

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE  
DIVISIÓN DE  
DEPARTAMENTO DE  
CARRERA DE LIC. EN PERIODISMO



*PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS*

Construcción de la agenda informativa



Universidad Guadalajara

Centro Universitario de

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

**Centro Universitario:**

Centro Universitario de

**Departamento:**

**Academia:**

**Nombre de la unidad de aprendizaje:**

Construcción de la agenda informativa

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
_____	34	17	51	6

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera	Prerrequisitos :
<input type="checkbox"/> <u>C</u> = curso <input type="checkbox"/> CL = curso laboratorio <input type="checkbox"/> L = laboratorio <input type="checkbox"/> P = práctica <input type="checkbox"/> T = taller <input type="checkbox"/> CT = curso – taller <input type="checkbox"/> N = clínica <input type="checkbox"/> M = módulo <input type="checkbox"/> S = seminario	<input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Técnico Superior <input type="checkbox"/> <u>Licenciatura</u> <input type="checkbox"/> Especialidad <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado	<input type="checkbox"/> <u>Periodismo</u> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

**Área de formación:**

**Elaborado por:**

**Revisado por:**

**Fecha de elaboración:**

Noviembre de 2011

**Fecha de última actualización:**

## 2. PRESENTACIÓN

Los medios informativos y los periodistas necesitan construir la agenda de los asuntos que consideran son de interés para la opinión pública a fin de organizar la cobertura, procesamiento y edición de las piezas informativas. Diseñar su agenda informativa es plasmar desde ahí, en los temas y personajes seleccionados, su propia visión de los procesos políticos, sociales, culturales y económicos; es decir, su política o línea editorial.

En un contexto de transformaciones constantes en el campo del periodismo, resulta fundamental formar profesionistas críticos y analíticos, capaces de planificar, diseñar, organizar, supervisar, aplicar, modificar y renovar la agenda informativa individual, de una sección o de un medio informativo, con una visión periodística socialmente comprometida.

## 3. UNIDAD DE COMPETENCIA

Planifica, diseña, organiza, aplica, supervisa y renueva la agenda informativa de una empresa o institución periodística.

## 4. ATRIBUTOS O SABERES

Saberes	Contenidos
Teóricos	La Agenda Setting, factores de interés periodístico, sociología de la producción de mensajes, estrategias informativas y fuentes de información.
Prácticos	Planificar las tareas informativas a corto, mediano y largo plazo, base en un conjunto de temas y asuntos previstos, en distintos escenarios informativos.
Formativos	Plasmar en la agenda informativa la veracidad periodística, la pluralidad, la independencia editorial, el derecho a la información, valores democráticos, la defensa de la naturaleza y el compromiso, la responsabilidad social, entre otros.
Metodológicos	Aprender a planificar una agenda informativa.

## 1. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO

Contenido teórico práctico	
Temas	Subtemas
<b>La Agenda Informativas Mediática.</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Análisis de las distintas agendas informativas mediáticas.</li><li>2. Elementos de la agenda informativa.</li><li>3. Definición de la agenda informativa de los medios</li><li>4. La Agenda Setting y la opinión pública.</li><li>5. La agenda invisible para los medios.</li><li>6. La web y la agenda informativa.</li></ol>

Contenido teórico práctico	
<b>El proceso de la producción noticiosa.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las 5 fases de la producción informativa mediática.</li> <li>2. La planificación informativa y su relevancia.</li> <li>3. Criterios editoriales de la producción noticiosa.</li> <li>4. El sistema político y las fuentes informativas.</li> <li>5. Las fuentes periodísticas y la agenda.</li> <li>6. Factores que inciden en la producción noticiosa.</li> </ol>
<b>Planificación de la agenda informativa.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tipos de información periodística.</li> <li>2. Organización del trabajo de los reporteros.</li> <li>3. Perfil del jefe de información o editor.</li> <li>4. Escenarios del quehacer periodístico.</li> <li>5. Experiencias en el diseño de agendas informativas.</li> </ol>
<b>Las estrategias informativas.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de las estrategias informativas.</li> <li>2. Análisis de las estrategias informativas que se aplican en los medios.</li> <li>3. Diseño de agendas con base en las estrategias informativas.</li> </ol>

#### EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

7.Evidencias de aprendizaje	8.Criterios de desempeño profesional	9.Campo de aplicación

#### 10. CALIFICACIÓN

Unidad de competencia

#### 11. ACREDITACIÓN

--

#### 12. BIBLIOGRAFÍA BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

De Dios Corona, Sergio René. (1998). Rastreando las noticias. Universidad del Valle de Atemajac.

- De León Vázquez, Salvador. (2003). *La Construcción del Acontecer. Análisis de las Prácticas Periodísticas*. Universidad Autónoma de Tamaulipas. CONEICC. Universidad de Guadalajara.
- Hernández Ramírez, María Elena. (1992). *¿Qué son las noticias?* Comunicación y Sociedad 14-15: 235-250. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara.
- Hernández Ramírez, María Elena. (1995) *La producción noticiosa*. Universidad de Guadalajara. México.
- López, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias*. (1995). Fuentes, selección y planificación. Paidós Papeles de Comunicación.
- McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En Bryant, J. y Zillman, D. (1996), (1994) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidos, Barcelona, p. 13-34.
- Michel, Guillermo. *Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión*. (2000). Editorial Trillas. México.
- Núñez Bustillos, Juan Carlos; De Dios Corona, Sergio René. (2005). *Ser Noticia. Prensa y Sociedad Civil*. Instituto Mexicano de Desarrollo Comunitario, Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Taller Editorial La Casa de Mago. México.
- Pavlik, John V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Berger, P. y Luckmann, T. (1978) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aries, Amorrortu.
- Gomis, Lorenzo (1991). *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. España: Ed. Paidós
- Grijelmo, Álex. (2001). *El Estilo del Periodista*. Editorial Taurus.
- Post, Washington. (1978). *De la Prensa, por la Prensa, para la Prensa (y algo más)*. Un estudio crítico del funcionamiento interno de la profesión de las noticias. Desde las páginas informativas, los editoriales, las columnas y los memoranda internos al personal del Washington Post. Editorial Gernika.
- Krippendorff, Klaus. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Editorial Paidós. Barcelona.
- Lucas Marín, Antonio, y otros. (1999). *Sociología de la Comunicación*. Editorial Trotta. Madrid.
- Mc Bride, Sean, y otros. (1987). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e Información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Taufic, Camilo. *Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político*. (1989). Editorial Nueva Imagen. México.

### 13. VINCULACIÓN CON OTRAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

