). *Emprender en periodismo: nuevas oportunidades para el profesional de la información*. Barcelona: Editorial UOC.

### **Informes:**

SembraMedia (2017). *Punto de Inflexión. Impacto, amenazas y sustentabilidad*. → Disponible gratis

SembraMedia (2018). *Punto de partida. Enseñar para el periodismo del futuro*. → Disponible gratis

Anderson, C.W., Bell, E. & Shirky, C. (2012). *Periodismo postindustrial: adaptación al presente*. → Disponible gratis

### **Artículos académicos:**

Aceituno-Aceituno, P., Bousoño, C., Herrera, F (2014). *Una propuesta para impulsar el espíritu emprendedor y la capacitación en el futuro de la profesión periodística* → Disponible en línea

Aceituno-Aceituno, P., Casero-Ripollés, A., Escudero-Garzás, J.-J., & Bousoño-Calzón, C. (2018). *Formación universitaria sobre el emprendimiento en proyectos empresariales de comunicación y periodismo*. *Comunicar*, 26 (57), 91-100. → Disponible en línea

Aguila, M. S. G., Rojano, F. J. P., & Batlle, P. F. (2015). *El emprendimiento en periodismo. La actitud de los estudiantes*. *Opción*, 31 (6), 351-368. → Disponible en línea

Casero-Ripollés, A., & Cullell March, C. (2013). *Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio*. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19, 681-690. → Disponible en línea

Deuze, M. (2017). *Considerando el futuro del periodismo digital*. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 8 (1), 9-18. → Disponible en línea

Gutiérrez, F. M., & de la UCM Madrid, D. (2013). *El periodismo emprendedor en España: una alternativa para contextos de crisis*. *Índice*, 75. → Disponible en línea

Loor, M. (2018). *Periodismo emprendedor y transmedia en Ecuador: Un estudio etnográfico de GK y La Posta*. # PerDebate 2. → Disponible en línea

Manfredi Sánchez, J. L., Rojas-Torrijos, J. L., & Herranz de la Casa, J. M. (2015). *Innovación en el periodismo emprendedor deportivo: modelo de negocio y narrativas*. *El profesional de la información*, 24 (3), 265-273. → Disponible en línea  
17

Sánchez, J. M., Torrijos, J. R., & de la Casa, J. H. (2015). *Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 69-90. → Disponible en línea

### **Entrevistas y artículos periodísticos:**

Cirelli, N. (2018). *7 periodistas emprendedores hablan de sus proyectos*. Recuperado de SembraMedia.

Contreras, P. (2019). *Diego Salazar: "Los medios han sido cómplices en la destrucción del modelo de negocios"*. Recuperado de Puroperiodismo.

Contreras, P. (2019). *Tres ideas clave para enseñar periodismo emprendedor en universidades*.



Recuperado de SembraMedia.

Cucarella, L. (2019). Pepe Cerezo: “Los modelos de suscripción van a provocar una profunda transformación de los medios”. Recuperado de Laboratorio de Periodismo.

Esquivel, D. (2019). Cómo enfrentar una negociación de forma exitosa. Recuperado de SembraMedia.

Nafría, I. (2018). Ignacio Escolar: “Si el primer cliente es el lector, el periodismo gana”. Recuperado de SembraMedia.

Nafría, I (2018). Joan Checa: “Tenemos un lector lo suficientemente concienciado como para entender que un medio necesita por lo menos dos vías de financiación: la aportación de los socios y la publicidad”. Recuperado de SembraMedia.

#### **Sitios web, blogs, boletines y podcasts:**

Club de creadores es un podcast de conversación con creadores que están cambiando la industria de plataformas y contenido en español. Hay entrevistas con Carolina Guerrero, de Radio Ambulante y Mercedes D'Alessandro, de Economía Feminista, entre otras.

SembraMedia tiene un blog con contenidos sobre periodismo emprendedor en Iberoamérica. También tienen un boletín con contenido propio y agregación de noticias.

Laboratorio de Periodismo es una iniciativa de la Fundación Luca de Tena en España que cubre las transformaciones en los medios, en su negocio y en la demanda de nuevos perfiles profesionales. Tienen un boletín semanal que recopila contenidos propios y seleccionan publicaciones de otros medios.



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO - Urb. Montalbán, Apto. 20332, Caracas-1020, Venezuela.  
Módulo IV, Piso 3. Teléfono: +58-212-407.4232 – URL: [www.ucab.edu.ve](http://www.ucab.edu.ve)  
RIF J-00012255-5

