

Sèrie “Educació mediàtica per a una ciutadania crítica” Temporada 03. Periodisme i educació mediàtica

1.- Títol i autoria

Unitat Temàtica nº 4

La producció de notícies

Sebastián Sánchez Castillo, Universitat de València

2.- Duració del vídeo

5 minuts i 25 segons

3.- Contingut del vídeo

Esta unitat busca ajudar a comprendre com es produeixen les notícies en els mitjans de comunicació tradicionals i també en els nous mitjans interactius i transmèdia. S'inicia amb les característiques que poden definir què és una notícia, una cosa molt subjectiva a vegades, però amb gran transcendència en l'alfabetització i educació mediàtica. Es defineixen els elements propis que caracteritzen un contingut audiovisual com a notícia i les grans diferències que existeixen des del punt de vista tècnic i el conceptual, la producció de notícies en els cibermedis. Es recorda la necessitat que per a la producció de notícies amb rigor i veracitat tenen els mitjans de comunicació públics.

4.- Objectius de la Unitat Temàtica

- Entendre el paper dels mitjans de comunicació com un servei públic essencial
- Distingir entre notícia en un medi públic i un altre de privat
- Quins elements són els que poden construir una notícia?
- Debat entre el que és o no una notícia. Parlar de subjectivitats.
- Fer comprendre que l'excés d'informació no ha de ser un problema per poder informar-se.
- Iniciar-se en la detecció de notícies falses.

5.- Activitats d'aula

Es proposen 5 activitats:

Activitat 1. Entendre que és una notícia d'actualitat i debatre si és important aquesta notícia.

Exemple de notícia: 20è aniversari del casament de Felip i Letizia (21_05_2024)

Característiques de la notícia:

1. És un esdeveniment (ruptura de norma, comunicabilitat i produeix efectes a la població).
2. És actual (està centrat en una data)
3. Té un període molt definit (data denllaç real)
4. És immediat (només per un dia)

5. Circula per tots els mitjans (Transmedia).

Enllaços de la notícia en diferents mitjans:

Televisió: <https://www.rtve.es/noticias/20240518/fotos-felipe-letizia-con-reyes-espana-20-aniversari-boda/16105922.shtml>

Ràdio: <https://cadenaser.com/nacional/2024/05/18/asi-celebran-los-reyes-su-20-aniversari-de-boda-somrients-i-posant-en-familia-en-los-jardines-del-palacio-real-cadena-ser/>

Premsa:

<https://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2024/05/20/66471829fc6c8355658b4571.html>

Xarxes Socials:

https://www.instagram.com/eldebate_com/p/C7GkIZNs8a4/?img_index=1

Activitat 2. A partir de la notícia anterior, debat i analitzar el procés de comunicació entre diferents mitjans, televisió, ràdio, premsa i xarxes socials.

Es comunica de la mateixa manera?

Quin mitjà sembla més veraç?

Quins elements audiovisuals (àudio, vídeos, text, etc.) caracteritzen cada mitjà?

Activitat 3. La responsabilitat social dels mitjans públics en la producció de notícies.

EL REPTE d'aquesta activitat és entendre l'enorme responsabilitat que tenen els mitjans de comunicació, especialment els mitjans públics.

TASCA (per parelles). Preparar el guió d'una entrevista a un adult en què se li preguntí sobre un esdeveniment important que recordin i quins mitjans de comunicació van triar per informar-se'n. Es tractava de mitjans públics o privats? Creus que els mitjans van actuar amb responsabilitat? Per què?

Activitat 4. Buscar una notícia (d'actualitat) i descobrir a quines plataformes circula la informació (Ràdio, TV, Xarxes Socials, etc.). Després respondre les preguntes següents:

- A qui el va succeir?

- Què va passar?

- Quan va passar?

- On va passar?

- Com va passar?

- Creus que la notícia s'ha adaptat als diferents mitjans, o és només una simple còpia? Troba les diferències si n'hi ha.

- Cada mitjà està destinat a un públic diferent?

- Quants dies i/o hores creus que la notícia perdrà la seva actualitat?

- En quin mitjà veus que el públic hi pot participar més activament?

- I, finalment, quin mitjà creus que és el més adequat per transmetre aquesta notícia?

Activitat 5. Analitzar l'obra de McLuhan (1911-1980), més concretament algunes idees centrals de la seva obra *El mitjà és el missatge* (1967).

Resum del seu pensament:

- La tecnologia modifica l'home, ja que el mitjà de comunicació influeix, determina i ens modela. Els mitjans o la tecnologia són una extensió del nostre cos i de la nostra ment.
- Més que el contingut de les paraules o imatges, l'important d'un mitjà de comunicació és la capacitat per modelar la percepció de l'espectador.
- El procés de comunicació no depèn del contingut, sinó de la manera com es transmet (del medi). <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=FlNZJ7xW-IY>

6.- Recursos addicionals

Fundació Gabo. Ofereix varietat de mitjans, tallers i recursos per a la formació de periodistes. <https://fundaciongabo.org/es>

Lab de periodisme. Iniciativa de la Fundació Luca de Tena per cobrir les necessitats derivades de la transformació del sector i la formació dels periodistes. <https://laboratoriodeperiodismo.org>

Quaderns de periodistes. Revista d'anàlisi i reflexió sobre l'exercici de la professió periodística editada per l'Associació de la Premsa de Madrid. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com>

24 recursos per seguir les tendències i la innovació en periodisme. Selecció de 24 recursos, newsletters i pòdcasts en castellà i anglès, per seguir les tendències del periodisme actual. <https://mip.umh.es/blog/2023/10/10/24-recursos-para-seguir-las-tendencias-y-la-innovacion-en-periodismo/>

7.- Referències seleccionades

Rodrigo Alsina, Miquel (1989). *La producción de la noticia. La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Chomsky, Noam (2018). "La gente ya no cree en los hechos", en *El País*, Babelia. Publicado el 10/03/18 y recuperado el 24/09/25. https://elpais.com/cultura/2018/03/06/babelia/1520352987_936609.html

Colombo, Furio (1998). *Ultimas noticias sobre el periodismo: manual de periodismo internacional*. Barcelona: Anagrama.

De Fontcuberta, Mar (2011). *La noticia*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Diezhandino Nieto, María Pilar (2015). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente de la central nuclear de Three Mile Island*. Madrid: Pearson.

Edo Bolós, Concha (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros (Vol. 4)*. Sevilla y Zamora: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.

Elías, Carlos y Teira Serrano, David (2021). *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://oai.e-spacio.uned.es/server/api/core/bitstreams/d725fece-9e43-4ade-9a71-83a1d0a2f556/content>

Grijelmo, Álex (2015). *El estilo del periodista* (18ª ed.). Madrid: Taurus.

Martini, Stella y Luchessi, Lila (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Randall, David (1999). *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI de España.

Verón, Eliseo (1983). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente de la central nuclear de Three Mile Island*. Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, Teun A. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.

Van Dijk, Teun A. (2011). *Discurso y poder*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Wiñazki, Miguel (2004). *La noticia deseada: leyendas y fantasmas de la opinión pública* (Vol. 3). Buenos Aires: Marea Editorial.

8. Ficha técnica del vídeo

Direcció de projecte: Javier Marzal Felici; Marta Martín Núñez; Teresa Sorolla Romero

Producció: Roberto Arnau Roselló y Antonio Loriguillo López

Guió i realització: Sebastián Sánchez-Castillo

Presentadors: Lara Piñana y Vicent Moya

Equips audiovisuals i plató: Laboratori de Ciències de la Comunicació UJI

Direcció de fotografia: Juan Plasencia García

Edició i postproducció: Claudia Ferrando Paulo

Ajudant de postproducció: Rubén Nieto González

Supervisió de muntatge: Jordi Montaña

Direcció d'art: Daniel Zomeño

Grafisme i efectes de postproducció: Adam Brenes, Micrea Film Projects S.L.

Revisió lingüística: Grup d'Investigació I.T.A.C.A.-UJI

Imatges: Artgrid, À Punt Mèdia

Música: Artlist

Amb la col·laboració de: Universitat de València, Universitat Jaume I, À Punt Mèdia, CEFIRE de Castelló de la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana

Una producció del: Laboratorio de Ciencias de la Comunicación, UJI

Amb el suport de: Càtedra Interuniversitaria de Análisis y Prospectiva Audiovisual en la Universitat Jaume I del Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana, Càtedra RTVE-UJI "Cultura Audiovisual i Alfabetització Mediàtica" i Projecte de Recerca "Alfabetització mediàtica als mitjans de comunicació públics" (AMI-EDUCOM) PID2022-1288NB-I00, finançat pel Ministeri de Ciència, Innovació i Universitats i l'Agència Estatal de Recerca.

