

<b>PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PARA MEDIOS II</b>					
<b>I.- DATOS GENERALES</b>					
Nombre de la Carrera o Programa: <b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>					
Nombre de la Asignatura: Producción de Contenidos para Medios II					
Departamento y/o cátedra: Periodismo					
Régimen: <i>Semestral</i>			Número de Unidades Crédito: 4		
Ubicación en el plan de estudios: Cuarto semestre					
Tipo de asignatura:		Nº horas semanales:			
Obligatoria	x	Electiva	Teóricas:	1	Prácticas/Seminarios 3
Prelaciones/Requisitos:			Asignaturas a las que aporta: Del <u>ciclo básico</u> : Periodismo.		
Fecha de aprobación del Programa por el Consejo de Facultad: 28/9/2015					

<b>II.- JUSTIFICACIÓN</b>	
En la asignatura <i>Producción de Contenidos para Medios II</i> se perfecciona el uso del código escrito estudiado en las materias <i>Comprensión y Producción de Textos Escritos</i> y <i>Comunicación Escrita</i> al incorporarle la idea de finalidad. Se busca que el estudiante produzca textos escritos correctamente y con un fin específico (informar, persuadir o entretener) y que puedan reproducirlos para entornos digitales.	
<b>III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS</b>	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
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> </ol>
Comprende textos orales o escritos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reproduce información obtenida de fuentes orales o escritas</li> <li>2. Realiza inferencias a partir de informaciones obtenidas de fuentes orales o escritas</li> <li>3. Relaciona informaciones sobre la base de sus conocimientos previos o de la intertextualidad</li> </ol>

	4. Evalúa críticamente un texto oral o escrito
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 la difusión de contenidos comunicacionales</li> <li>3. Se actualiza permanentemente en relación con las TIC</li> <li>4. Valida la información que obtiene de Internet</li> </ol>
Emplea las teorías de la comunicación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demuestra en su actuación que conoce cómo opera el fenómeno comunicacional</li> <li>2. Utiliza las técnicas y herramientas de la comunicación social para la obtención y procesamiento de datos</li> <li>3. Analiza el impacto de mensajes comunicacionales sobre una comunidad</li> <li>4. Evalúa críticamente un producto comunicacional</li> </ol>
Competencia profesional básica: Interpreta la realidad social	
Investiga la realidad cultural y social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obtiene información de fuentes confiables mediante métodos de investigación y procesos documentales propios de la comunicación social</li> </ol>
Competencia profesional básica: Crea textos para una audiencia	
Investiga contenidos divulgables	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica problemáticas o situaciones pertinentes desde el punto de vista comunicacional</li> <li>2. Obtiene información de fuentes confiables mediante métodos de investigación y procesos documentales propios de la comunicación social</li> <li>3. Utiliza adecuadamente las TIC para la obtención y procesamiento de datos</li> </ol>
Produce textos adecuados al contexto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diferencia las características y convenciones de los géneros utilizados en la comunicación social</li> <li>2. Determina las características de las audiencias objetivo</li> <li>3. Utiliza adecuadamente el lenguaje para crear textos con distinto propósito y formato, y para distintas audiencias y medios</li> <li>4. Utiliza adecuadamente las TIC para la elaboración y difusión de mensajes</li> </ol>
Competencia profesional básica: Produce obras de creación de naturaleza comunicacional	
Promueve la obra	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utiliza las herramientas y plataformas básicas</li> </ol>



	para difundir un producto audiovisual, editorial o escénico
--	-------------------------------------------------------------

#### IV.- CONTENIDOS

Unidad I. Estilos de redacción para comunicación masiva	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estilo informativo <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Características del estilo informativo: claridad, concisión, precisión y fuerza</li> <li>1.2. La pirámide invertida: definición y características</li> <li>1.3. Las 5WH</li> <li>1.4. El lenguaje periodístico</li> <li>1.5. Usos y modos del lenguaje periodístico: mayúsculas, siglas, guarismos. El entrecorillado y la atribución de fuentes</li> </ol> </li> <li>2. Estilo persuasivo <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Los géneros de opinión: Formulación de tesis. La argumentación. La contextualización</li> <li>2.2. Redacción para publicidad <ol style="list-style-type: none"> <li>2.2.1. El eslogan: reglas de redacción</li> <li>2.2.2. Estilo de redacción del mensaje publicitario</li> </ol> </li> <li>2.3. Otros tipos de mensajes escritos en publicidad: trípticos informativos, brochures</li> </ol> </li> </ol>
Unidad II. Lenguaje, estilo y ética	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El adjetivo y el adverbio</li> <li>2. Juicios de valor a través del léxico</li> <li>3. Lenguaje sexista, etiquetas, tropismo, juicios de valor <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Presencia de estos elementos éticos en publicidad de radio y TV</li> </ol> </li> </ol>
Unidad III. Redacción para medios digitales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relación del texto con otros elementos multimedia</li> <li>2. Adaptación del lenguaje periodístico impreso al lenguaje digital</li> <li>3. Características particulares de la escritura web: "usabilidad" del texto escrito para web, palabras clave, enlaces</li> <li>4. Herramientas para medios digitales: blogs, portales informativos, redes sociales</li> <li>5. Características de escritura para cada red social: según su intención comunicacional (informativa, persuasiva o de entretenimiento)</li> </ol>

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

DOCENTES	ESTUDIANTES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exposición de los contenidos de la materia de una manera organizada y coherente, sin que sean clases magistrales</li> <li>2. Presentación y discusión en clase de ejemplos de mensajes informativos, persuasivos y de entretenimiento para detectar las características de los textos de este tipo de mensajes</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisión crítica de la bibliografía de la materia y búsqueda de nuevos aportes</li> <li>2. Revisión de páginas web informativas para analizar su adecuación a los códigos escritos de los medios digitales</li> <li>3. Comparación y análisis crítico entre lo impartido por el docente en las exposiciones teóricas y la realidad plasmada en los</li> </ol>



3. Presentación de ejemplos de páginas web informativas para revisar su adecuación a las características de la redacción para medios digitales vistas en las exposiciones teóricas	ejemplos 4. Búsqueda activa de ejemplos de mensajes y páginas web que puedan o no cumplir con las características vistas en clase, para su discusión
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

<p>Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura <i>Producción de Contenidos para Medios II</i> son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudios de caso.</li> <li>2. Prácticas.</li> <li>3. Lectura crítica y análisis de columnas y artículos de opinión.</li> <li>4. Elaboración de portafolio.</li> <li>5. Control de lectura.</li> <li>6. Elaboración de proyecto.</li> <li>7. Debate acerca de los usos del lenguaje en función de la ética.</li> <li>8. Revisión y discusión de páginas especializadas en ética y lenguaje.</li> <li>9. Ensayo sobre lecturas relacionadas con el tema.</li> <li>10. Prácticas evaluadas (portafolio digital).</li> <li>11. Realización de proyectos (crear un medio digital).</li> </ol>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<p><b>TEXTOS</b></p> <p><b>Bibliografía básica general:</b></p> <p>Abreu, C. (2003). <i>El periodismo en internet</i>. Caracas: Fondo Editorial Humanidades UCV.</p> <p>Cabrera, A. y Pelayo, N. (2001). <i>Lenguaje y comunicación</i>. Caracas: Libros de El Nacional.</p> <p>El Nacional. (2010). <i>El Nacional. Manual de estilo</i>. Caracas: Los Libros de El Nacional.</p> <p>El País. Libro de estilo (22ª ed.) (2014). Madrid: Aguilar.</p> <p>Franco, A. (1999). <i>Curso de Lengua, ortografía y morfosintaxis para estudiantes de Comunicación Social</i>. Maracaibo: La Universidad del Zulia.</p> <p>Grijelmo, A. (2008). <i>El estilo del periodista</i>. Madrid: Taurus.</p> <p>Martínez A., J. (1972). <i>Curso general de redacción periodística</i>. Barcelona: A.T.E.</p> <p>Núñez Noda, F. (2009). <i>Comunicación digital y web</i>. Caracas: Libros de El Nacional.</p> <p>Real Academia Española. (2002). <i>Ortografía de la lengua española</i>. Madrid: Santillana.</p> <p>Real Academia Española. (2005). <i>Diccionario panhispánico de dudas</i>. Madrid: Santillana.</p> <p><b>Bibliografía adicional:</b></p> <p>Delgado F., C. (coord.) (2011). <i>Medialidades: convergencia digital y las transformaciones de la comunicación social en la Venezuela actual</i>. Caracas: Los Libros de El Nacional.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Díaz Noci J. y Salaverría R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis: comprensión de los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.

Grijelmo, A. (2014). *En la punta de la lengua*. Madrid: Aguilar.

Lizano, R. (2010). *Manual de géneros periodísticos*. Puerto Ordaz: UCAB.

Marín, C. (2008). *Manual de periodismo*. México, D.F.: De Bolsillo.

Sainz de R., F. (1990). *Diccionario español de sinónimos y antónimos*. Madrid: Aguilar.

Tejedor, B. (2000). *El arte de la redacción profesional*. Caracas: UCAB.

#### **PÁGINAS WEB**

Real Academia de la Lengua Española. <http://www.rae.es/>

Fundación para el Español Urgente <http://www.fundeu.es/>

#### **Otras páginas web:**

Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. <http://www.fnpi.org><http://www.fnpi.org/>

Clases de Periodismo. <http://www.clasesdeperiodismo.com><http://www.clasesdeperiodismo.com/>

#### **GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO**

##### **Hemeroteca**

Fogel, J. F. (2009, julio 12). "Las 11 claves del periodismo web. El Gerundio, los dos puntos y una lección". *Últimas Noticias*.

