



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRIA EN DOCENCIA SUPERIOR

“SEMINARIO-TALLER DE ORIENTACIÓN PERIODÍSTICA PARA ESTUDIANTES DE I AÑO DIURNO, DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ”

***TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MAGISTER EN
DOCENCIA SUPERIOR***

ELABORADO POR:

LORENA A. ESPINOSA S.

8-508-319

**FACILITADOR:
DR. EDUARDO SERGIO BARSALLO V.**

23 DE JULIO DE 2010

A G R A D E C I M I E N T O

A Dios Todopoderoso por darme fortaleza, sabiduría y sobretodo la luz para iluminar nuestros pasos y guiarnos hacia el camino del bien cuidándonos en todo momento, y así poder lograr un objetivo más en mi carrera como profesional.

Queremos dejar constancia del profundo agradecimiento a las personas que con su espontánea y eficaz colaboración hicieron posible la realización exitosa de este trabajo.

A mis padres que siempre han estado conmigo brindándome su apoyo y comprensión en los momentos más difíciles de mi vida.

Al profesor Kenys Mojica y a los estudiantes de primer año periodismo por permitirme realizar el proyecto y que el mismo se ejecutara de forma exitosa.

Al Dr. Eduardo Barsallo, quien con mucho profesionalismo demostró preocupación por la calidad y buen resultado de la investigación poniendo en manifiesto sus excelentes dotes profesionales e intelectuales.

A mis hermanos, sobrinos, novio, compañeros de trabajo y amigos que en todo momento me sirvieron de guía demostrando su apoyo incondicional.

A todos, Muchas Gracias.

DEDICATORIA

Hace cuatro años que mi vida cambió, cuando mi mamá tomo la decisión de mudarse al interior, me tocó enfrentar muchas cosas, entre carencias de abrazos y comprensión, pero ahí siempre estuvo una persona indispensable para mí, nuestro Dios Todopoderoso que en ningún momento me dejo sola, ya que estuvo presente guiándome por el buen camino.

Por ello, le dedico este trabajo a Dios Todopoderoso y a mis padres Celinda y José Enrique, a quienes les debo mi existencia y todo lo que soy hoy por hoy, ya que me enseñaron muchas cosas de la vida y me cultivaron el amor por el estudio.

A mis hermanos: Gloriela, Eloísa, Zulín, Edwin, Fulvia y Oscar, aunque algunos estaban cerca de mí otros no, en la distancia siempre han estado conmigo, brindándome su apoyo moral para que pudiera lograr mis objetivos y mi realización como profesional con éxitos en el campo laboral.

A mis once sobrinos, pero en especial a Joshua, Jael y Damián, quiénes cada día me contagian de alegría y espontaneidad. En los momentos de tensión, me relajaron para seguir adelante y enfrentar los obstáculos.

A una persona muy especial Arístides Vásquez que fue el ente que me impulsó a seguir estudiando, y a que no flaqueara en ningún momento, además, soportó mis angustias y malos momentos.

INDICE GENERAL

Agradecimiento	iii
Dedicatoria	lv
FASE I DIAGNÓSTICO	1
Introducción.....	2
Instrumento aplicado.....	4
Análisis del Diagnóstico.....	6
Aspectos Detectados en el Diagnóstico.....	15
Cuadro de Resultados	17
FASE II ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN	22
Introducción.....	23
Antecedentes del Proyecto	24
Justificación del Proyecto	29
Descripción del Proyecto	31
Misión.....	34
Objetivos.....	34
Objetivo General.....	34
Objetivos Específicos.....	35
Localización del Proyecto	35
Beneficiarios del Proyecto	36
Posibles resultados y Efectos.....	36
Recursos.....	37
Resultados Obtenidos después de la Ejecución.....	38
Cronograma de Actividades.....	39
Presupuesto.....	40
Conclusiones.....	41
Recomendaciones.....	43
Bibliografía.....	45

FASE III EJECUCIÓN DEL PROYECTO	47
MÓDULO I. La Comunicación y sus Elementos	48
Planeación de las clases.....	50
Contenido	52
Evidencias.....	70
Resultados Obtenidos	72
MÓDULO II. Introducción al Periodismo	73
Planeación de las clases.....	74
Contenido	75
Evidencias.....	89
Resultados Obtenidos	91
MÓDULO III. Los Géneros Periodísticos	92
Planeación de las clases.....	94
Contenido	96
Evidencias.....	110
Resultados Obtenidos	113
MÓDULO IV: El Periodista, El Estilo, La Ética y La Experiencia Profesional	114
Planeación de las clases.....	116
Contenido.....	118
Evidencias.....	136
Resultados Obtenidos.....	139
Planeación de las Clases Virtuales.....	141
Contenido de las Clases Virtuales.....	142
Conclusiones	144
Recomendaciones	145
Anexo	146
Solicitud de Autorización	
Control de Asistencia	
Nota de Agradecimiento	
Certificación de Corrección de Español	

FASE I DIAGNÓSTICO

INTRODUCCIÓN

Tanto los periodistas como los medios de comunicación son actores fundamentales en el proceso de informar o dar a conocer un hecho o acontecimiento a la ciudadanía ya sea que tenga el carácter local e internacional.

Sin embargo, muchas veces los reporteros carecen de la formación y práctica indispensable para cumplir cabalmente su rol de recopilar y verificar los datos de manera cuidadosa para determinar su exactitud y extraer lo más esencial que el público debe conocer.

Por las razones descritas, se presentó la propuesta de realizar un “Seminario–Taller de Orientación Periodística destinado a estudiantes de Primer Año Diurno de la Licenciatura de Periodismo en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá”.

Para determinar el grado de conocimiento de los estudiantes de periodismo llevamos a cabo la aplicación de una encuesta donde se preguntó algunas características generales del encuestado como los son: sexo y edad. Asimismo se establecieron 10 preguntas cerradas, que nos llevaron a conocer las debilidades y fortalezas de los estudiantes.

En este proceso de investigación, presentamos el instrumento aplicado, posteriormente realizamos un análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos de las encuestas aplicada a los estudiantes, las cuales se proyectan a través de una variedad de gráficas.

De igual forma, mostramos algunos aspectos relevantes que proyectó nuestra investigación, así como también se presentan los cuadros de resultados obtenidos, que verifican y comprueban nuestra investigación.

Estos resultados fueron de gran apoyo para el desarrollo del contenido del seminario y lograr el éxito alcanzado.

INSTRUMENTO APLICADO



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado
Facultad de Ciencias de la Educación
Grupo No.1 de Maestría en Docencia Superior
Asignatura: Práctica Profesional

Para: Estudiantes de Primer Año de la Licenciatura de Periodismo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

La encuesta tiene como propósito conocer algunas características de los estudiantes de primer año de la Licenciatura de Periodismo sobre su conocimiento acerca de la profesión que estudia. Los datos suministrados serán estrictamente confidenciales por parte de la investigadora. No es necesario colocar sus nombres. Lea las siguientes instrucciones.

Indicaciones: Responda con número su edad exacta y escoja el género a que pertenece. Empero a partir de la II Parte coloque un gancho en la alternativa que usted considere como respuesta a las interrogantes.

I. Aspectos Generales:

Edad: _____ Sexo: F: _____ M: _____

Aspectos sobre el trabajo de Investigación

1. ¿Estaría usted dispuesto a participar de un seminario taller de orientación periodística después de su jornada de clase?
Si _____ No _____
2. ¿Sabe usted que es la comunicación?
Sí _____ No _____
3. ¿Conoce usted, los elementos básicos de la comunicación?
Si _____ No _____
4. ¿Los elementos básicos de la comunicación son?
Emisor y receptor _____ Código y Mensaje _____ Referente y el Canal _____
Todas las anteriores _____ Ninguna de las anteriores _____
5. ¿Cuáles son los instrumentos o aparatos que transmiten la información?
El teléfono _____ La TV _____ La radio _____ La internet _____
Todas las anteriores _____ Ninguna de las anteriores _____

6. ¿Sabe usted por qué estudia periodismo?
Si_____ No_____
7. ¿Usted estudia periodismo para?
Tener una profesión_____ Para ganar dinero_____ Para aparecer en la TV_____
Para ser un periodista reconocido_____ Para investigar un hecho y darlo a conocer a la
sociedad_____
8. ¿Sabe usted qué es la ética periodística?
Si_____ No_____
9. ¿Sabe usted diferenciar lo que es noticia de lo que no lo es?
Sí_____ No_____
10. ¿Cómo le gustaría usted que fuera la enseñanza periodística?
Más práctica_____ Sólo teoría_____ Teórico y práctico_____ Otras_____
Ninguna de las anteriores_____

Nombre del Encuestador: Lorena Espinosa Firma: _____ Fecha: 3 de junio de 2010

OBSERVACIONES:

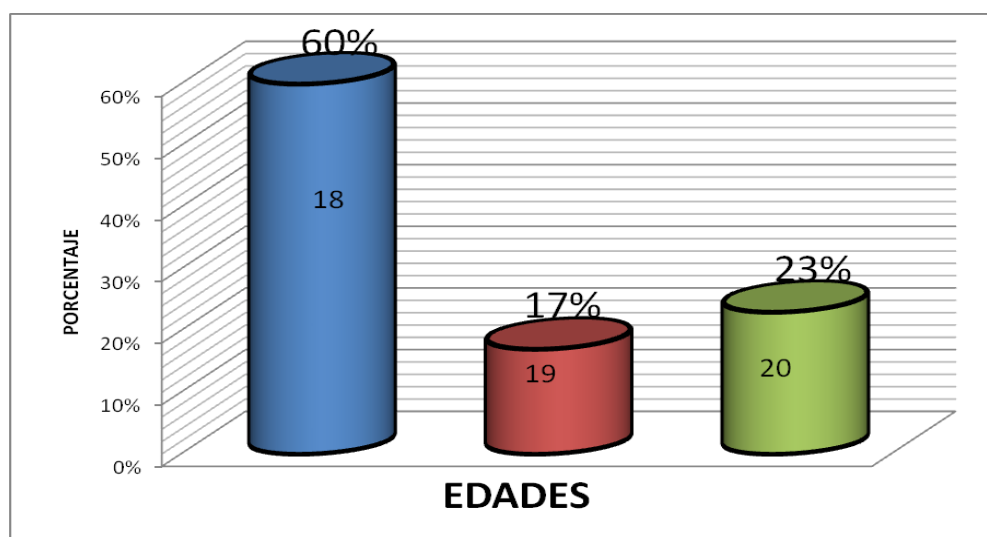
Elaborado por la participante de Maestría en Docencia Superior: Lorena Espinosa.

ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO

En este punto mostraremos un análisis estadístico descriptivo de los resultados de las encuestas aplicada a los estudiantes. Las dos primeras gráficas presentan aspectos generales solicitados a los encuestados para establecer la edad y sexo. Es importante señalar, que a través del esquema gráfico sólo serán analizadas las opciones o frecuencias que hemos planteados.

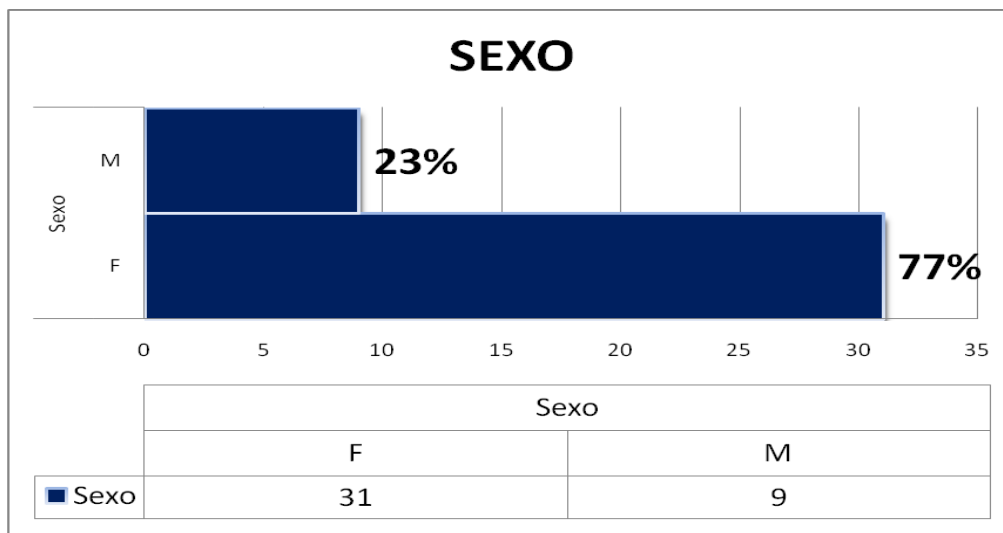
Datos Generales de la encuesta:

El instrumento aplicado a los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Periodismo dio los siguientes resultados:



Gráfica no.1. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

A los 40 estudiantes que se le aplicó la encuesta estaban entre el siguiente rango de edades. El 60% tenía 18 años, seguido de un 17%, 19 años y un 23% oscilaban entre 20 años de edad. (Ver gráfica no.1)



Gráfica no.2. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

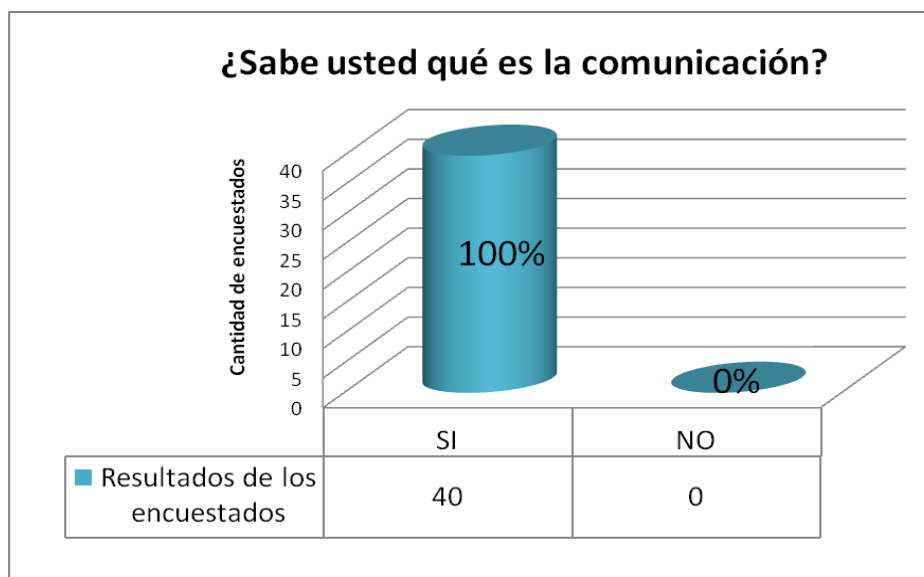
Por otro lado, de los 40 estudiantes encuestados, 31 es decir, el 77% pertenecían al género femenino y los otros 9, es decir un 23% eran del sexo masculino. (Ver gráfica No.2).



Gráfica No.3. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

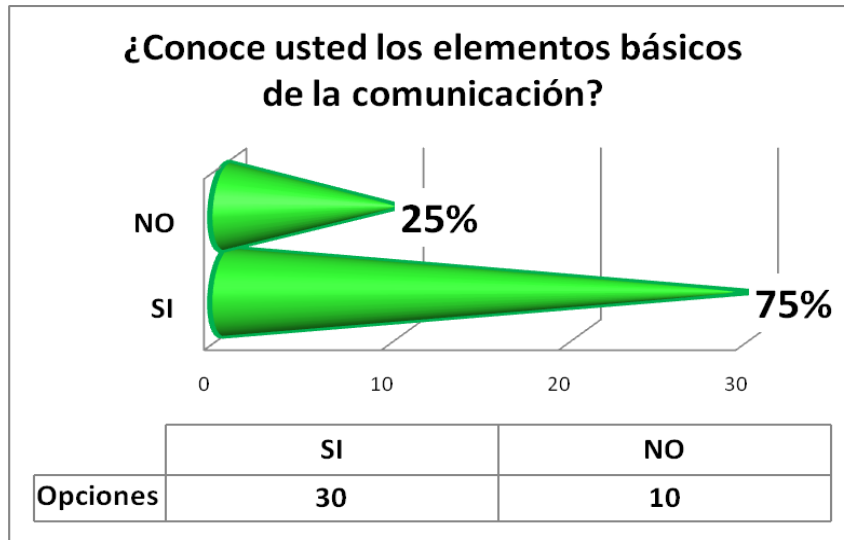
Al preguntarle a los jóvenes si estarían dispuestos a participar de un Seminario-Taller de Orientación Periodística, el 75% dijo que Si, mientras que un 25% dijo No. (Ver gráfica no.3).

Pese a que 10 estudiantes dijeron que no tenían interés de participar del proyecto, respondieron las siguientes interrogantes.



Gráfica no.4. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

Según los encuestados, el 100%, es decir los 40, tenían bien definido el significado de comunicación, quizás porque a diario los seres humanos nos estamos comunicando con las demás personas. (Ver gráfica, No.4)



Gráfica No.5. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

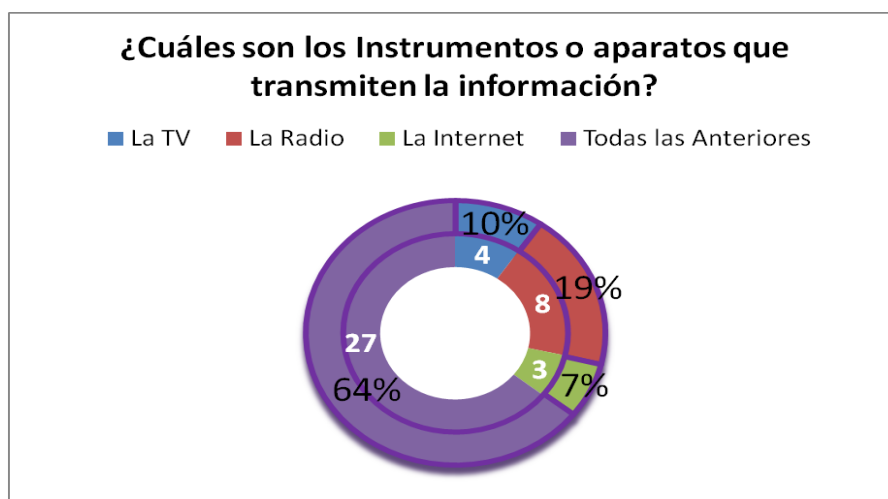
Para que se de el proceso de la comunicación, las personas deben conocer e identificar los elementos necesarios para comunicarse, por ello, notablemente los estudiantes encuestados, es decir (30) el 75% dijo que Sí, pero (10) un 10% desconocía de los mismos. (Ver gráfica No.5)



Gráfica No.6. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

Referente a la interrogante donde se le solicitaba que identificaran los elementos de la comunicación, 20, es decir el 50% dijo que todas las opciones dadas, es

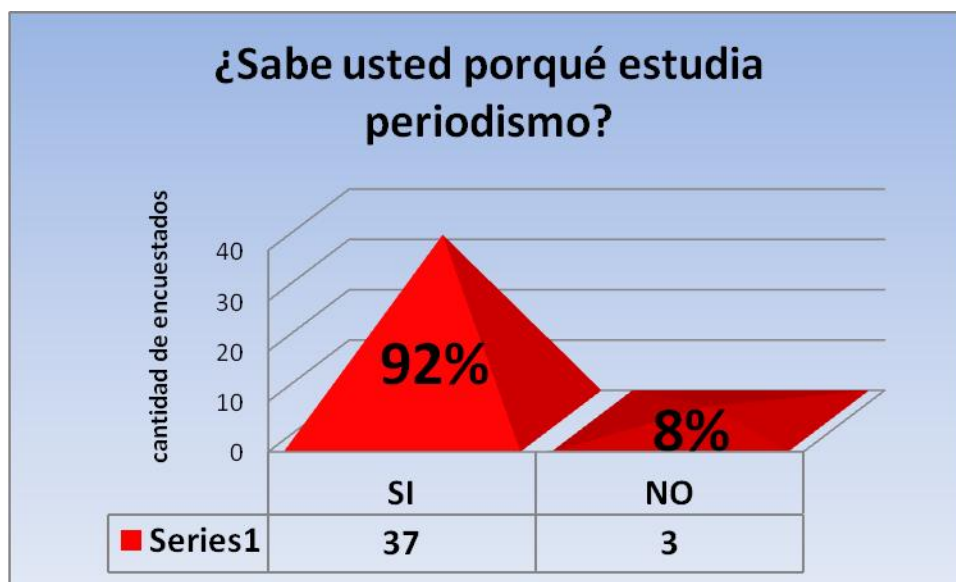
decir, todas las anteriores, eran los mecanismos necesarios para que se dé el proceso de la comunicación, mientras que 16, es decir el 40% respondió que era el emisor y receptor. No obstante, 3, es decir el 7% optaron por el código y el mensaje, por otro lado, 1, es decir el 3% sostuvo que era el referente y el canal. La opción ninguna de las anteriores obtuvo el 0%. (Ver gráfica 6).



Gráfica No.7. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

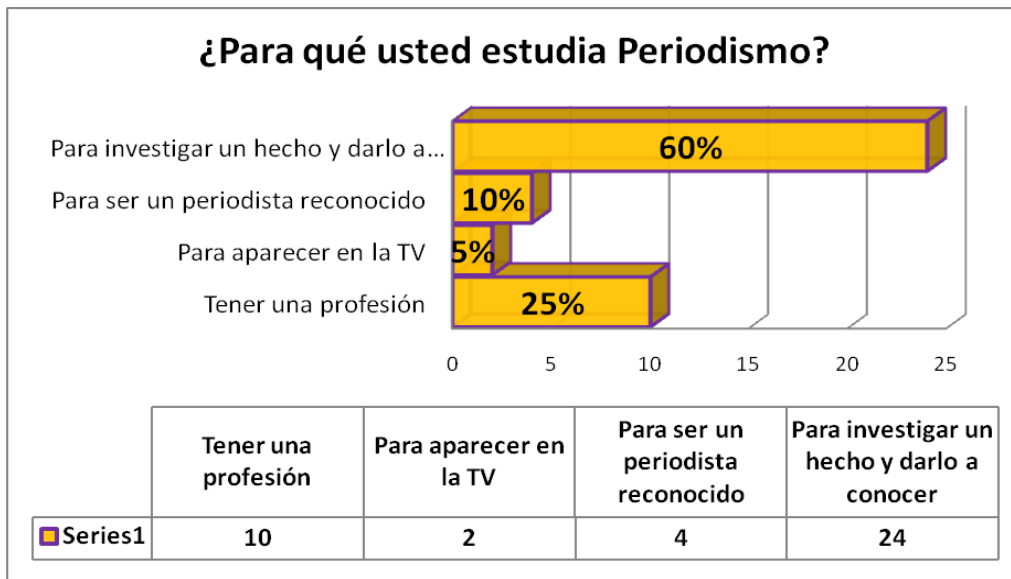
Los periodistas o medios de comunicación social para poderse comunicar con las demás personas, utilizan algunos instrumentos o aparatos para transmitir la información, al indagar a los estudiantes de periodismo sobre este particular, el 64%, es decir 27, dijeron que todas las opciones presentadas en las encuestadas eran las herramientas que se usan para dar a conocer un mensaje. En cambio 8, es decir el 19% aseveró que es la radio, mientras que 4, que equivale el 10% indicó que la televisión, pero un mínimo de 3 estudiantes respondió que la internet.

Cabe señalar que sumando la cantidad de encuestado sale como si fuera 42, pero dos estudiantes escogieron dos alternativas adicionales. (Ver gráfica 7).



Gráfica No.8. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

Entrando en materia de la profesión, al cuestionar a los estudiantes si ellos sabían por qué estaban estudiando periodismo, 37 contestaron que Si, lo cual representa el 92%, mientras que 3, un 8% dijo que No sabían porque estudiaban periodismo. (Ver gráfica No.8).



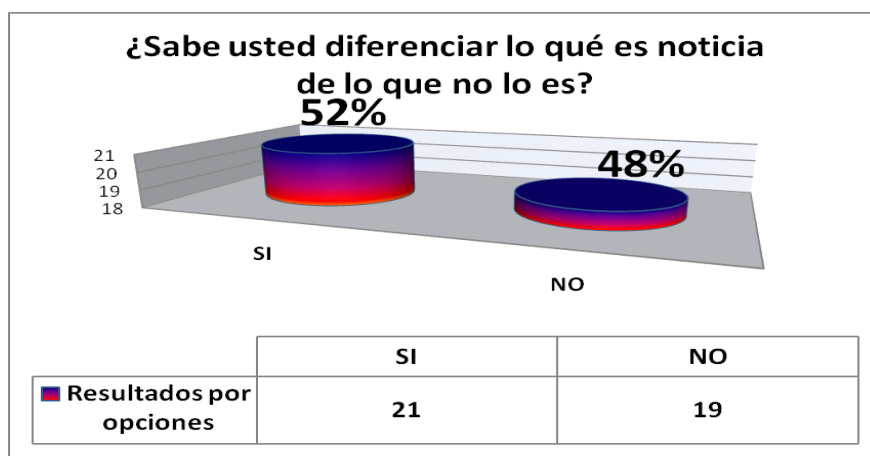
Gráfica No.9. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

El 60%, es decir 24, señalaron que ellos estudian periodismo para investigar un hecho y darlo a conocer, factor fundamental para un periodista ejerza su carrera. En tanto, el 25% es decir 10 destacaron que estudian la carrera para tener una profesión, en cambio 4, que equivale a 10% indicaron que para ser un periodista reconocido y 2, es decir el 5% para aparecer en la televisión.



Gráfica No.10. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

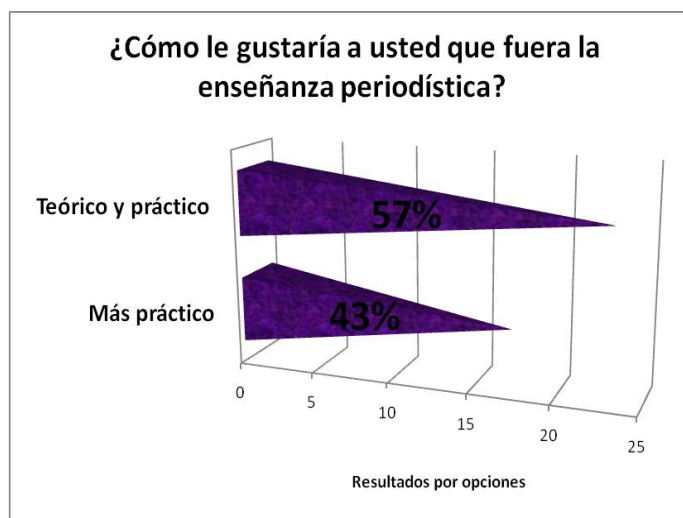
Concerniente a la pregunta, si los estudiantes sabían que es la Ética Periodística, el 63% respondió que No, mientras que un 37% dijo que Sí sabía en que consistía la ética. (Ver Gráfica No.10).



Gráfica No.11. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

Resultó sorprendente que a pesar que los estudiantes de periodismo encuestados

están en primer año, el 52% señalaron que Sí sabían identificar lo que es noticia de lo que no lo es, mientras que un 48% dijo que No, quizás porque apenas están entrando a la carrera del periodismo. (Ver Gráfica No. 11).



Gráfica No.12. Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de 1er año de periodismo.

Por último a los estudiantes, se le preguntó cómo les gustaría a ellos que se diera la enseñanza periodística, y el 57% considera que debe ser teórico y práctico, en tanto, el 43% optó que debe ser más práctico. Las otras dos opciones solo teoría y ninguna de las anteriores, obtuvieron un 0%, situación por la cual no la mostramos en la gráfica. (Ver Gráfica No.12).

ASPECTOS DETECTADOS EN EL DIAGNÓSTICO

Es importante destacar que al aplicar la encuesta a los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Periodismo, detectamos algunos aspectos interesantes en nuestro diagnóstico que a continuación detallaremos:

- A pesar que un 75% de los encuestados señalaron conocer los elementos básicos que componen el proceso de la comunicación, al solicitarle en la siguiente interrogante que escogieran los mismos, se demostró que un 50% no pudieron reconocerlo con exactitud a todos, lo que significa que no tienen bien claro cuáles son éstos elementos, por lo que se debe afianzar más en este punto, ya que los elementos básicos de la comunicación son claves para dar a conocer la información.
- Igualmente, un grupo minúsculo de 15, desconocen con precisión por medio de que aparatos o instrumentos se puede dar a conocer un mensaje, lo cual también es preocupante, porque a la edad de ellos es lógico que todos supieran esa información.
- Aunque un 92%, de los estudiantes respondió tener claro por qué estudian periodismo, un 8% no están seguro del por qué están allí estudiando la licenciatura.
- Indistintamente, que el 60% dijo que estudian periodismo para investigar un hecho y darlo a conocer, factor fundamental para un periodista ejerza su carrera, hay un 25% que se instruye en la carrera para tener una profesión, mientras que el 10% indicaron que para ser un periodista reconocido y 5% para aparecer en la televisión.

Lo que significa que un 40% no tiene claro el rol del periodista, quizás pueda ser que porque apenas están conociendo la profesión o esperamos que al pasar los años se enamoren de la profesión y cambien de parecer.

- Por otro lado, el 63% de los jóvenes que participaron de la investigación respondió que No sabían lo que es la Ética del Periodismo, lo cual es impresionante ya que son los actos y deberes primordiales que rigen a un periodista, profesión o ser humano. En este caso el periodista se debe así mismo como a sus lectores o receptores.

- Resultó sorprendente que a pesar que los estudiantes están en primer año, el 52% señalaron que sabían identificar lo que es noticia de lo que no lo es, mientras que un 48% dijo que No, quizás porque apenas están entrando a la carrera y le falta el olfato periodístico. No obstante, en la práctica cuando abordamos ese tema en los talleres más de la mitad no supo identificar, lo que es noticia o no.

- Adicionalmente, el 57% de los estudiantes prefieren que la enseñanza periodística debe ser teórico y práctico, aunque en la actualidad sólo se le está dictando la teoría, quizás piensan que al pasar de semestre la enseñanza contemple la dos opciones. En tanto, un 43% consideran que el aprendizaje debe ser sólo práctico, ya que es allí donde está la base para adquirir experiencia y afianzarse profesionalmente.

CUADRO DE RESULTADOS

En este punto presentamos algunas tablas o cuadros que contienen datos precisos que dieron como resultados de la aplicación de nuestra encuesta.

Tabla No.1: Rango de edades y por sexo

Edades	Sexo		Total de encuestados	%
	Femenino	Masculino		
18	20	4	24	60%
19	5	2	7	17%
20	6	3	9	23%
Totales	31	9	40	100%

Tabla No.2: Sexo, edad, participarían del seminario taller

Frecuencia	Total encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Si	30	18	5	7	30	25	5	30	75%
No	10	6	2	2	10	6	4	10	25%
Totales	40	24	7	9	40	31	9	40	

Tabla No.3: Sexo, Edad, sabe usted qué es la comunicación

Frecuencia	Total encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Si	40	24	7	9	40	31	9	40	100%
No	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totales	40	24	7	9	40	31	9	40	100%

Tabla No.4: sexo, edad, Conoce los elementos de la Comunicación

Frecuencia	Total encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Si	30	18	5	7	30	25	5	30	75%
No	10	6	2	2	10	6	4	10	25%
Totales	40	24	7	9	40	31	9	40	100%

Tabla No.5: sexo, edad, los elementos básico de la Comunicación son

Frecuencia	Total de encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Emisor y receptor	16	11	3	2	16	13	3	16	40%
Código y mensaje	3	2	0	1	3	2	1	3	7%
Referente y el Canal	1	0	0	1	1	0	1	1	3%
Todas las Anteriores	20	11	4	5	20	16	4	20	50%
Ninguna de las Anteriores	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totales	40	24	7	8	40			40	100%

Tabla No.6: sexo, edad, aparatos que transmiten la Comunicación

Frecuencia	Total de encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Teléfono	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
La TV	4	3	1	0	4	2	2	4	10%
La Radio	8	4	2	2	8	5	3	8	19%
La Internet	3	3	0	0	3	1	2	3	7%
Todas las Anteriores	27	15	5	7	27	21	6	27	64%
Ninguna de las Anteriores	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totales	42	25	8	9	42	29	13	40	100%

Tabla No.7: sexo, edad, para que estudia usted periodismo

Frecuencia	Total de encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Para tener una profesión	10	7	3	0	10	9	1	10	25%
Para ganar dinero	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Para aparecer en la TV	2	2	0	0	2	1	1	2	5%
Para ser un periodista reconocido	4	3	1	0	4	3	1	4	10%
Para investigar un hecho y darlo a conocer	24	12	4	8	24	18	6	24	60%
Totales	40	25	8	9	40	29	13	40	100%

Tabla No.8: sexo, edad, qué es ética periodística

Frecuencia	Total encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Si	15	5	4	6	15	13	2	15	37%
No	25	19	3	3	25	18	7	25	63%
Totales	40	24	7	9	40	31	9	40	100%

Tabla No.9: sexo, edad, sabe diferencia noticia de lo qué no lo es

Frecuencia	Total encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Si	21	10	4	7	21	18	3	21	52%
No	19	14	3	2	19	13	6	19	48%
Totales	40	24	7	9	40	31	9	40	100%

Tabla No.10: sexo, edad, cómo le gusta que se dictara la enseñanza periodística

Frecuencia	Total de encuestados	Edades			Total de Encuestados	Sexo		Totales	%
		18	19	20		F	M		
Más práctica	17	13	2	2	17	14	3	17	43%
Solo teoría	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Teórico y práctico	23	11	5	7	23	17	6	23	57%
Otras	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Ninguna de las Anteriores	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totales	40	24	7	9	40	31	9	40	100%

**FASE II:
ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE
INTERVENCIÓN**

INTRODUCCIÓN

El mundo globalizado y las tendencias tecnológicas son significativos para los profesionales de la comunicación y el periodismo.

Si bien es cierto, el periodismo ha ido evolucionando con la aparición de cada medio de difusión (la prensa escrita, radio, televisión y medios electrónicos, entre otros), lo que ha hecho que, para cada medio, hay una forma de ejercer el oficio comunicativo.

No obstante, bajo este panorama, hoy día se requieren profesionales del periodismo que sean capaces de actuar como mediador y como agente al servicio del público para seleccionar y transmitir la información que sirve para tratar de satisfacer las necesidades y resolver los problemas de los receptores. Empero, dicha información transmitida debe ser objetiva y veraz respetando los derechos de los demás.

Por ello, basado en nuestra experiencia como profesional decidimos realizar este Proyecto de Intervención que consistió en un “Seminario-Taller de Orientación Periodística para estudiantes de I año diurno, de la Licenciatura en Periodismo de Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

Para tal efecto, en esta sección presentaremos todos los pasos que nos conllevó a la realización del mismo: los antecedentes, la justificación, la descripción, la misión, objetivos general y específico del proyecto.

Del mismo modo, incluimos la localización, beneficios, los posibles resultados y efectos, los recursos, resultados obtenidos después de la ejecución, el cronograma de actividades y el presupuesto.

Además, mostramos algunas conclusiones, recomendaciones y bibliografías

utilizadas para desarrollar nuestro objetivo inicial.

2. ANTECEDENTES

Los primeros estudios de periodismo en Panamá, data de la época de 1940, cuando el Doctor Octavio Méndez Pereira y el Doctor Jephtha B. Duncan implementaron la carrera a nivel superior en la Universidad de Panamá, sin embargo, los cursos fueron cerrados ocho años después, por falta de matrícula.

Años más tarde, el 24 de noviembre de 1959, mediante el proyecto de proyecto de Ley N°46 en la Asamblea Nacional, se aprobó la creación de la Escuela Nacional de Periodismo de la Universidad de Panamá.

Sin embargo, no es hasta el 29 de julio de 1961, que inician formalmente los estudios de Periodismo a nivel de licenciatura en la Universidad de Panamá, al amparo de la Facultad de Filosofía, Letras y Educación, siendo su primer director, Don Gil Blas Tejeira, autodidacta, maestro del humorismo panameño y periodista por vocación. El primer egresado de la Escuela de Periodismo es el profesor Milcíades A. Ortiz

Para el año 1968, la Universidad de Panamá es clausurada por un Golpe de Estado y la Escuela de Periodismo de funcionar. Su apertura se dio un año después, y le correspondió al Dr. Indalecio Rodríguez (q.e.p.d.) la reactivación de

la Escuela de Periodismo.

En 1971, se aprobaron los nuevos Planes de Estudios para las Carreras de Periodismo, de igual forma la Escuela de Periodismo y Relaciones públicas cambia su nombre por el de Departamento de Ciencias de la Comunicación Social debido a la reestructuración de los Planes de Estudio de la Facultad de Humanidades.

Posteriormente, el 13 de junio de 1984, mediante la Resolución N°7, el Consejo Académico de la Universidad de Panamá, crea la Facultad de Comunicación Social, ubicada en su sede actual al frente de la Facultad de Humanidades.

Después en 1985, se fueron agregando las otras carreras que se dictan hoy día en dicho centro de estudio, así como se hace una nueva revisión de los planes de estudio de la licenciatura en periodismo.

Tuvo que pasar 25 años, para que las autoridades universitarias se hicieran eco de grandes voces que exigían una nueva reestructuración de la enseñanza periodística, quizás la misma se está ejecutando por la competencia de la proliferación de universidades privadas y también por la forma arcaica de formar por parte de algunos docentes que nunca han ejercido la profesión; y qué decir, de los planes de estudios obsoletos.

Tampoco podemos echarles toda la culpa a las autoridades, sino también a los propios estudiantes que no tienen el mínimo interés de seguir aprendiendo de la experiencia de otros. Una prueba de ella, lo descubrimos cuando empezamos a ejecutar el proyecto, algunos estudiantes tenían poco interés en participar del mismo, pues fuimos a las tres jornadas de clases para buscar apoyo por parte de ello y varios dieron evasivas, hasta que los de primer año diurno y el profesor de la cátedra nos permitieron desarrollar nuestro Seminario-Taller de Orientación Periodística.

También muchos Medios de Comunicación Social exigían a gritos profesionales capaces de cubrir las ofertas laborales, porque los mismos carecían de mucha competencia. Es importante señalar, que este primer semestre del año 2010, se reestructuran los Planes de Estudios en la Escuela de Periodismo en la Universidad de Panamá.

Si bien, hoy día, por era de la globalización y los cambios tecnológicos han ido evolucionando, la profesión también juega un papel importante y más en una sociedad democrática, porque nos ayuda a todos a pensar, reflexionar y tomar las mejores decisiones posibles.

Esta carrera considerada como el cuarto poder del Estado, muchas veces ejerce fuerza en temas del acontecer nacional, aunque para algunas personas tanto del

sector público como privado consideran a los comunicadores sociales como sus enemigos cuando ejercen su trabajo y dan conocer información que afecta alguno de sus intereses.

Es verdad que en toda profesión hay profesionales que cumplen con su deber basados en código de ética, sin embargo, hay un minúsculo grupo que puede dañar la profesión quizás por la falta de formación o madurez porque carecen de los elementos necesarios para cumplir su profesión.

Aunque un periodista debe dedicarse a la búsqueda de información de interés público para luego redactar la noticia, y darla a conocer, así como actuar con un sentido crítico en asuntos teóricos y prácticos relacionados con el manejo de la información en los medios de Comunicación Social en Panamá. Muchas veces, los egresados no están cumpliendo con este rol, ya que están siendo pasivos, y carecen de muchas técnicas de formación adecuada o por la falta de madurez y porque sus mentores no le han hecho entender la situación real del periodismo.

En lo particular, durante mis primeros años de ejercicio del periodismo, fui testigo de mi pasividad y que me faltaban muchas cosas por aprender, sin embargo, tuve la gran oportunidad de conocer a reconocidos periodistas que fueron mis mentores durante mis primeros años del periodismo de quienes aprendí mucho y me ayudaron a crecer profesionalmente en estos 10 años de ejercicio de la profesión.

Cada día que pasa también, trato de aprender más cosas, porque siento que aún me faltan muchas cosas por aprender.

Del mismo modo, cada día que pasa, hemos observado a profesionales que al ejercer la profesión no saben ni que técnicas o elementos usar para llegar hasta la información, además, sólo ejercen el periodismo para ganar una remuneración, no por vocación.

De igual forma, de mi promoción somos pocos los que estamos ejerciendo, muchos no la han seguido porque no se le ha brindado la oportunidad y otros porque se sienten no capacitados para ejercer la profesión y han preferido seguir otra carrera o laborar en otra área distinta a la de su profesión.

Analizar la realidad socio-económica, política y cultura del país y ubicar su participación, como profesional dentro de la misma, en un marco científico, social y moral, debe ser el norte de todo profesional de la comunicación social. Esperamos ver en cinco años, reporteros activos dedicado a su labor de investigar y describir temas de interés público ya sea en la prensa escrita, radio, televisión o medios digitales, en entidades públicas o privadas y ONGs, entre otras, recurriendo a fuentes fiables y verificables para brindar información de manera objetiva, veraz, relevante, breve y exacta.

2.1. JUSTIFICACIÓN:

En cualquier lugar del mundo el periodista se enfrenta a diario con situaciones en las que debe tomar una decisión. Cada caso es un reto personal y es en ese reto en el que se fundamenta la búsqueda de la ética. Y es que el periodista debe ser un ciudadano preparado para enfrentar dilemas éticos y con la certeza de que por su oficio no está en capacidad de reemplazar la labor de otros, como sucede muy a menudo (jueces, abogados o políticos), porque el periodismo es, ante todo, una función social. Si no está al servicio de la sociedad el oficio pierde toda trascendencia. Gran parte de los conflictos éticos se deben a que no se tiene claro qué es ser periodista; se pueden confundir, por ejemplo, con un relacionista público, con un propagandista o con muchas otras cosas.

En esta época, el periodista tiene que partir de la ética para ejercer su oficio, mas no necesariamente tiene que obrar pobremente, por ello es necesario que también se preocupe por velar la integridad y los derechos del resto de la sociedad.

Toda la sociedad panameña tiene conocimiento, que en los últimos meses hemos visto en algunos medios de comunicación social que se han visto envuelto en casos donde se ha faltado a la ética que han perjudicado la vida de varias personas y las de sus familiares. Tal es el caso, donde un medio televisivo presentó imágenes en repetidas ocasiones de un menor de edad que estaba siendo maltratado por su padrastro. Igualmente, hemos escuchado preguntas

como éstas: ¿cómo se siente usted?, hacer este tipo de pregunta a un familiar que ha perdido a un ser querido, nos hace ver que los periodistas son insensibles, o que sucedería si en un determinado momento ellos (los comunicadores) se ven en medio de una nota de este tipo y otro colega le hace este tipo de interrogante, por lo que debemos meditar y ponernos en lugar de los demás individuos.

Adicionalmente, es evidente e incesante el deterioro moral y la ética que viene experimentando el país en todos sus órdenes, preocupa a muchos, pero pocos se organizan y disponen para combatirlo. Mi sentido y trayectoria del deber ético cívico me obligan a combatir y erradicar que este tipo de situaciones se sigan dando en algunos medios de comunicación social. Por ello, surge la idea que todos los sectores que integran este gremio, docentes, profesionales, dueños de medios y futuros profesionales de la pluma intercambien experiencias y busquen solución a este problema que está dejando muy mal parado a la profesión, para que no se siga repitiendo.

Un periodista consciente no puede ni debe permanecer indiferente ante ésta, sería amenaza al orden público, al sentido de justicia, a la confianza, al respeto, verdad, objetividad e imparcialidad. Esta situación, que es preocupante para la sociedad, pone por encima de los valores “los antivalores”. La ética profesional debe ser el norte de un periodismo profesional en base a principios, comportamiento y conducta personal, que pueda lograr un periodismo de mejor calidad, lógicamente con el respaldo del dueño del medio.

Un buen periodista nace desde los salones de clases y desde su formación integral. Las instituciones de educación superior, a través de sus facultades de Comunicación Social y Periodismo y ciencias afines, tienen la misión de preparar profesionales dispuestos a velar por el bienestar de la sociedad, a mantenerla informada con transparencia y dedicación. Por ello, a través de mi experiencia quiero contribuir a que los aprendices abran nuevos horizontes y se comprometan con la profesión adoptada. Porque la sociedad reclama un profesional capaz, no sólo de mostrar y escarbar los hechos, sino de conocerlos y analizarlos. En esa tarea avanzamos en la Universidad. La idea es que paralelo a la técnica se fortalezcan los principios éticos que deben primar a la hora de escribir cualquier información porque, como reiteraba Ryszard Kapuscinski en su libro Los cínicos no sirven para este oficio, “para ejercer el periodismo ante todo hay que ser buena persona”.

2. 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

Este Seminario-Taller de Orientación Periodística dirigido a estudiantes de primer año diurno de la Licenciatura de Periodismo inició del 7 al 10 de junio de 2010, en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá. Comprendió una jornada de 120 horas, de las cuales 40 fueron presenciales y 80 virtuales.

El propósito principal de este proyecto de intervención es reflexionar sobre los retos del periodismo y crear un espacio para que los jóvenes periodistas puedan

dialogar e intercambiar inquietudes sobre este oficio.

Igualmente se buscó fomentar entre los estudiantes asistentes que aprovechen todos los conocimientos que adquirirán y que sigan estudiando, ya que son ellos (los jóvenes) los que tienen la responsabilidad del relevo generacional para garantizar un mejor futuro y contribuir al progreso regional. Para alcanzar este éxito dependerá de una buena fusión de los ideales y la fuerza de los jóvenes y de la experiencia y sabiduría de los veteranos.

Para alcanzar las 120 horas de este programa académico lo hemos dividido en 2 jornadas, presencial (40 horas) y virtual (80 hrs.).

Como primera parte, durante un espacio de 40 horas presencial, se dividió en cuatro ejes temáticos a saber: como primer bloque, desarrollamos todos los elementos y procesos relacionados a la Comunicación y los medios para transmitirla, a fin que los estudiantes conocieran entendieran todos los componentes que se deben tomar en cuenta antes de comunicarse con las demás personas.

Como segundo punto, disertamos sobre ¿Los Orígenes del Periodismo en Panamá y su evolución hasta hoy día?, donde intercambiamos experiencias e inquietudes que tengan los aprendices sobre la profesión.

En tercer punto, abordaremos el tema de los Géneros Periodísticos y nos centraremos más, en el Género Noticia, así como en los Tipos de Periodismo que existen, entre los que se destacan los especializados, ya que los comunicadores sociales deben valerse un poco de cada ciencia o ser un conocedor de cada una de la disciplina científica, para poder hacer el trabajo, porque para ser competitivo en el mercado local e internacional se requiere que un reportero versátil y preparado en un campo multidisciplinario.

Como cuarto módulo, nos centraremos en el Estilo Periodístico, la Ética Periodística vs la Experiencia, donde se analizará el tratamiento de la información que se aplica en los medios de comunicación del país y se darán algunos elementos básicos que ayuden al estudiante a comprender el verdadero rol del comunicador social. Asimismo, trataremos de conocer y determinar si los estudiantes saben diferenciar entre un hecho noticioso, del que no lo es.

Como segunda parte, tenemos la jornada virtual de 80 horas, donde se le asignó trabajos, acerca de los temas expuestos en la jornada presencial, para comprobar si los alumnos comprendieron lo expuesto en clases. Para lograr, todo ello, desarrollaremos talleres práctico donde a través de una lectura tratamos de determinar si los estudiantes tienen la destreza y facilidad práctica de escribir una información, se le asignó tareas virtuales que deberán desarrollar en el momento mismo que se emprendió las clases virtuales, a fin de observar y ver su aptitud y

comunicación efectiva que tienen sobre lo solicitado. Al igual, que su capacidad para improvisar.

Asimismo, los estudiantes tuvieron que aplicar el género entrevista entre ellos mismos, que es uno de los géneros por excelencia después de la noticia que está inmerso en el proceso de dar a conocer una información. De allí se trató de mejorar y adoptar una estrategia general para ayudar a los alumnos a entender y comprender la profesión.

Para lograr todo el éxito en esta actividad académica, el seminario (las clases) fue dictada por mi persona donde demostré la experiencia adquirida durante estos 10 años de ejercicio de la profesión.

2.4. MISIÓN:

Fortalecer y contribuir con conocimientos teóricos y prácticos a los estudiantes sobre las técnicas para escribir y buscar una información, así como desarrollar su estilo periodístico regido bajo la ética a fin que le permita ejercer la profesión con espíritu crítico, efectivo y de manera creativa desde los recursos más simples hasta los más sofisticados para el ejercicio de la comunicación.

2.5 OBJETIVOS

2.5.1 OBJETIVO GENERAL:

- Orientar a los estudiantes de periodismo sobre el desempeño de la profesión a

través de mis conocimientos adquiridos a lo largo de mi experiencia periodística, para que puedan ser más expresivo y encontrar elementos básicos que le ayuden a optimizar sus estudios y su porvenir competitivo.

2.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar si los estudiantes de primer año de periodismo tienen conocimiento sobre la función de un comunicador social ó periodista.
- Unificar y aclarar dudas sobre la profesión de periodismo.
- Comprobar si los alumnos tienen facilidad para analizar, escribir y determinar qué es noticia y qué no lo es.
- Analizar si los estudiantes conocen las técnicas que debe usar un buen periodista, así como el buen uso del lenguaje o idioma.
- Proveer a los estudiantes de técnicas y habilidades para que su labor como futuros periodistas, sea eficiente, sus datos confiables y verídicos, y sus publicaciones y reportajes coloquen al conocimiento en el marco social que le corresponde.

2.6. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

Este proyecto se ejecutará en el Campus Central de la Universidad de Panamá, específicamente en la Escuela de Periodismo de la Facultad de Comunicación Social.

2.7. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO:

En este trabajo de intervención estuvo dirigido a un grupo de 30 estudiantes de Primer Año diurno de la Licenciatura en Periodismo. A los cuáles se les aplicó una encuesta donde demostraron su interés en participar de este proyecto.

2.8. POSIBLES RESULTADOS:

- Que los jóvenes se sensibilicen y aprendan que la profesión tiene como fin buscar noticias e información de forma objetiva y verdadera para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodista no basta con estudiar comunicación social, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y dónde.
- Desarrollar un pequeño panfleto que contengan algunos elementos básicos de redacción periodística para los estudiantes asistentes los tengan como guías de estudio que sirva de guía a los principiantes a desempeñar con éxito su labor periodística.

2.9. RECURSOS:

Para la implementación del proyecto se utilizaron varios recursos para lograr el éxito del mismo.

2.9.1. Recursos Materiales y Financieros

Se utilizó en primer lugar recursos materiales que comprendió en:

- Páginas blancas y lápices
- Copias del material expuesto
- Copias de los talleres presentados
- Los periódicos La Prensa, Mi Diario y Panamá América
- Borrador y marcadores
- Mi laptop personal.
- Mi Grabadora personal.
- Transporte para realizar los seminarios y alimentación

Nota: El aspecto financiero será detallado dentro del presupuesto que presentamos en un punto posterior.

2.9.2. Recursos Humanos

- Los estudiantes participantes del proyecto

- El técnico para la instalación del equipo (data show)
- Una persona para la toma de fotografía y apoyo en la distribución de los materiales a entregar.

2.10. RESULTADOS OBTENIDOS:

- Durante la jornada académica los estudiantes aprendieron algunas técnicas para optimizar un buen desempeño en la profesión.
- Los estudiantes fueron capaces de identificar el verdadero rol del periodista y resaltando siempre los valores éticos y sociales que la sociedad panameña exige a todo comunicador social.
- Los aprendices desarrollaron entrevistas entre ellos mismos, utilizando los elementos básicos que forman parte de este género periodístico.
- Igualmente fueron capaces de identificar la estructura de la noticia, y posteriormente escribir una noticia cumpliendo con todos los elementos básicos que la componen.
- Además, se sensibilizaron sobre el verdadero rol del periodista, inclusive varios mostraron interés desde el próximo año, practicar en los medios para ir ganando experiencia y que al finalizar la carrera puedan optar por una verdadera plaza de trabajo.

2.11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

		CRONOGRAMA 2010 DE LAS ACTIVIDADES A REALIZAR POR MES																														
Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Selección del proyecto	■																															
Selección del lugar para realizar el proyecto		■																														
Elaboración de cronograma			■																													
Aprobación de la encuesta				■																												
Aplicación de la Encuesta																																
Revisión Bibliográfica					■																											
Selección de temas											■																					
Elaboración de las diapositivas												■																				
Planeación diaria													■	■	■	■																
Ejecución del proyecto																									■							
Análisis de la fase I y II																											■					
Análisis de la Fase III																												■				
Revisión Ortográfica																													■			
Entrega del trabajo para revisión																															■	
Ajuste del trabajo revisado																																■
Presentación del trabajo final																																■
Entrega del trabajo impreso y en CD																																■

2.12. PRESUPUESTO:

El costo estimado de este proyecto es de aproximadamente B/.348.75

Gastos de la implementación del Proyecto			
DESCRIPCIÓN	Cantidad	Precio	Total
Copias de las encuestas	40-J	0.03.	€ 1.20
Copias del Módulo No.1	30-J	0.03.	€ 9.00
Copias del Módulo No.2	30-J	0.03.	€ 15.00
Copias del Módulo No.3	30-J	0.03.	€ 20.00
Copias del Módulo No.4	30-J	0.03.	€ 15.00
Copias de los 4 talleres	30-J	0.03.	€ 3.60
Alquiler de Equipo	(8).	10.00.	€ 80.00
Tinta para la impresora HP a Color	(3).	24.00.	€ 72.00
Tinta para la impresora HP Blanco y Negro	(3).	20.00.	€ 60.00
Materiales de oficina: carpetas, engrapadora, borrador y marcadores	(15).	(1).	€ 6.00
Resma de hojas blancas 8 ½ x11	(1).	5.25.	€ 5.25
Unidades de cartoncillo para certificados)	(2).	5.00.	€ 5.00
Pluma para firmar los certificados	(1).	5.00.	€ 5.00
Compra de diarios (La Prensa, Panamá América)	(2).	0.35.	€ 0.70
Pago a la asistente para tomar fotografía y entrega de materiales	(1).	11.00.	€ 11.00
Transporte y Alimentación	(10).	2.00.	€ 20.00
empastado del informe	(1).	20.00.	€ 20.00
		SUBTOTAL	€ 348.75

CONCLUSIONES

Al finalizar esta fase número dos hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Que este tipo de proyectos o seminarios ayudan a determinar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre su profesión, así como afianzan algunas inquietudes que tengan sobre un tema especial.
- Además, contribuyen a intercambiar experiencia profesional y crear espacio para sensibilizar sobre el papel fundamental de un periodista, que es actuar como mediador y como agente al servicio del público para seleccionar y transmitir la información que sirve para tratar de satisfacer las necesidades y resolver los problemas de los receptores.
- También los estudiantes pueden realizar un análisis profundo sobre la profesión, que no es sólo trabajar en un medio para ganar dinero o aparecer en la televisión, sino el alcance que se puede lograr si mantienen los ideales y objetivos de una cobertura informativa, responsable e independiente, sosteniendo siempre en el importante papel que juega la prensa libre en una sociedad democrática.
- Igualmente, que dejarle claro que ese esquema que solo los periodistas pueden desempeñarse en los medios tradicionales (prensa escrita, radio, televisión, medios electrónicos) quedó en el pasado, sino que el periodismo

ha ido evolucionando según las exigencias y posibilidades que cada medio impone, lo que ha hecho que, actualmente, se entienda que, para cada medio, hay una forma de ejercer el oficio comunicativo, además la profesión se puede desarrollar en departamentos de Relaciones Públicas instituciones públicas o privadas, empresas de Comunicaciones Corporativas ó en Organismos Internacionales .

RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado la fase de elaboración del proyecto, es pertinente realizar varias recomendaciones.

- Es necesario que la enseñanza periodística, sea más teórica que práctica para que los estudiantes vayan adquiriendo destreza y desarrollo de su estilo al momento de cubrir o redactar una información.
- Se debe crear áreas de espacios como éste para que los estudiantes intercambien opiniones y experiencias con los profesionales del periodismo, para que conozcan de verdadera fuente como es en realidad la práctica, la cual no es como los pintan los profesores en sus teorías.
- Además, realizar convenios con los directivos de medios que permitan llevar a los futuros profesionales conocer como es el funcionamiento de los medios de comunicación social, ya sean: radio, televisión, prensa escrita y por internet, entre otros.
- Hacer más énfasis en las asignaturas fundamentales de la carrera, como técnica de la información, periodismo especializado, periodismo alternativo, periodismo de opinión, la ética periodística y periodismo radial y televisivo,

entre otras. Además, aprovechar al máximo la enseñanza del idioma español, antes esta asignatura no se daba, ahora con esta nueva reestructuración se ha reforzado.

- Igualmente, se debe reforzar la asignatura de práctica profesional, aumentando el tiempo o anticiparla y no dejarla para el último año. También pudiera ser que en cada año se haga una semana de práctica.

BIBLIOGRAFÍA

ALIRIO, JESÚS. **Técnicas de oficina**. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela (1.994).

BÓSQUEZ D`GIOVANNI, FRANKLIN. **Elementos de un Buen Reportero**. Panamá. 1999.

CARVAJAL, Lizardo. **Metodología de la Investigación Científica. Curso General y Aplicado**. 12^o- Ed. Cali: F.A.I.D., 1998.

DÍAZ, NORMA. **Lenguaje y Comunicación**. Editorial Universidad José Antonio Páez .Valencia, España. (1.998).

GÓMEZ, GILBERTO. **Apuntes de clases. Los Géneros Periodísticos**. Panamá. 1,997.

GRAN ENCICLOPEDIA DE LAROUSSE. Editorial Larousse, Bogotá, 1991.

JIMÉNEZ, BETZAIDA MARILÍN. **Seminario de Finanzas para no Financistas** dictado a los Estudiantes del VI año eco-6, de la Licenciatura en Economía, de la Universidad de Panamá, Panamá 2009.

LA ENCICLOPEDIA LIBRE DE WIKIPEDIA. www.wikipedia.com. **Los Géneros Periodísticos**.

MARURI, MÓNICA. **Manual del Periodista**, Guayaquil, Ecuador, 2008.

MILANÉS, CARDOSO HERIBERTO. **Monografía sobre el Periodismo en Cuba/**
www.monografias.com. Santiago de Cuba.

PÁGINA WEB, de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, 2010.

PRIETO CASTILLO, DANIEL. **Elementos para el Análisis de Mensajes.** México 1,980.

QUEZADA, MONTSERRAT. **La Investigación Periodística,** Editorial Ariel, Barcelona, 1997.

REYES, G. **Periodismo de Investigación,** Editorial Trillas, México, 1996.

SAAVEDRA, ALFARO Y SDENKA ROMANÉ. **Comunicación y Periodismo.** Editorial de la Unidad Académica La Paz, Bolivia. 1976.

FASE III
EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE
INTERVENCIÓN

**MÓDULO NO. 1:
LA COMUNICACIÓN Y SUS ELEMENTOS**

PLANEACIÓN DEL MÓDULO NO.1

Universidad de Panamá
 Facultad de Comunicación Social
 Escuela de Periodismo
 Planeamiento realizado para el Proyecto de Intervención

AÑO: I Salón: 108. **Seminario-Taller: De Orientación Periodística** **Tema:** La Comunicación y sus elementos

Fecha: 7 de junio de 2010.

Facilitadora: Lorena Espinosa **Duración:** 10 Horas

Actividades Preliminares: Realizar una dinámica de auto-presentación: cadena de nombres y pasar lista para asistencia

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
-Conocer el concepto, origen, teoría, elementos, tipos, niveles y barreras que se dan en el proceso de la comunicación.	1. La Comunicación y sus Elementos. <ul style="list-style-type: none"> • Concepto • Origen • Teoría 2. Elementos de la Comunicación <ul style="list-style-type: none"> • Emisor • Receptor • Código • Mensaje • Canal 3. Tipos de Com.	-Realizar Interrogatorio. - Exponer sobre la comunicación y sus elementos. -Asignar taller No.1 sobre los elementos de la Comunicación. -Dar Instrucciones sobre el Taller No.1	-Elaborar un concepto de comunicación. -Escuchar y participar en clase. -Analizar y opinar sobre las preguntas formuladas. -Saber diferenciar los elementos de la comunicación.	Técnicas o estrategias: -Exposición dialogada. -Lluvia de idea. -Mapa Conceptual Método: Activo-participativo.	Tablero, marcador, profesor, estudiante, retroproyector, equipo multimedia, y material escrito.	-Diagnóstica: Responder las preguntas previas sobre la comunicación -Formativa: pequeño grupo de discusión. -Formativa: Talleres	-Prieto Castillo, Daniel. Elementos para el análisis de mensajes. México 1980.

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
-Identificar los elementos y tipos de comunicación.	<p>3.1. Verbal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oral • Escrito <p>3.2. No Verbal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visual • Gestual • Acústico <p>4. Niveles de la Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Intrapersonal • Comunicación Interpersonal • Comunicación Masiva <p>5. Barreras de la Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semántica • Físico • Fisiológico • Psicológico • Administrativo <p>6. Los medios de Comunicación:</p> <p>-La Prensa Escrita, La Radio, La TV y otros.</p>	<p>-Asignar taller No.2. Sobre los tipos de Comunicación para resolver en clase.</p> <p>-Síntesis final</p> <p>-Asignar tarea: investigación sobre los Medios de Comunicación Social.</p>	<p>-Diferenciar y reconocer los tipos de comunicación.</p> <p>-Desarrollar taller No. 2, donde identificarán los elementos de la com. y los tipos de comunicación no verbal.</p> <p>-Mencionar los medios de comunicación social</p> <p>-Investigar sobre los medios de comunicación social.</p>	<p>Técnicas o estrategias:</p> <p>-Exposición dialogada - Lluvia de idea</p> <p>-Mapa Conceptual</p> <p>Método:</p> <p>Activo-participativo.</p>	<p>Tablero, marcador, profesor, estudiante, retroproyector y equipo de multimedia, material escrito.</p>	<p>-Diagnóstica: Responder las preguntas previas sobre los tipos de comunicación</p> <p>-Formativa: Talleres</p> <p>-Diagnóstica: Mencionar los medios de comunicación social.</p>	<p>-DIAZ, Norma.</p> <p>Lenguaje y Comunicación. Editorial Universidad José Antonio Páez .Valencia, España. (1.998).</p>

CONTENIDO DEL MÓDULO No.1

LA COMUNICACIÓN Y SUS ELEMENTOS

1. CONCEPTO DE COMUNICACIÓN:

La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

1.1. El Término de Comunicación, Según Autores:

El término comunicación como concepto se presta a muchas interpretaciones, las cuales dependen del momento histórico, así como las exigencias políticas, económicas, culturales y sociales del medio en el cual han surgido; esto ha dado origen a una gran variedad de conceptos; entre los cuales se pueden mencionar:

Aristóteles: Señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.

Kurt Lewin: Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de

acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

David K. Berlo: La comunicación es un proceso mediante el cual un emisor trasmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor.

Como se puede observar, independientemente del autor y momento histórico donde se desarrollan las ideas, todos coinciden en señalar que la comunicación es un proceso por medio del cual los individuos se relacionan entre sí, para hacer del mundo un lugar donde las ideas, los conocimientos, hechos y situaciones sean comunes.

1.2. El origen de la comunicación:

La palabra comunicación proviene del latín “comunicatio” y éste a su vez procede del sustantivo “comunico”, cuya traducción al castellano es participar en algo común. Tanto el sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tiene su origen en la palabra “comunis”, raíz castellana de la palabra comunidad, la cual significa la participación o relación que se da entre individuos.

Aun cuando la Teoría del Big - Bang ubica el origen del planeta hace unos 4 mil 500 millones de años, no tenemos evidencia científica de la presencia del homo - sapiens en la tierra más allá del año 40 mil A.C. Sin embargo, el creativo Neanderthal (2000.00 a.C.) pudo haber sido nuestro ancestro, ya que a pesar de su apariencia más simia que la humana, legó a la humanidad el uso del fuego, un concepto rudimentario de familia, de sedentarismo y de vivienda, así como el desarrollo de instrumentos para la defensa y la comunicación.

1.3. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN:

Las investigaciones efectuadas en torno a los lenguajes que usaba el hombre pre - histórico no han podido aportar más que algunas hipótesis sin comprobación. Las más admitidas son: La Divina, La Teoría de las Exclamaciones, La Onomatopéyica y La Mecanicista.

- **LA TEORÍA DIVINA:** aparece en el Génesis y considera el lenguaje como un don que le fue dado al hombre en el mismo momento de su creación. Al principio, según establece, existía un solo idioma que desaparece por intervención de Dios y que luego genera una máxima confusión en la Torre de Babel.
- **LA TEORÍA DE LAS EXCLAMACIONES:** se fundamenta en que el hombre emite sonidos para expresar sus sentimientos, estados anímicos y emociones. Si se observa a un niño en sus primeros años, observamos que se comunica con exclamaciones. Eso debió haber ocurrido al principio y progresivamente fue asociando sonidos con personas y cosas, lo que debió originar los sustantivos y más adelante, cuando fueron avanzando en el proceso, desarrollaron los verbos para expresar las acciones.
- **LA TEORÍA ANOMATOPÉYICA:** establece que el origen del lenguaje debió estar en una necesaria imitación de los sonidos que percibían. Así, por ejemplo, imitaban los sonidos de los pájaros y otros animales.
- **LA TEORÍA MECANICISTA:** esta se basa en la natural tendencia del hombre a mover sus manos y los músculos faciales en su deseo de comunicarse.

2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN:

Los elementos o factores de la comunicación humana son:

- a. **Emisor:** Es el punto (persona, organización...) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder llevarlos de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo.

- b. **Receptor:** Es el punto (persona, organización...) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor, ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer.

- c. **Código:** Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizará para transmitir su mensaje. Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder comunicarse; la gramática de algún idioma; los algoritmos en la informática; todo lo que nos rodea son códigos.

- d. **Mensaje:** Es el contenido de la información.

- e. **Canal:** Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica.

3. TIPOS DE COMUNICACIÓN:

Según el código que en ellas se ocupe, existen distintos tipos de comunicación:

a. Comunicación Verbal: Es cuando se necesita de un idioma para comunicarse con otras personas, ya que la comunicación se genera dos forma la escrita y la oral.

- **Escrita:** cuando el código empleado es lingüístico escrito. Por ejemplo, la correspondencia por carta.
- **Oral:** cuando el código empleado es lingüístico oral. Por ejemplo, cuando conversamos.

b. Comunicación No Verbal:

Son aquellos que no necesitan del lenguaje para comunicarse, es decir que no requieren de un idioma determinado para ser capacidades de transmitir mensaje.

Para que estos códigos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir. Ellos se deben a que estos códigos, como no utilizan el lenguaje, no son escritos ni orales.

La comunicación verbal se divide en código no lingüístico visual, código no lingüístico gestual y código lingüístico auditivo.

- **Visual:** Se transmite a través de la vista. Para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. No debemos confundir ver con leer.

Un ejemplo típico de código no lingüístico visual es el de la mayoría de las señales de tránsito, que son utilizadas en lugar de letreros escritos de manera que es mucho más fácil captar el mensaje aún si no sabemos leer ni escribir o si no conocemos el idioma en el que un letrero podría estar escrito.

- **Gestual:** En este código, el emisor transmite sus mensajes a través de gestos, utilizando su cuerpo. Este consiste en que el emisor hace gestos para transmitir el mensaje, en cambio, el otro corresponde a cualquier señal que solo es necesario ver.

Un ejemplo de código lingüístico gestual es el lenguaje de los sordomudos. Cuando el código empleado es no lingüístico gestual. Por ejemplo, los gestos que utilizamos a diario.

- **Acústica:** También se le llama código no lingüístico acústico o sonoro. Se transmite a través del oído, es decir, el receptor debe escuchar la señal para recibir y entender el mensaje.

En el código no lingüístico auditivo, la señal es más universal y no incluye palabras ni nada lingüístico ni tampoco elementos visuales. Por ejemplo, la sirena de la ambulancia.

NOTA: en cualquier situación comunicativa, hay que cuidar no confundir el emisor con el objeto que produce el sonido, ya que estos objetos suelen servir simplemente como un medio para que el verdadero emisor transmita el mensaje. Por ejemplo, en el caso de las campanas de la iglesia, es el sacerdote y no las campanas, quien desea transmitir a toda la comunidad que la misa va a comenzar.

4. NIVELES DE COMUNICACIÓN:

Para el desarrollo de este aspecto se parte de la concepción de Roger Malicot, quien señala que “la comunicación es la circulación del pensamiento en tres niveles: el primero, el unidimensional (consigo mismo); el segundo, el bidimensional (con los otros); y el tercero, el tridimensional (yo con los otros, el contexto y el medio)”.

A continuación indicaremos cada uno de ellos:

a. COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL-UNIDIMENSIONAL:

A través de él se manifiesta una conversación profunda y personal. Un emisor es receptor de su propio mensaje. El hablante es, al mismo tiempo, audiencia.

Ahora, reflexione un instante y conteste: ¿Ha hablado a solas, como si estuviera pensando en voz alta? Su respuesta debió ser afirmativa, porque todos los seres humanos se comunican internamente. Emplean la comunicación intrapersonal. Veamos el significado de este término:

Conforme con lo que puede apreciarse en el análisis de esta palabra, este tipo de comunicación ocurre en el interior del individuo.

El monólogo es una forma expresiva. Es el discurso que un emisor o hablante se dirige a sí mismo. Se emplea también en las obras dramáticas y narrativas para revelar estados de conciencia, conjuntamente con sus respectivos procesos síquicos. Se expresa en primera persona. De allí, el énfasis en el emisor y el predominio de expresiones exclamativas.

b. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL- BIDIMENSIONAL:

Cuando dos o más personas hablan, se dice que hay una relación de comunicación. Esta relación recibe el nombre de interpersonal y es el tipo de comunicación que la generalidad de las personas practicamos la mayor parte del tiempo. Ocurre cuando usted establece una comunicación dialogante con otra u otras personas, cuando departe de los familiares, amigos, cuando se solicita orientación de sus asesores en el Centro Local, etc. Esto quiere decir que debe darse dentro del marco familiar, en la comunidad, en una institución, organización o asociación profesional.

La comunicación interpersonal es la forma más primaria, directa y personal de la comunicación. Ella ofrece la oportunidad de que usted y otras personas puedan verse, compartir ideas, interrumpir o suspender el diálogo.

Ella permite no solamente la comunicación a través de la palabra, sino también con gestos, movimientos, además que forma parte del lenguaje. Se trata de una comunicación total, con el interés de crear relaciones profundas y satisfactorias. A través de ella, se logra un elevado grado de interacción y mayores posibilidades de éxito en el intento comunicativo. Implica un cambio de conducta entre el emisor y el receptor del mensaje.

c. COMUNICACIÓN MASIVA- TRIDIMENSIONAL:

Al crecer la civilización y hacerse poderosa, sobrevino la necesidad de nuevos medios de comunicación, cónsonos con ese desarrollo. Así pues, al buscar el hombre su propia trascendencia, utilizó instrumentos que permitieron la extensión de sus sentidos.

De la comunicación directa, personal, se pasa a una comunicación pasiva. Esto quiere decir que cuando las implicaciones del mensaje van más allá de nuestras propias fronteras, se debe recurrir a medios técnicos para ampliar el contenido y la fuerza de lo que se quiere comunicar. Se pasa de la esfera humana a la esfera social y masiva. El proceso comunicacional sigue siendo el mismo, lo que cambia son los medios utilizados. Ya no nos centramos solamente en las personas, sino que se requiere de ciertos instrumentos de carácter técnico para ampliar los contenidos de los mensajes y, en consecuencia, elevar el radio de acción y las posibilidades de lograr mayores efectos.

5. BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Sin duda, alguna vez en la vida no hemos podido comunicarnos con otras personas. Muchas pueden ser las causas: un teléfono dañado, un radio con mucho volumen, el llanto de un niño, el estruendo ruido de una corneta, etc. Estas interferencias se denominan ruidos o barreras.

Todos los elementos intervinientes en el proceso de la comunicación pueden sufrir obstrucciones o perturbaciones: anárquicas, aleatorias e imprevisibles que entorpecen, dificultan o imposibilitan la comunicación.

Todas estas perturbaciones u obstrucciones pueden registrarse a nivel: semántico, físico, fisiológico, psicológico y administrativo

a. BARRERAS SEMÁNTICAS:

Si al hablar o escribir empleamos una palabra con una acepción que no corresponda, se produce una barrera semántica. Esto quiere decir: Cambio de Significación.

Estos ruidos o barreras se registran a diario. Los vehículos más eficaces en el uso y divulgación de los mismos son los medios de comunicación social.

Observe los ejemplos que se ofrecen a continuación:

A través de los medios de comunicación de masas llamados canales: televisión, revistas, periódicos, prensa, llegan a nosotros incontables expresiones iguales a estas. Cuando no precisamos el correcto significado de las palabras orales o escritas surgen diferentes interpretaciones, y así el receptor capta no lo que dice el emisor, sino lo que su contexto le indique.

b. BARRERAS FÍSICAS:

Esta barrera se presenta cuando los medios utilizados para transportar el mensaje no permiten que éste llegue nítidamente al receptor y provoca incomunicación.

c. BARRERAS FISIOLÓGICAS:

Surge cuando una de las personas que intervienen en una comunicación interpersonal (conversación) presenta defectos orgánicos en la vista, en la audición o en la zona de articulación, lo que ocasiona interferencias en el acto comunicativo. Tal es el caso de los sordos y los ciegos; pero también, podemos señalar a aquellas personas que sin llegar a tales extremos, presentan alguna deficiencia fisiológica, tienen alguna falla y no ven, no escuchan o no hablan bien.

d. BARRERAS PSICOLÓGICAS:

Todo ser humano tiene una forma particular de vivir, percibir y entender el mundo en el cual se encuentra inserto. Esta forma recibe nominación psicológica: esquema referencial.

Aceptamos a las comunicaciones que se adapten a nuestro esquema referencial. Usualmente vemos, oímos y sentimos lo que se encuentra a nuestro alrededor y toda comunicación que encierra para nosotros alguna amenaza, agresividad o crítica, no son rechazadas. Es por ello que, muchas veces, resulta difícil entendernos con la gente. Esa dificultad se traduce en reacciones emocionales, en obstrucciones para evitar la sensación de malestar, miedo, incertidumbre, ansiedad, etc. Estas barreras se producen en el interior de cada individuo, en el mundo del yo.

El tono de voz del jefe, el uso que hace del vocabulario o su falta de tacto puede hacer que un empleado se sienta subestimado, agredido o rechazado.

e. BARRERAS ADMINISTRATIVAS:

Todos formamos parte de una sociedad, institución o empresa, esto quiere decir que formamos parte de una estructura grande y compleja, la mayoría de las veces, por su configuración, puede causar distorsión de mensajes.

Los factores que pueden originar barreras administrativas serían entre otras:

- La estructura organizacional.
- Los circuitos, redes y patrones de comunicación.
- Ambigüedad en los estatus y roles.

Estos factores generan barreras relacionadas con:

- Las personas.
- Las ideas.
- La ejecución o rendimiento.
- La organización.

6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Con el avance de la tecnología, han ido desarrollándose diferentes medios de comunicación, que pasamos a citar por orden cronológico:

a. Prensa Escrita: El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario). Existen desde la aparición de la imprenta, siendo el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo.

b. Teléfono: Un medio de telecomunicación diseñado para transmitir conversaciones por medio de señales eléctricas. El teléfono fue creado conjuntamente por Alexander Graham Bell y Antonio Meucci en 1877.

c. Radio: Es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Por su alcance electromagnético le es mucho más fácil el poder llegar a lugares lejanos.

d. Cine: El Cine fue un paso más en la creación de medios de comunicación masivos. Corresponden al tipo audiovisual. Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja

selectividad. Sus ventajas son: Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color. Entre sus desventajas se encuentran: Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro.

e. Televisión: La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "vision" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas.

f. Internet: Internet es un método de interconexión de redes de computadoras implementado en un conjunto de protocolos llamados TCP/IP y garantiza que redes físicas heterogéneas funcionen como una red (lógica) única.

g. Otros medios de comunicación los son: Las cartas, libros e historieta, etc.

CONTENIDO EN DIAPOSITIVAS



UNIVERSIDAD DE PANAMA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA DE PERIODISMO

TEMA:
**“SEMINARIO TALLER DE ORIENTACIÓN
PERIODÍSTICA
PARA ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE LA
LICENCIATURA EN PERIODISMO”**

EXPOSITORA
LICDA. LORENA ESPINOSA
7 DE JUNIO DE 2010

Módulo No.1
La Comunicación y sus Elementos

1. Concepto de Comunicación
- 1.2. Origen
- 1.3. Teoría
2. Elementos de la Comunicación
- 2.1. Emisor
- 2.2. Receptor
- 2.3. Código
- 2.4. Mensaje
- 2.5. Canal
3. Tipos de Comunicación
- 3.1. Verbal
- 3.1.1. Oral
- 3.1.2. Escrito
- 3.2. No Verbal
- 3.2.1. Visual
- 3.2.2. Gestual
- 3.3. Acústico

Módulo No.1
La Comunicación y sus Elementos

4. Niveles de la Comunicación
- 4.1. Comunicación Intrapersonal
- 4.2. Comunicación Interpersonal
- 4.3. Comunicación Masiva
5. Barreras de la Comunicación
- 5.1. Semántica
- 5.2. Físico
- 5.3. Fisiológico
- 5.4. Psicológico
- 5.5. Administrativo
6. Los medios de Comunicación
- 6.1. La Prensa Escrita, La Radio,
- 6.2. La TV y la Internet, entre otros

**¿ QUÉ ENTIENDEN USTEDES POR
COMUNICACIÓN?**

DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra.



Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de **signos** y tienen unas reglas **semióticas** comunes.

LA COMUNICACIÓN: SEGÚN AUTORES



LA COMUNICACIÓN

Origen

HACE UNOS 4 MIL 500 MILLONES DE AÑOS.

MÁS ALLÁ DE 40 mil años A.C.

SE EMPEZÓ A USAR: EL FUEGO E INSTRUMENTOS PARA LA DEFENSA Y COMUNICACIÓN.

Teoría

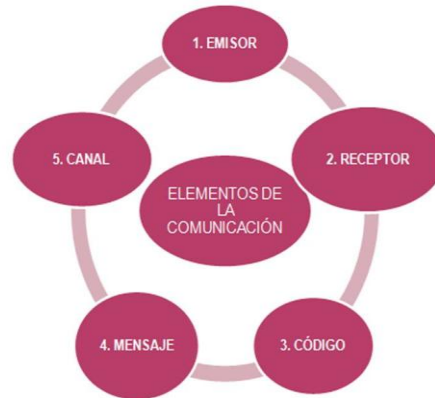
LADIVINA

LA EXCLAMACIÓN

LA ONOMATOPÉYICA

LA MECANICISTA

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



¿MENCIONE LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN?

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

EMISOR

• QUIEN EMITE EL MENSAJE

RECEPTOR

• QUIEN RECIBE EL MENSAJE

CÓDIGO

• CONJUNTO DE REGLAS PROPIAS DE CADA SISTEMA DE SIGNOS Y SÍMBOLOS QUE EL EMISOR USA PARA TRANSMITIR EL MENSAJE

MENSAJE

• CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN A TRANSMITIR

CANAL

• ES EL MEDIO QUE SE UTILIZA PARA TRANSMITIR LA INFORMACIÓN
• EJEMPLO: EL AIRE EN EL CASO DE LA VOZ, EL HILO TELEFÓNICO EN UNA CONVERSACIÓN TELEFÓNICA.

**TALLER NO. 1:
IDENTIFIQUE LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN**

MARÍA DICE: Papá, ¿ podrías comprarme algún libro?



**TALLER NO. 1:
IDENTIFIQUE LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN**

Despierta, papá! Otra vez te has quedado dormido viendo la película.

Completa este esquema con los elementos de la comunicación:

Emisor: _____ : el niño

Receptor: _____

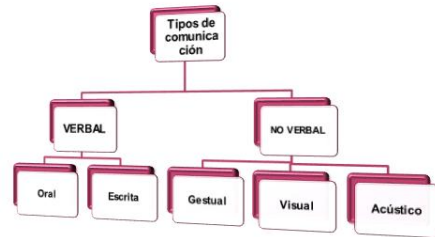
Mensaje: _____

Canal: _____

_____ : la lengua española.

¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN QUE USTEDES CONOCEN?

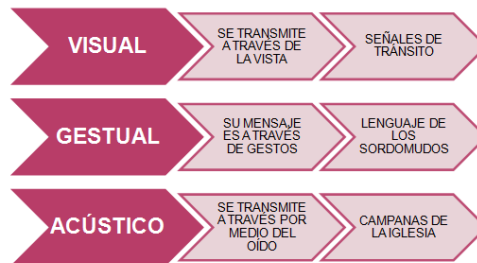
TIPOS DE COMUNICACIÓN



EJEMPLOS DE COMUNICACIÓN VERBAL



EJEMPLOS DE COMUNICACIÓN NO VERBAL



TALLER NO 2
IDENTIFIQUE LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN POR MEDIO DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. LA SEÑAL DE TRÁNSITO: HOMBRES TRABAJANDO



EMISOR: LAS AUTORIDADES DE TRÁNSITO
RECEPTOR: LOS CONDUCTORES
MENSAJE: QUE TENGAN PRECAUCIONES PORQUE HAY GENTE TRABAJANDO
CÓDIGO: NO VERBAL- LA VISUAL
CANAL: LA VISTA

2. EL SONIDO DE UNA CAMPANA
EMISOR: EL PADRE O MONAGUILLO
RECEPTOR: LA COMUNIDAD
MENSAJE: QUE LA MISA VAYA A EMPEZAR
CÓDIGO: NO VERBAL-ACÚSTICO
CANAL: OÍDO

NIVELES DE LA COMUNICACIÓN

Quando dos o más se comunican, es decir que están presentes el emisor y receptor, es la que se practica a diario.

INTERPERSONAL (BIDIMENSIONAL)

INTRAPERSONAL (UNIBIDIMENSIONAL)

Un emisor es receptor de su propio mensaje.

MASIVA (TRIDIMENSIONAL)

Ya nos se centra sólo en las personas, sino en los medios o instrumentos para ampliar el mensaje, ya sea la radio, la tv, entre otros.

NIVELES DE LA COMUNICACIÓN

BARRERAS SEMÁNTICAS DE LA COMUNICACIÓN

SEMÁNTICO

• Si al hablar o escribir empleamos una palabra con una acepción que no corresponda, se produce una barrera semántica. Esto quiere decir: CAMBIO DE SIGNIFICACIÓN.

FÍSICO

• Esta barrera se presenta cuando los medios utilizados para transportar el mensaje no permiten que éste llegue nítidamente al receptor y provoca incomunicación.

FISIOLÓGICO

• Surge cuando una de las personas que intervienen en una comunicación interpersonal (conversación) presenta defectos orgánicos en la vista, en la audición o en la zona de articulación, lo que ocasiona interferencias en el acto comunicativo.

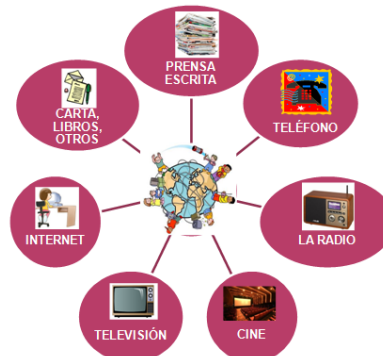
PSICOLÓGICO

• Usualmente vemos, oímos y sentimos lo que se encuentra a nuestro alrededor y toda comunicación que encierra para nosotros alguna amenaza, agresividad o crítica, son rechazadas. Ejemplo: el tono de voz del jefe, o su falta de tacto hace que la persona se sienta rechazada.

ADMINISTRATIVO

• Todos formamos parte de una sociedad, institución o empresa, esto quiere decir que formamos parte de una estructura grande y compleja. la mayoría de las veces, por su configuración, puede causar distorsión de mensajes.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL



TAREA:
INVESTIGAR SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA PRÓXIMA CLASE

¡Muchas Gracias!

EVIDENCIAS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN



Un estudiante le hace una pregunta a la profesora sobre una inquietud que tuvo.



Algunos estudiantes atentos a lo que la profesora explicaba sobre la Comunicación y sus Elementos.



La profesora había terminado de explicar la clase y procedía aplicar un taller para reforzar las enseñanzas.



Los estudiantes de la Licenciatura en Periodismo aplicando los conocimientos adquiridos y otros esperando que sus compañeros terminaran.

RESULTADOS OBTENIDOS DEL PRIMER MÓDULO

Durante la presentación del Primer Módulo donde se abordó todo lo relacionado a la Comunicación y sus Elementos, los estudiantes tuvieron atentos a la información que se le estaba suministrando, inclusive intercambiamos opiniones sobre los conocimientos que ellos tenían más la nueva información que se le estaba dando a conocer.

Es importante señalar, que para verificar y comprobar que los estudiantes habían prestado atención y que habían asimilado el mensaje, se le aplicaron dos talleres, el primero consistió en que los jóvenes identificaran los elementos que se dan en el proceso de la información, donde la mayoría comprendieron a cabalidad lo suministrado.

No obstante, un pequeño grupo tuvo dificultad en el segundo taller, para identificar con claridad los elementos de la comunicación que se dan dentro de una comunicación no verbal: la visual y acústica. Ante esta confusión se reforzó la misma y sin temor a equivocarme la mayoría captaron el mensaje, además, comprendieron la forma como nos podemos comunicar con los demás, no necesariamente usando la información verbal o escrita, sino la no verbal.

MÓDULO II.
INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO

PLANEACIÓN DEL MÓDULO No.2

Universidad de Panamá
 Facultad de Comunicación Social
 Escuela de Periodismo
 Planeamiento realizado para el Proyecto de Intervención

AÑO: I Salón: 108. **Seminario-Taller: De Orientación Periodística** **Tema:** Introducción al Periodismo (Módulo No.2)

Fecha: 8 de junio de 2010.

Facilitadora: Lorena Espinosa **Duración:** 10 Horas

Actividades Preliminares: Pasar lista para asistencia y hacer un recordéris de la clase anterior

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
-Valorar e identificar el origen, concepto, características, herramientas y tipos de periodismo que existen en especial el especializado.	1. Introducción al Periodismo <ul style="list-style-type: none"> • Orígenes • El periodismo en Panamá • Concepto de Periodismo Vs Periodista • Qué Investiga el Periodista 2. Características del periodista 3. Herramientas de un periodista 4. Tipos de Periodismo 5. Per. Especializado.	- Exponer sobre los orígenes del periodismo, su evolución, característica y tipos de periodismo. -Dar Instrucciones sobre la identificación de los tipos de periodismo especializado que existen.	-Escuchar y participar en clase. -Elaborar un concepto de periodismo y periodista. -Analizar y opinar sobre las preguntas formuladas. -Identificar los tipos de periodismo especializados que existen.	Técnicas o estrategias: -Exposición dialogada - Lluvia de idea -Mapa Conceptual Método: Activo-participativo.	Tablero, marcador, profesor, estudiante, retroproyector y equipo multimedia, material escrito y periódico.	-Diagnóstica: Responder las preguntas previas sobre el periodismo y periodismo especializado -Formativa: identificar a través de un diario los tipos de periodismo especializado.	-Reyes, G. Periodismo de Investigación, Editorial Trillas, México, 1996. -Gran Enciclopedia de Larousse. Editorial Larousse, Bogotá, 1991. -Página Web, de la Facultad de Com. Social de la Universidad de Panamá, 2010.

CONTENIDO DEL MÓDULO NO.2

INTRODUCCIÓN DEL PERIODISMO

I. ORÍGENES DEL PERIODISMO

Según la versión de algunos historiadores el Periodismo nació cuando la escritura y el papel fueron inventados; por lo tanto, los Egipcios, Persas y Griegos, comentaban hechos que sucedían a su alrededor. Sin embargo, en Babilonia dentro de los hallazgos, encontraron tablas de arcilla y signos de estilo cuneiformes; que contenían, acontecimientos de orden público, religioso y económico realizados por los historiógrafos y cuya responsabilidad era realizar estos hechos mencionados anteriormente.

Es importante señalar que la invención de la escritura se dio en varios lugares del mundo de forma independiente. Las primeras técnicas de escritura se remontan al 4000 a. C. En Eurasia apareció en Oriente Medio y Egipto y también en China, probablemente de manera independiente. El sistema creado en Oriente Medio y Egipto se extendió rápidamente a las áreas culturales cercanas y es el origen de la mayoría de las escrituras del mundo. En América la escritura también apareció en Mesoamérica.

Posteriormente, otros investigadores comentan que la información, tuvo su trascendencia en Roma, ya que, comenzaron a realizar manuscritos de comentarios, anales históricos, actas no solo en edictos sino notas que sucedían, a la sociedad.

II. EL PERIODISMO EN PANAMÁ:

Los primeros cursos de periodismo que se dictan en la Universidad de Panamá, iniciaron en 1940, cuando el Doctor Octavio Méndez Pereira y el Doctor Jephtha B. Duncan implementaron la carrera de periodismo a nivel superior, pero los cursos son cancelados en 1948.

En 1954 en el Instituto Justo Arosemena, bajo la administración del profesor Federico Velásquez, por segunda vez se intenta crear la Escuela de Periodismo, lo cual no tuvo el éxito esperado.

En 1959 era presidente del Sindicato de Periodista de Panamá Don Ricardo Lince y la idea de crear una Escuela de Periodismo ganó adeptos, y el 13 de noviembre de este mismo año con motivo de la toma de posesión la nueva directiva presidida por el Lic. Jorge E. Turner impulsó el proyecto de Ley N°46 presentado a la Asamblea Nacional, aprobado el 24 de noviembre de 1959, por el cual se crea la Escuela Nacional de Periodismo de la Universidad de Panamá.

Sin embargo, fue el 29 de julio de 1961, que inician formalmente los estudios de Periodismo a nivel de licenciatura en la Universidad de Panamá, al amparo de la Facultad de Filosofía, Letras y Educación, siendo su primer director, Don Gil Blas Tejeira, autodidacta, maestro del humorismo panameño y periodista por vocación. Hoy día la profesión del periodismo es considerado, el cuarto poder del Estado.

En Panamá, la profesión ha ido evolucionando al transcurrir los años, se ha creado El Consejo Nacional de Periodismo (CNP) que creó la Comisión de Ética, también está con el Colegio Nacional de Periodismo (CONAPE), el Sindicato de Periodismo. Sin embargo, faltan muchas cosas que hacer.

El 13 de noviembre de 1918, Gaspar Octavio Hernández murió de la cruel enfermedad que lo aquejaba, tuberculosis, mientras trabajaba en uno de sus

artículos como Jefe de Redacción del veterano diario La Estrella de Panamá. Debido a que este suceso se produjo al ejercer su profesión, en su memoria se designó ese día como Día del Periodista Panameño.

III. Definición del término periodismo y periodista

PERIODISMO: Como primera instancia, algunos libros han definido al Periodismo como: "Profesión y Conjunto de Periodistas." Mientras que, otros lo describen: "Conjunto de actividades relacionadas con la búsqueda, selección, redacción, y difusión de noticias que se transmiten por los medios de información".

El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión. La información es difundida por medios o soportes técnicos, lo que da lugar al periodismo gráfico, la prensa escrita, el periodismo radiofónico, el audiovisual (mediante televisión y el cine) y el periodismo digital o multimedia.

Como disciplina el periodismo se ubica en algunos países dentro de la sociología y en otras ciencias como las Ciencias de la Comunicación.

La ciencia social del periodismo persigue crear una metodología adecuada para poder presentar cualquier tipo de noticia, ser objetivo, buscar fuentes seguras y por tanto verificables.

PERIODISTA: Es la persona que se dedica al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, radio, televisión, revistas o medios digitales. Su trabajo consiste en investigar y describir temas de interés público y así posteriormente llevar a cabo su distribución. Para ello recurren a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus noticias o reportajes, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita, visual.

A. ¿Qué investiga el periodista?

El periodista siempre investiga un hecho, situación para luego informar, pero esto incluye la recopilación de datos y la verificación cuidadosa de los mismos para determinar su exactitud. A veces los periodistas son testigos de la historia, pero lo más común es que se enteren de los detalles por boca de otras personas que tuvieron experiencia directa con los hechos o son expertos en el tema. Esa información se ve reforzada o corroborada por fuentes adicionales y se coteja con evidencias documentales contenidas en registros públicos, informes o archivos.

IV. Herramientas de un buen Periodista:

Para hacer esto bien, el periodista necesita llevar un registro preciso de sus observaciones.

Un reportero de los medios impresos puede realizar su tarea con:

- Una libreta
- Un lápiz o pluma
- Grabadoras de audio, ya sea de cinta o digital
- Cámaras
- Baterías
- Un teléfono móvil y una computadora laptop, entre otros.

En el caso de la radio, los periodistas tienen que captar sonidos; para la televisión, usan tanto el sonido como el vídeo. Al igual que deben llevar todos los elementos antes mencionados.

Nada hay más embarazoso que, al llegar al escenario de los hechos, descubrir que la cámara no tiene película o cinta, o que sólo llevamos una pluma y no tiene tinta.

V. Características de buen periodista

Para ser un buen periodista, es necesario contar con algunas características que a continuación detallaremos:

- **La vocación:** Recuerda: hay que anotar, pero también hay que saber contarlo.
- **La formación académica:** Es importante que es acudir a la Universidad. Pero además hay que completar esa formación con cursos, prácticas, colaboración, seminarios, jornadas, talleres, etc.
- **La autonomía del periodista:** El periodista tiene que intentar ser independiente ante el lector y ante los poderes establecidos.
- **Tener un olfato periodístico: ¿Identificar lo qué es noticia de lo qué no es?**

Cómo buen investigador el periodista debe tener el olfato periodístico y considerar qué es noticia y qué no lo es.

En principio, noticia es todo acto de comunicación de un acontecimiento dentro de un tiempo y en un espacio territorial determinados.

Si no hay comunicación, si no se hace notar un acontecimiento, no hay noticia. Sin embargo, no todos los acontecimientos son noticia. No son noticia aquellos acontecimientos que no tienen interés para los sectores, clases y grupos sociales o la sociedad entera, que está acostumbrada a la "cotidianidad" de determinados hechos o acontecimientos. Pero esto que sucede en un lugar y que allí no interesa, puede ser de extraordinario valor "por lo inusitado", en otro lugar.

Lo mismo sucede en el manejo del tiempo, de la "actualidad noticiosa", del "uso del ayer, hoy y mañana" que debe tener en cuenta todo profesional de la comunicación de masas.

La noticia es la publicación -hacer público o notorio- del acontecimiento actual en el lugar preciso que interesa. Ayer, hoy y mañana, son las únicas instancias de tiempo que valen en el periodismo moderno. Otro tipo de información es eso, información, pero no noticia.

- **Ser Observador:**

La observación en el lugar de los hechos es uno de los preceptos fundamentales del buen reportaje. Los periodistas desean presenciar los eventos personalmente siempre que es posible pues así los pueden describir con precisión para su público. El buen reportero usa todos sus sentidos en el lugar de los hechos: observa, escucha, olfatea, saborea y palpa la historia para que el público pueda hacerlo también.

- **Ser un Investigador:**

Los periodistas tienden a recoger mucha más información de la que pueden incluir en sus artículos, pero esos datos siempre les ayudan a entender mejor la situación o el tema en cuestión.

- **Sabe seleccionar las Fuentes de información**

Los reporteros usan fuentes primarias y secundarias para informar sobre las noticias.

1. La fuente primaria puede ser una entrevista con alguien que tenga experiencia directa con el evento o tema, o bien un documento original relacionado con el asunto. También se considera como fuente primaria al propio periodista si fue testigo de los hechos.

2. Una fuente secundaria puede ser un informe escrito basado en el documento original. En el caso de un incendio, por ejemplo, la persona cuya casa se quemó puede ser una fuente primaria. Lo mismo se puede decir de un bombero que haya participado en la tarea de apagar el incendio. En cambio, el boletín de prensa emitido por el departamento de bomberos al día siguiente sería una fuente secundaria.

- **Tener compromiso:** Los periodistas deben tener el compromiso para informar a su público.
- **Responsabilidad:** Todos estamos obligados a cumplir unas normas. Al periodista, cumplir las normas deontológicas le va a permitir separar la actividad deseable de la que no lo es. Te decía antes que hay que saber contar las cosas, pero no es menos importante saber que no todas las cosas se pueden contar. Qué difícil es hablar de principios éticos, y sin embargo, qué importantes son.
- **Objetividad:** Cuando la información parte de un conocimiento exacto y cierto, de una reflexión consciente y de una rectitud intachable de intenciones "en esto consiste la imparcialidad, o la absoluta objetividad", sentencia Luka Brajnovic.
- **Necesidad de entender lo que está pasando:** debe ser capaz de analizar hecho que está pasando a su alrededor para poder transmitirlo de forma veraz y objetivo.
- **Capacidad para redactar y organizar información contradictoria:** Un periodista debe ser capaz de redactar y organizar bien la información, extrayendo lo más esencial que el público debe conocer.

VI. TIPOS DE PERIODISMO Y PERIODISMO ESPECIALIZADO:

A. Tipos de periodismo:

Existen varios tipos de periodismo:

Periodismo escrito, gráfico, radial, audiovisual (televisivo), interpretativo y digital.

Con la revolución digital han surgido tres tipos de periodismo:

1. El periodismo tradicional: noticioso o informativo, interpretativo, el de opinión y el alternativo.
2. El periodismo participativo (visto en la llamada Web 2.0, donde los ciudadanos generan sus propios canales de distribución como el Blog);
3. El periodismo ciudadano, que es usado por los medios tradicionales que solicitan de la ciudadanía compartir con los medios, noticias que ocurren en su entorno con informes de audio, fotos o vídeos.

B. Definición de periodismo Especializado: El periodista especializado combina una experiencia profesional y un amplio conocimiento en una determinada área de especialización con la aplicación de los conocimientos periodísticos generales que le permiten informar al público con eficacia. Esta segunda capacidad le diferencia de los profesionales especialistas, que no son periodistas pero colaboran con los medios de comunicación como articulistas o asesores por lo que no dominan el lenguaje periodístico ni otros muchos conocimientos específicos que maneja el periodista para informar con claridad, incluso sobre aquellas noticias más complejas.

C. Tipos de Periodismo Especializado:

1. El periodismo turístico:

El periodismo turístico es la recolección de datos, el análisis y la elaboración de la información referida a las actividades turísticas. Significa estudiar, interpretar y redactar la noticia turística que se brindará a los diferentes actores que integran

una sociedad que quiere ser turística o que ya lo es. Esta nueva rama del periodismo tiende a informar sobre el accionar relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística.

El crecimiento vertiginoso que ha experimentado esta “industria sin chimeneas” exige poner en común hechos de interés público realizando previamente la investigación periodística, para brindar de esta manera un análisis profundo de los hechos turísticos.

Para esto se deben investigar los datos de primeras fuentes, entrecruzar las mismas, recabar datos concretos mediante las técnicas de entrevistas, además de contar con antecedentes fidedignos y archivos de documentos que permitan elaborar un mensaje fidedigno y actualizado. Al recolectar esta información sobre las actividades turísticas a nivel local, municipal, nacional e internacional se mostrarán las novedades que se relacionan con el Sistema Turístico.

2. Periodismo ambiental

Es la especialidad periodística que se ocupa de la actualidad y la información relacionada con el medio ambiente, la naturaleza y el desarrollo sostenible, en especial en todo lo que tienen que ver con el deterioro del medio natural (suelos, atmósfera, biodiversidad...). Es el periodismo que se ocupa de la captación y el tratamiento periodístico, escrito, oral, audiovisual de los temas ambientales de carácter noticioso.

Su objetivo es: Ofrecer información ambiental nueva y útil que permita al ciudadano decidir con conocimiento de causa.

El papel del periodista ambiental es identificar las noticias vinculadas a esta especialidad y explicar los distintos factores del suceso, de forma que el lector pueda entender por qué se llegó a esa situación, las tendencias y la evolución de

un determinado problema ecológico, energético o eco-social

3. Periodismo científico

Es el enlace sistemático y profesional entre el conocimiento [científico] y la sociedad; su objetivo principal es transformar a la ciencia en un saber general con carácter informativo y educativo. Manuel Calvo Hernando, periodista español, apunta que el periodismo científico divulga el conocimiento científico a la sociedad a través de diferentes mensajes y medios de comunicación social.

4. Periodismo cultural

Iván Tubau, en su libro *“Teoría y práctica del periodismo cultural”*, define el periodismo cultural como la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación. El periodismo cultural pretende también promocionar eventos cuya esencia sean las artes y la artesanía.

5. Periodismo económico:

Es una rama del periodismo enfocada a informar sobre los hechos relacionados con la economía, incluyendo temas sobre finanzas, banca o el mercado bursátil. Además, muestra cómo analizar, interpretar y redactar la información. Trata de dar a conocer el estado económico del país, el estado de la inflación del peso, el estado del peso ante el resto de las monedas extranjeras.

6. Periodismo deportivo:

Es el que recolecta información sobre los acontecimientos deportivos locales, nacionales y o internacionales; muestra las novedades que se relacionan con las diferentes disciplinas deportivas. Las que más se destacan son: tenis, béisbol, balonmano, baloncesto, automovilismo, atletismo, boxeo, golf, ajedrez, polo, fútbol que acaparan toda la atención de los aficionados por el deporte.

El periodismo deportivo debe tener profesionales capaces de analizar el deporte como más que una simple información, verlo desde lo religioso, lo cultural, lo formativo, sociológico, psicológico, ético, político y social.


7. Periodismo de Farándula:

Que el periodismo de farándula sea serio o no, parece difícil de responder por las opiniones opuestas que genera.

8. Periodismo de guerra:

Ésta es una de las especialidades más peligrosas de la profesión, puesto que requiere cubrir las noticias que se producen durante un conflicto bélico, y esto implica que los periodistas enviados para realizar dicha misión tengan que poner en grave riesgo su vida o su integridad física. Muchos reporteros han perdido la vida en la realización de esta labor.

CONTENIDO EN DIAPOSITIVAS

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL 
ESCUELA DE PERIODISMO

TEMA:
"SEMINARIO TALLER DE ORIENTACIÓN PERIODÍSTICA
PARA ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE LA LICENCIATURA EN
PERIODISMO"

EXPOSITORA
LICDA. LORENA ESPINOSA

8 DE JUNIO DE 2010

MÓDULO NO.2 INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO

- ORÍGENES DEL PERIODISMO
- EL PERIODISMO EN PANAMÁ
- DEFINICIÓN DEL TÉRMINO PERIODISMO Y PERIODISTA
- QUE INVESTIGA EL PERIODISTA
- CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISTA
- HERRAMIENTAS DE UN PERIODISTA
- TIPOS DE PERIODISMO
- PERIODISMO ESPECIALIZADO

ORÍGENES DEL PERIODISMO

- >Según los historiadores el periodismo a nivel mundial nació cuando la escritura y el papel fueron inventados, en el año 4,000 A.C.
- >Los Egipcios, Persas y Griegos, comentaban hechos que sucedían a su alrededor.
- >Los escritos eran de orden político, religioso y económico.

EL PERIODISMO EN PANAMÁ

EL PERIODISMO EN PANAMÁ

- ❖En 1940, inician los tres cursos de periodismo en la Universidad de Panamá, por iniciativa de los Dres. Octavio M. Pereira y Jephtha B. Durcan, pero se cierra en 1948.
- ❖En 1954, se intenta crear la Escuela de Periodismo, lo cual no tuvo el éxito esperado.
- ❖En 1959, se impulsó el proyecto de Ley N°46 en la Asamblea Nacional, por el cual se crea la Escuela Nacional de Periodismo de la Universidad de Panamá, el 24 de nov. de ese mismo año.

EL PERIODISMO EN PANAMÁ

EL PERIODISMO EN PANAMÁ

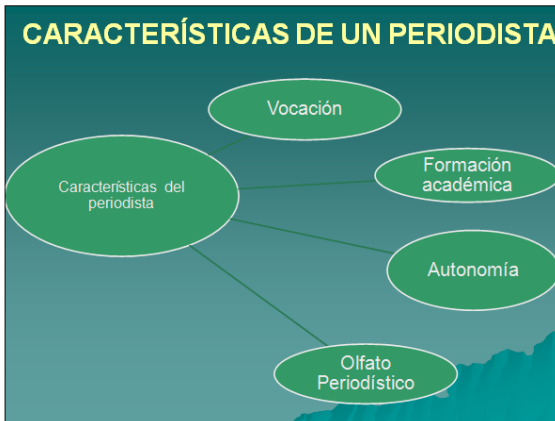
- ❖El 29 de julio de 1961, se inicia formalmente los estudios de periodismo a nivel de Licenciatura en la Universidad de Panamá.
- ❖Hoy día la profesión del periodismo, es considerado el 4 poder del Estado. La profesión con los años ha ido evolucionando. Contamos con el CNP, CONAPE y el Sindicato de Periodista.
- ❖El 13 de noviembre fue designado el Día del Periodista en Panamá. Debido a la muerte del reconocido periodista, Gaspar Octavio Hernández, en 1918.

DEFINICIÓN DEL TÉRMINO PERIODISMO

1.¿ QUÉ ENTIENDEN USTEDES POR EL TÉRMINO PERIODISMO Y PERIODISTA?



- ## ¿ENTONCES QUÈ INVESTIGA EL PERIODISTA?
- ◆ Un hecho o situación de interés público.
 - ◆ De forma objetiva y veraz.
 - ◆ Se vale de fuentes confiables y verificables.
 - ◆ Para dar a conocer la noticia o su reportaje.



HERRAMIENTAS DE UN PERIODISTA

PRENSA ESCRITA	LA RADIO	TV
•Una libreta	•Una libreta	•Una libreta
•Un lápiz o pluma	•Un lápiz o pluma	•Un lápiz o pluma
•Grabadoras de audio, ya sea de cinta o digital.	•Grabadoras de audio, ya sea de cinta o digital.	•Cámara filmadora y Micrófono
•Casette	•Casette y Baterías	•Baterías
• Cámaras		•Un teléfono móvil
•Baterías		
•Un teléfono móvil	•Un teléfono móvil.	
•Una computadora laptop, entre otros		

- ## TIPOS DE PERIODISMO
- **Periodismo Tradicional:** Prensa escrita, periodismo gráfico, radial, televisivo y el digital.
 - **Periodismo Interpretativo o de opinión.**
 - **Periodismo Alternativo**
 - **Periodismo Investigativo**
 - **Periodismo Especializado.**

¿QUÉ ENTIENDEN POR PERIODISMO ESPECIALIZADO?



PERIODISMO ESPECIALIZADO

□ El periodista especializado combina una experiencia profesional y un amplio conocimiento en una determinada área de especialización con la aplicación de los conocimientos periodísticos generales que le permiten informar al público con eficacia.

TIPOS DE PERIODISMO ESPECIALIZADO



TIPOS DE PERIODISMO ESPECIALIZADO



¡GRACIAS!



EVIDENCIAS DEL DESARROLLO DEL SEGUNDO MÓDULO



La profesora luego de escribir los conceptos que los estudiantes le daban para crear una definición de periodismo



La profesora respondiendo algunas preguntas de los estudiantes.



Los estudiantes prestando atención a la clase dictada por la profesora.



La profesora preguntándole a los estudiantes cuáles eran los tipos de periodismo especializado que se encuentran en los diarios

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL SEGUNDO MÓDULO

Este segundo módulo se desarrolló de una manera satisfactoria porque los estudiantes estaban interesados en saber cómo ha evolucionando el periodismo a nivel mundial hasta llegar al de Panamá.

Igualmente, pudieron emitir opiniones y conocer porque a ésta profesión se le considera el cuarto poder del Estado, así como la fecha en que se celebra la profesión.

La participación de los estudiantes en la jornada de clase fue bastante amena, además lograron identificar los tipos de periodismo que existen y los especializados que se desarrollan en los medios escritos.

También le llamó la atención a los estudiantes el punto sobre las características que deben tener un periodista, algunos dijeron que no contaban con el olfato periodístico, sin embargo, le dije que con la práctica eso se va descubriendo, quizás como ellos están en el primer año y no conocen mucho del tema ya que aún no se le ha impartido las materias fundamentales de la carrera.

MÓDULO NO.3
LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

PLANEACIÓN DEL MÓDULO NO.3

Universidad de Panamá
Facultad de Comunicación Social
Escuela de Periodismo

Planeamiento realizado para el Proyecto de Intervención

AÑO: I Salón: 108. **Seminario-Taller: De Orientación Periodística** **Tema:** Los Géneros Periodísticos (Módulo No.3)

Fecha: 9 de junio de 2010.

Facilitadora: Lorena Espinosa **Duración:** 10 Horas

Actividades Preliminares: Pasar lista para asistencia y hacer un recordéris de la clase anterior.

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
<p>-Explicar el concepto y clasificación de los géneros periodísticos.</p> <p>-Conocer los elementos, características y estructura del Género Noticia.</p>	<p>1. Géneros periodísticos</p> <p>1.1. Concepto</p> <p>1.2. Clasificación</p> <p>1.2.1 Los que dan a conocer hechos:</p> <p>a. La Noticia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos de la noticia • Características y Estructura de la noticia. <p>b. El Reportaje</p> <p>c. La Crónica</p> <p>d. La Entrevista</p> <p>1.2.2 Los que dan a conocer ideas u opiniones:</p>	<p>- Exponer sobre el concepto y clasificación de los géneros periodísticos.</p> <p>-Dar instrucciones sobre los dos talleres a realizar sobre el género noticia, donde identificarán los elementos y estructura de la noticia.</p>	<p>-Escuchar y participar en clase.</p> <p>-Elaborar un concepto de géneros periodísticos y la noticia</p> <p>-Analizar y opinar sobre las preguntas formuladas.</p> <p>-Identificar los elementos, características y estructura de la noticia.</p>	<p>Técnicas o estrategias:</p> <p>-Exposición dialogada - Lluvia de idea</p> <p>-Mapa Conceptual</p> <p>Método:</p> <p>Activo-participativo.</p>	<p>Tablero, marcador, profesor, estudiante, retroproyector y equipo multimedia, material escrito y periódico.</p>	<p>-Diagnóstica: Responder las preguntas previas sobre los géneros periodísticos</p> <p>-Formativa: identificar los elementos de la noticia.</p> <p>Formativa: Realizar una noticia que contenga todos los elementos y su estructura.</p>	<p>-Gómez, Gilberto. Apuntes de clases sobre es Los Géneros Periodísticos. Panamá. 1,997.</p> <p>-La Enciclopedia Libre De Wikipedia. www.wikipedia.com. Los Géneros Periodísticos.</p>

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
-Identificar y conocer los géneros periodísticos que dan a conocer ideas u opiniones.	a. El Editorial. b. El artículo de opinión c. Las Glosas o Suelos d. La Caricatura e. El Comentario o La Columna	-Exponer sobre los géneros que dan a conocer ideas u opiniones	-Realizar una noticia con todos sus elementos y estructura. -Realizar una entrevista. -Identificar los géneros periodísticos de opinión en un periódico.	Técnicas o estrategias: -Exposición dialogada - Lluvia de idea -Mapa Conceptual Método: Activo-participativo.	Tablero, marcador, profesor, estudiante, retroproyector y equipo multimedia, material escrito y periódico.	Formativa: realizar una entrevista entre ellos mismos. -Formativa: identificar a través de un diario los géneros periodístico de opinión	-Saavedra, Alfaro y Sdenka Romané. Comunicación y Periodismo. Editorial de la Unidad Académica La Paz, Bolivia. 1976.

CONTENIDO DEL MÓDULO NO.3 LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1. Definición de Géneros Periodístico: Es una unidad con características independientes. Los géneros periodísticos son utilizados por el periodista para dar a conocer una información de diferentes maneras, algunas con más referencialidad y otras con poca referencialidad o baja referencialidad.

Algunos teóricos de la comunicación definen los géneros periodísticos como formas de comunicación culturalmente establecidas y reconocidas en una sociedad, un sistema de reglas a las cuales se hace referencia para realizar los procesos comunicativos. Otros autores ven los géneros periodísticos como categorías básicas que construyen la realidad. Los géneros periodísticos se diferencian entre sí con el fin de recoger la complejidad de lo que pasa y exponerlo a los lectores.

2. Clasificación: Los géneros periodísticos son 9. Sin embargo, hay gran variedad de clasificaciones de acuerdo a diferentes autores y corriente. Estos son:

2.1. Los que dan a conocer hechos: la noticia, el reportaje, la crónica y la entrevista.

2.2. Los que dan a conocer ideas: principalmente el editorial, el artículo de opinión, las glosas o sueltos, la caricatura, el comentario o columna.

1. La Noticia: Es el género periodístico por excelencia y la base de todos los demás, en ella se informa con el menor número de palabras posibles, de lo fundamental de un hecho o situación.

En fin la noticia es el hecho o acontecimiento verdadero, inédito y actual de interés general, que se comunica a un público a un público masivo y que puede ser publicado en orden de interés y de manera interpersonal.

Es sinónimo de información: que indica conocimiento de un hecho nuevo y actual, esta debe ser breve, precisa y concisa, es el relato de un hecho que sea de interés general.

A. Los elementos de redacción de una noticia son:

1. **¿Qué?:** Indica qué fue lo que paso ó sucedió.
2. **¿A quién?:** quién o quiénes fueron los implicados en el hecho o los que participaron en el acontecimiento.
3. **¿Cuándo?:** indica en qué momento ocurrió el acontecimiento, en que tiempo se dio el hecho.
4. **¿Cómo? :** Indica de que manera o forma ocurrió el acontecimiento.
5. **¿Dónde?** Indica el lugar en qué ocurrieron los hechos.
6. **¿Por qué?** En estos se dan los antecedentes que motivaron a los acontecimientos, los detalles secundarios y también pueden ser incluidas las posteriores consecuencias.

Ejemplo de noticia:

En las elecciones a rector celebrado con mucha alegría y regocijo el pasado 9 de junio en la Universidad de Panamá, resultó ganador el Dr. Gustavo García de Paredes, gracias a la ponderación obtenida por parte de los profesores regulares.

Qué se celebró: las elecciones a rector.

Dónde se celebró: en la Universidad de Panamá.

Cuándo se celebró: el pasado jueves 9 de junio.

Cómo se celebró: Con alegría y regocijo.

Quién resultó ganador en las elecciones: El Dr. Gustavo García de Paredes.

Porqué resultó ganador en las elecciones: por la ponderación obtenida por parte de los profesores regulares.

El orden en el que se responden estos interrogantes depende de las características del hecho relatado, del redactor, de la guía de estilo del medio.

El periodista ordena los datos en orden decreciente a su importancia, parte de los datos más importantes para llegar a los menos significativos.

En ella se da una selección de la realidad, de manera que el periodista escoge los elementos que le parecen interesantes y relevantes. Pero en ningún caso se mostrará su opinión.

B. Las características principales de la noticia son:

- **Veracidad:** los hechos o sucesos deben ser verdaderos y, por lo tanto, verificables.
Objetividad: el periodista no debe verse reflejado en ella mediante la introducción de ninguna opinión o juicio de valor. En la noticia no ha de aparecer quien la ha redactado, sólo se adivinará que tiene un autor porque
- **Claridad:** los hechos deben ser expuestos de forma ordenada y lógicamente.
- **Brevidad:** los hechos deben ser presentados brevemente, sin reiteraciones o datos irrelevantes.
- **Generalidad:** la noticia debe ser de interés social y no particular.
- **Actualidad:** los hechos deben ser actuales o recientes.
- **Novedad:** los sucesos deben ser nuevos, desacostumbrados y raros.
- **Interés humano:** la noticia debe ser capaz de producir una respuesta afectiva o emocional en los receptores.

- **Proximidad:** los sucesos entregados provocan mayor interés si son cercanos al receptor.
- **Prominencia:** la noticia provoca mayor interés si las personas involucradas son importantes y conocidas.
- **Consecuencia:** tiene interés noticioso todo lo que afecte a la vida de las personas.
- **Oportunidad:** mientras más rápido se dé a conocer un hecho noticioso mayor valor posee.

C. Modelo y Estructura de la Noticia:

Cuando ya tenemos claro qué queremos contar y a qué público nos vamos a dirigir podemos empezar a pensar en la estructura interna de la noticia: cómo vamos a distribuir la información.

Nuestra noticia constará de dos elementos básicos:

- El Lid o Lead: es el primer párrafo de la noticia y su parte fundamental. Contiene los datos más importantes del texto. Explica la esencia del acontecimiento y capta la atención del lector. El lead no debe ser un resumen de las 6 preguntas básicas, porque debe ser un párrafo ágil para el lector.

- El Cuerpo del texto: amplía la noticia y es donde se desarrollan el resto de las preguntas básicas. Contiene los datos que amplían y explican el lead y, si es necesario, contextualizaremos la noticia e incluiremos material secundario. Los párrafos del cuerpo del texto deben seguir una coherencia narrativa. Por tanto, haremos las transiciones mediante el uso de conectores: palabras clave del texto o frases e transición.

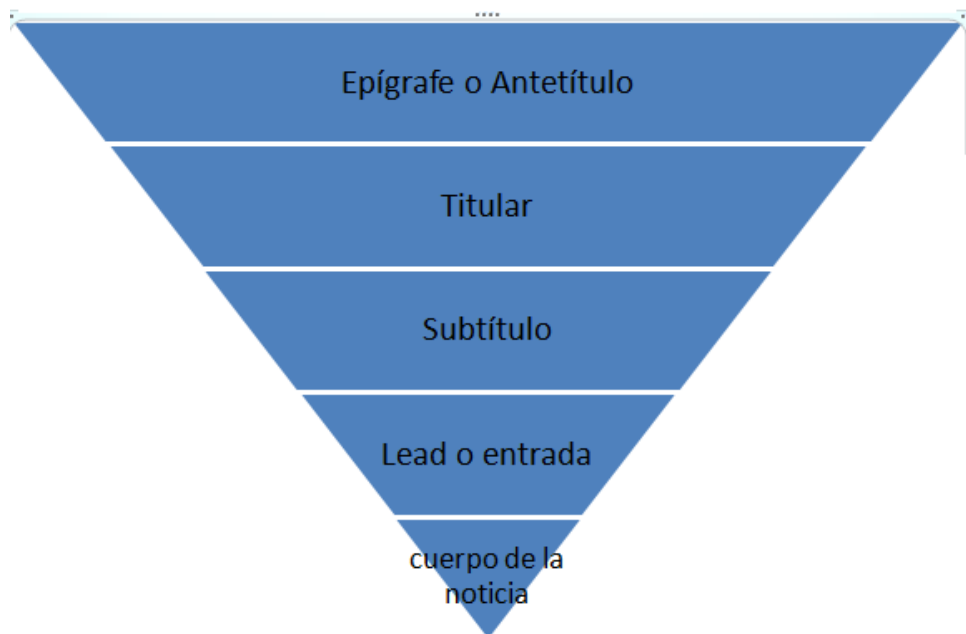
Mediante la estructura de la pirámide invertida que estamos utilizando, no hace falta reescribir la noticia si fuera necesario cortarla por falta de espacio. La pirámide invertida tiene dos objetivos:

1. Informar al receptor desde un principio de los aspectos fundamentales de la noticia.
2. Facilitar la supresión de los últimos párrafos ya que contienen la información menos importante.

(Ejercicio: elige una noticia de periódico y marca los elementos que se explican a continuación. Mira si cumplen las funciones que les corresponden.)

Estructura gráfica de la noticia en los cuales se distribuye la información son:

PIRÁMIDE INVERTIDA



a. Epígrafe o Antetítulo: Indica de manera general el tema o el lugar en el que se sitúa la noticia. Suele ser una única palabra.

b. Título: anuncia el contenido del texto.

Los titulares informativos cumplen varias funciones:

- ✓ Despiertan el interés del lector por la noticia, deben incitar a la lectura de la información. Si al lector no le interesa el titular, no procederá a la lectura del resto de la noticia. Si esto sucede, el esfuerzo periodístico habrá sido en vano. Por eso es imprescindible que el titular se gane la atención del lector y esto sólo se consigue si atrapamos su interés.
- ✓ Anuncian y resumen la información incluida en la noticia.
- ✓ Poseen sentido propio, pueden ser leídos de forma independiente porque ofrecen en sí mismos los aspectos esenciales de la noticia.

c. Subtítulo: añade alguna particularidad que después se desarrolla a lo largo de la noticia. Cada noticia puede llevar alguno o todos estos elementos dependiendo de su importancia y extensión. El título es obligatorio para las noticias en general.

d. Lead o Entrada noticiosa: Es el primer párrafo o unas líneas iniciales en que se resume lo esencial del hecho noticioso. Su redacción responde a las cinco preguntas fundamentales: quién, qué, cuándo, dónde y por qué. Puede faltar alguno de tales elementos o añadirse otros: para qué, cómo, etc.

e. El cuerpo de la noticia: puede ser más o menos largo y agregar más o menos detalles a lo dicho en el "lead". Cuando consta de varios párrafos, es norma que estos se sucedan siguiendo un orden decreciente de importancia (pirámide

invertida); y ello por esta razón: si los límites de espacio lo exigen, a la hora de componer la página puede prescindirse de uno o más párrafos empezando por el final, de modo que sólo se supriman los datos menos relevantes.

2. **El Reportaje:** Es una noticia ampliamente comentada, de tamaño extenso debe ser objetivo, presenta diferentes versiones de diversas fuentes, no necesariamente debe ser actual. Permite la investigación de datos. A diferencia del artículo que es más corto el reportaje es más extenso, amplio y mezcla otros géneros a la vez. Se pueden dar posibles consecuencias en torno al tema del reportaje por ejemplo: la acumulación de la basura.

Las partes del reportaje son:

- Exposición de los hechos del tema.
- Desarrollo de los hechos del tema.
- Final: para sacar la conclusión del tema tratado y cabe unos consejos para los lectores. Por ejemplo: Como colaborar con el aseo o la recolección de la basura.

3. **La crónica:** Este narra el acontecimiento o el hecho en orden natural, es decir en la manera cómo ocurrieron los hechos, donde el relator describe los hechos tales como fueron. Estos hechos se describen en orden detallado a medida de cómo ocurrieron los hechos. Es un género poco utilizado por los periodistas. Aquí puede hacerse el uso de la literatura intelectual del acervo del periodista.

4. **La Entrevista:** Es un intercambio de ideas o diálogo entre el periodista y una personalidad. Esta debe ser dada o escrita con las palabras exactas entre comillas de lo que dijo el entrevistado.

Las partes de la entrevista son: entrada, cuerpo y final. Se clasifica en los subgéneros de cuestionarios, rueda de prensa, encuesta, conferencia, mesa redonda o declaraciones.

5. El Artículo: Es un escrito donde se desarrolla una idea o se comenta un hecho, no tiene una periodicidad, como el reportaje y la columna.

En el artículo se profundiza bastante y a fondo sobre un tema a tratar, el cual debe tener interés general. En el artículo de opiniones se valora o se interpreta el tema o el hecho según la convicción y conocimientos escritor o periodista. El artículo se da primero a conocer que fue lo que ocurrió, luego se hacen las diversas versiones de las fuentes y finalmente se emite una opinión del escritor. Hay artículos en donde se requiere de una o varias investigaciones para así emitir una opinión clara y sensata con bases sólidas sobre el tema a escribir.

6. El Editorial: Comúnmente se encuentra en las páginas de opinión de los periódicos. Es un juicio u opinión muy subjetiva. Representa la opinión del medio, grupo, asociación o entidad gremial. Es publicado sin firma. Y el editorial tiene que ser de importancia general, ya sea una noticia de carácter nacional o internacional. Las características del Editorial son; La entrada, el argumento y la opinión a favor o en contra del tema a tratar por parte del medio.

7. El Comentario o Columna: Se opina sobre un tema de actualidad y se dispone de un espacio que periódicamente utiliza el columnista para realizar sus escritos; por ejemplo las columnas de Guillermo Sánchez Borbón de La Prensa. Las columnas a veces coadyuvan a aclarar la comprensión de los asuntos del hecho noticioso. Este debe ir firmado, en ocasiones se imprime la foto del columnista. Tiene una localización fija, y se requiere de un conocimiento vasto sobre la materia a tratar en la columna.

8. La caricatura: Es un dibujo, una nueva manera de dar opinión sobre un acontecimiento, es una forma gráfica de representar los hechos de una noticia, una forma de interpretar los hechos donde se resalta con exageración y humor los rasgos físicos, características o situaciones concretas de los personajes involucrados en la noticia. En algunas ocasiones se utiliza como crítica. La caricatura siempre se ve en las páginas de opinión puede ser al lado de los editoriales, también puede ser utilizada como apoyo al editorial, o puede reforzar aún más la opinión del mismo. Este Género tiene periodicidad y actualidad. Siempre ubicado en el mismo lugar.

9. Las glosas o sueltos: Estos son comentarios breves, concisos y precisos de un hecho actual. Son una manera de editorial más pequeño que con pocas palabras dice muchas cosas o informaciones. Aquí se utiliza un estilo literario, se hace uso de las metáforas, con un lenguaje muy formal y de mucha cultura. En las glosas al igual que la caricatura se representan los personajes o hechos a manera de interpretación pero con pocas palabras y no ya con dibujos sino con palabras breves. Para escribir se requiere de un buen léxico a usar por el periodista.

CONTENIDO EN DIAPOSITIVAS

**UNIVERSIDAD DE PANAMA**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
**ESCUELA DE PERIODISMO**

TEMA

**“SEMINARIO TALLER DE ORIENTACIÓN PERIODÍSTICA
PARA ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE LA LICENCIATURA EN
PERIODISMO”**

EXPOSITORA

LICDA. LORENA ESPINOSA

9 DE JUNIO DE 2010

MÓDULO No. 3
LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

- I. DEFINICIÓN DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS
- II. CLASIFICACIÓN DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS
 - A. LOS QUE DAN A CONOCER HECHOS
 - 1. LA NOTICIA
 - a. ELEMENTOS DE LA NOTICIA
 - b. CARACTERÍSTICA DE LA NOTICIA
 - c. ESTRUCTURA DE LA NOTICIA
 - 2. EL REPORTAJE
 - 3. LA CRÓNICA
 - 4. LA ENTREVISTA
- B. LOS QUE DAN A CONOCER IDEAS U OPINIONES
 - 5. EL EDITORIAL
 - 6. EL ARTÍCULO DE OPINIÓN
 - 7. LAS GLOSAS O SUELTOS
 - 8. LA CARICATURA
 - 9. EL COMENTARIO O LA COLUMNA

¿QUÉ ENTIENDEN POR GÉNEROS PERIODÍSTICOS?



DEFINICIÓN DE GÉNERO PERIODÍSTICO

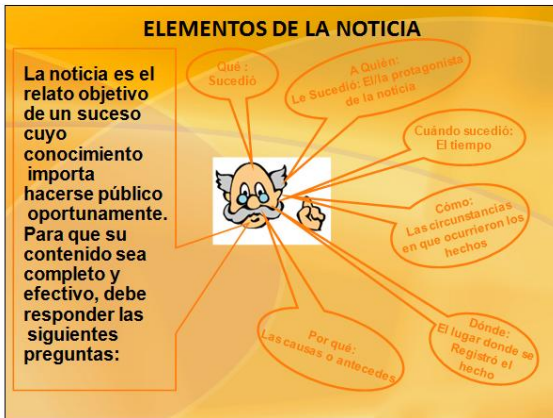
Los géneros periodísticos son utilizados por el periodista para dar a conocer una información de diferentes maneras, algunas con más referencialidad y otras con poca referencialidad o baja referencialidad. Cada uno se diferencia entre sí con el fin de recoger la complejidad de lo que pasa y exponérselos a los lectores.



LA NOTICIA

Es el género periodístico por excelencia. Es el que tienen mayor presencia en medios masivos de comunicación como periódicos, televisión y radio.





EJEMPLOS DE NOTICIAS

Texto: En las elecciones a rector celebrada con mucha alegría y regocijo el pasado 2 de junio en la Universidad de Panamá, resultó ganador el Dr. Gustavo García de Paredes, gracias a la ponderación obtenida por parte de los profesores regulares para el período 2011 a 2014.

Qué se celebró: las elecciones a rector.
Dónde se celebró: en la Universidad de Panamá.
Cuándo se celebró: el pasado jueves 2 de junio.
Cómo se celebró: Con alegrías y regocijo.
Quién resultó ganador en las elecciones: El Dr. Gustavo García de Paredes.
Porqué resultó ganador en las elecciones: por la ponderación obtenida por parte de los profesores regulares.

VARIAS ENTRADAS NOTICIOSAS

El Dr. Gustavo García de Paredes resultó ganador en las elecciones a rector celebrada en la Universidad de Panamá.

El Dr. Gustavo García de Paredes es el nuevo rector de la Universidad de Panamá, por un período de tres años.

La Universidad de Panamá celebró las elecciones a rector donde salió electo Gustavo García de Paredes para el periodo 2011 a 2014.

TALLER NO. 1

OBJETIVO: DETERMINAR SI LOS ESTUDIANTES SON CAPACES DE REALIZAR ENTRADAS NOTICIOSAS

NOTICIAS DE UN SISMO:

- SIN QUE HASTA EL MOMENTO SE HAYA REPORTADO VÍCTIMAS, NI DAÑOS MATERIALES, EL INSTITUTO DEL TIEMPO REGISTRÓ UN SISMO DE 6.5 GRADOS QUE SACUDIÓ HOY A NICARAGUA A LAS 16 HORALOCAL. SU EPICENTRO SE REGISTRÓ A ORILLAS DEL MAR.
- ROBERTO SARSANEDA DIRECTOR DEL INSTITUTO DE SIMOLOGÍA INFORMÓ QUE SE REGISTRÓ AYER A LAS CUATRO Y VEINTICINCO MINUTOS DE ESTE DOMINGO, UN SISMO DE 5.1 GRADOS EN LA ESCALA DE RICHTER Y EN LA DE MERCALÍ, EN EL VALLE DEGUATEMALA.

TALLER NO. 1

OBJETIVO: DETERMINAR SI LOS ESTUDIANTES SON CAPACES DE REALIZAR ENTRADAS NOTICIOSAS

NOTICIAS DE UN SISMO:

- SIN QUE HASTA EL MOMENTO SE HAYA REPORTADO VÍCTIMAS, NI DAÑOS MATERIALES, EL INSTITUTO DEL TIEMPO REGISTRÓ UN SISMO DE 6.5 GRADOS QUE SACUDIÓ HOY A NICARAGUA A LAS 16 HORALOCAL. SU EPICENTRO SE REGISTRÓ A ORILLAS DEL MAR.

RESPUESTA: UN FUERTE SISMO SACUDIÓ HOY NICARAGUA A LAS 4 DE LA TARDE HORA LOCAL, SIN QUE HASTA EL MOMENTO SE HAYA REPORTADO VÍCTIMAS, NI DAÑOS MATERIALES.

- ROBERTO SARSANEDA INFORMÓ QUE SE REGISTRÓ AYER A LAS CUATRO Y VEINTICINCO MINUTOS DE ESTE DOMINGO, UN SISMO DE 5.1 GRADOS EN LA ESCALA DE RICHTER Y EN LA DE MERCALÍ, EN EL VALLE DEGUATEMALA.

RESPUESTA: UN SISMO DE 5.1 GRADOS EN LA ESCALA DE RICHTER Y EN LA DE MERCALÍ, SE REGISTRÓ EN EL VALLE DE GUATEMALA A LAS CUATRO Y VEINTICINCO MINUTOS DE ESTE DOMINGO, SEGÚN INFORMÓ EL DIRECTOR DEL INSTITUTO DE SIMOLOGÍA.





MODELO Y ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

PROCURADURIA DE LA ADMINISTRACIÓN REMITIO AYER LA VISTA FISCAL A LA CORTE

Piden enjuiciar a procuradora Gómez

Según Nelson Rojas, Gómez cometió abuso de autoridad cuando ordenó investigar a un operativo a un fiscal señalado por cobrar una coima.

La defensa de Gómez dijo que presentó un escrito de oposición a la vista fiscal que propició el escrutinio general de la Procuraduría General de la Nación, lo que en este caso afectó a la procuradora Ana María Gómez, quien se involucró en un caso de corrupción.

Gómez está conmovida de que esta última opción sea la que se adopte, pero no quiere, así que se aparta haciendo todo lo posible para condenarse", expresó.

Gómez investigada por haber ordenado una investigación telefónica dentro de un operativo, según el artículo 170 de la Ley de Procedimiento Administrativo, Siefes ha sido suspendido automáticamente incluyendo una orden, así a juicio, la otra semana, por el delito de corrupción de funcionarios.

Gómez se aparta del cargo y se aparta del país, según se informó en un comunicado de la oficina del procurador general de la Nación.

Gómez se aparta del cargo y se aparta del país, según se informó en un comunicado de la oficina del procurador general de la Nación.

Gómez se aparta del cargo y se aparta del país, según se informó en un comunicado de la oficina del procurador general de la Nación.

Estructura de la noticia

Siguiendo el modelo de noticia visto, las características y funciones de sus partes son:

- > **Epígrafe o Antetítulo:** Indica de manera general el tema o el lugar en el que se sitúa la noticia. Suele ser de una palabra.
- > **EL TITULAR:** Tienen la misión de proporcionar lo esencial de la información. Pero tienen también por objetivo suscitar el interés del lector, invitándolo a leer la noticia. De ahí su importancia.
- > **SUBTÍTULO:** Añade alguna particularidad que después se desarrolla a lo largo de la noticia.

ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

- > **LEAD O ENTRADILLA:** Es el primer párrafo o unas líneas iniciales en que se resume lo esencial del hecho noticioso. Su redacción responde a las cinco preguntas fundamentales: quién, qué, cuándo, dónde y por qué. Puede faltar alguno de tales elementos o añadirse otros; para qué, cómo, etc.
- > **EL CUERPO DE LA NOTICIA:** puede ser más o menos largo y agregar más o menos detalles a lo dicho en el "lead". Cuando consta de varios párrafos, es norma que estos se sucedan siguiendo un orden decreciente de importancia (pirámide invertida); y ello por esta razón: si los límites de espacio lo exigen, a la hora de componer la página puede prescindirse de uno o más párrafos empezando por el final, de modo que sólo se supriman los datos menos relevantes.

TALLER NO.2

OBJETIVO: APLICAR LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS.

INSTRUCCIONES: REALIZAR CON LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA UNA NOTICIA QUE CONTENGA LOS SIGUIENTES DATOS: TÍTULO, ANTE TÍTULO, SUBTÍTULO, LA ENTRADA Y EL CUERPO DE LA NOTICIA

EN QUEZALTENANGO, LA SEGUNDA CIUDAD MÁS IMPORTANTE DE GUATEMALA POR LO MENOS 10 NIÑOS MURIERON PRODUCTO DE UN BROTES DE MENINGITIS, DIJO AYER UN FUNCIONARIO DE SALUD.

TODAVÍA HAY NIÑOS EN PELIGRO A RAÍZ DEL BROTE, LO CUAL ELEVARÍA EL NÚMERO DE MUERTOS. SEGÚN SEÑALÓ JUAN PÉREZ, DIRECTOR DE SALUD DE LA REGIÓN DE QUETZALTENANGO.

LAMENINGITIS ES UNA INFLAMACIÓN DE LAS MEMBRANAS QUE CUBRE EL CEREBRO, PERO LOS SÍNTOMAS PRINCIPALES SON: FIEBRE, DOLOR DE CABEZA, NAÚSEAS, ENTRE OTROS.

TALLER NO.2

OBJETIVO: APLICAR LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS.

ANTE TÍTULO: POR BROTE DE MENINGITIS
TÍTULO: MUEREN 10 NIÑOS EN GUATEMALA
SUBTÍTULO: LA MENINGITIS ES UNA INFLAMACIÓN DE LA MEMBRANA DEL CEREBRO

LA ENTRADA:
 UN BROTES DE MENINGITIS CAUSÓ LA MUERTE AYER, DE POR LOS MENOS 10 NIÑOS EN QUEZALTENANGO, LA SEGUNDA CIUDAD MÁS IMPORTANTE DE GUATEMALA.
 EL CUERPO DE LA NOTICIA:

SEGÚN JUAN PÉREZ, DIRECTOR DE SALUD DE LA REGIÓN DE QUETZALTENANGO, TODAVÍA HAY NIÑOS EN PELIGRO A RAÍZ DEL BROTE, LO CUAL ELEVARÍA EL NÚMERO DE MUERTOS.

LAMENINGITIS ES UNA INFLAMACIÓN DE LAS MEMBRANAS QUE CUBRE EL CEREBRO. LOS SÍNTOMAS PRINCIPALES SON: FIEBRE, DOLOR DE CABEZA, NAÚSEAS, ENTRE OTROS.

TALLER NO.2

OBJETIVO: APLICAR LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS.
 ANTE TÍTULO: EN GUATEMALA
 TÍTULO: BROTE DE MENINGITIS
 SUBTÍTULO: DEJA 10 MUERTOS

LA ENTRADA

AL MENOS 10 NIÑOS MURIERON PRODUCTO DE UN BROTE DE MENINGITIS EN QUEZALTENANGO, LA SEGUNDA CIUDAD MÁS IMPORTANTE DE GUATEMALA.

EL CUERPO DE LA NOTICIA:
 EL FUNCIONARIO DE SALUD QUE REVELÓ LA INFORMACIÓN SEÑALÓ QUE LA CIFRA DE MUERTOS PUEDE ELEVARSE A RAÍZ DEL BROTE DE MENINGITIS.

JUAN PÉREZ DIRECTOR DE SALUD DE LA REGIÓN DE QUEZALTENANGO, INDICÓ A LA POBLACIÓN QUE LOS PRINCIPALES SÍNTOMAS DE LA MENINGITIS SON: FIEBRE, DOLOR DE CABEZA, NAÚSEAS, ENTRE OTROS.

LA MENINGITIS ES UNA INFLAMACIÓN DE LAS MEMBRANAS QUE CUBRE EL CEREBRO.

RECORTES DE NOTICIAS

Nada del salario mínimo



Salario mínimo

El salario mínimo en Guatemala sigue sin ser una realidad para la mayoría de los trabajadores, según un estudio reciente. Los datos indican que el salario mínimo no cubre los costos de vida en el país, lo que obliga a muchos trabajadores a aceptar condiciones laborales precarias.

Maestros otra vez a las calles



La marcha salda del Parque Ponce.

Los maestros de Guatemala se movilizaron para exigir el pago de sus salarios y mejores condiciones laborales. La marcha fue pacífica y contó con la participación de cientos de docentes.

Cero accidentes



Quiéranse crear conciencia.

Una campaña de sensibilización busca reducir los accidentes de tránsito en Guatemala. Se enfatiza la importancia de seguir las reglas de tránsito y usar cinturón de seguridad.


OTROS GÉNEROS PERIODÍSTICOS QUE GENERAN NOTICIA

> **EL REPORTAJE:** Es una noticia ampliamente comentada, de tamaño extenso debe ser objetivo, presenta diferentes versiones de diversas fuentes, no necesariamente debe ser actual. Permite la investigación de datos. El reportaje mezcla otros géneros a la vez. Se pueden dar posibles consecuencias en torno al tema del reportaje por ejemplo: la acumulación de la basura.

> **LA CRÓNICA:** Este narra el acontecimiento o el hecho en orden natural, es decir en la manera cómo ocurrieron los hechos, donde el relator describe los hechos tales como fueron. Estos hechos se describen en orden detallado a medida cómo ocurrieron los hechos. Es un género poco utilizado por los periodistas. Aquí puede hacerse el uso de la literatura intelectual del acervo del periodista.

OTROS GÉNEROS PERIODÍSTICOS QUE GENERAN NOTICIA

> **LA ENTREVISTA:** Es un intercambio de ideas o diálogo entre el periodista y una personalidad. Esta debe ser dada o escrita con las palabras exactas entre comillas de lo que dijo el entrevistado. Las partes de la entrevista son entrada, cuerpo y final. Se clasifica en los subgéneros de cuestionarios, rueda de prensa, encuesta, conferencia, mesa redonda o declaraciones.



**TALLER No. 3
REALIZAR UNA ENTREVISTA**

LOS ESTUDIANTES REALIZARÁN UNA ENTREVISTA
ENTRE ELLOS MISMOS

**GÉNEROS PERIODÍSTICOS QUE
GENERAN IDEAS U OPINIÓN**

<p style="text-align: center;">EL EDITORIAL</p>	→	<p>•Es un juicio u opinión muy subjetiva. Representa la opinión del medio, grupo, asociación o entidad gremial. Es publicado sin firma. Sobre un tema del acontecer nacional o internacional.</p>
<p style="text-align: center;">EL ARTÍCULO DE OPINIÓN</p>	→	<p>•Es un escrito donde se desarrolla una idea o se comenta un hecho. Hay artículos en donde se requiere de una o varias investigaciones para así emitir una opinión clara y sensata con bases sólidas sobre el tema a escribir.</p>
<p style="text-align: center;">EL COMENTARIO O COLUMNA</p>	→	<p>•Se opina sobre un tema de actualidad y se dispone de un espacio que periódicamente utiliza el columnista para realizar sus escritos; por ejemplo las columnas de Guillermo Sánchez Borbón de La Prensa.</p>

**GÉNEROS PERIODÍSTICOS QUE
GENERAN IDEAS U OPINIÓN**

<p style="text-align: center;">LAS GLOSAS O SUELTOS</p>	→	<p>•Estos son comentarios breves, concisos y precisos de un hecho actual. Son una manera de editorial más pequeño que con pocas palabras dice muchas cosas o informaciones.</p>
<p style="text-align: center;">LA CARICATU RA</p>	→	<p>•Es un dibujo, una nueva manera de dar opinión sobre un acontecimiento, es una forma gráfica de representar los hechos de una noticia, una forma de interpretar los hechos donde se resalta con exageración y humor los rasgos físicos, características o situaciones concretas de los personajes involucrados en la noticia.</p>

¡MUCHAS GRACIAS!

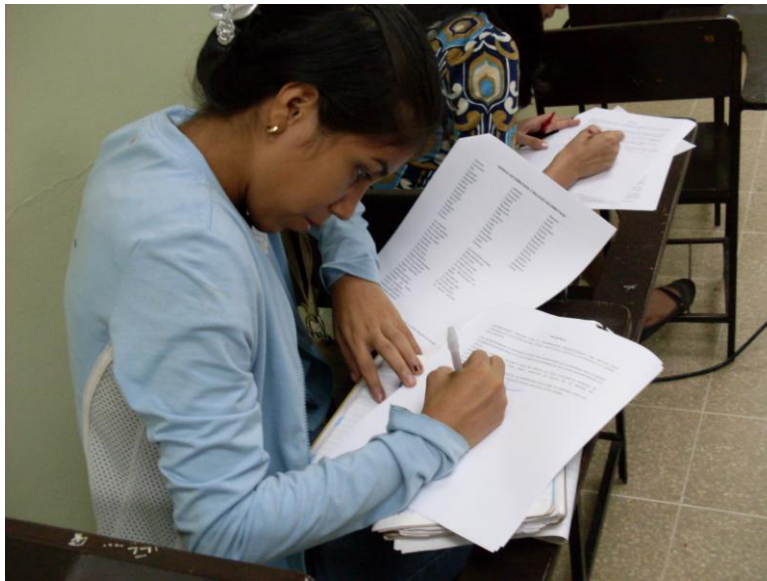
EVIDENCIAS DEL DESARROLLO DEL TERCER MÓDULO



La profesora explicando el tercer módulo sobre los géneros periodísticos



Momento en que los estudiantes realizan los talleres.



La estudiante bien apuesta a realizar su noticia.



La estudiante participando en clase, mientras sus compañeros prestan atención.



Momentos en que los estudiantes realizan la entrevista a una de sus compañeras de clases.



La profesora le enseña a los estudiantes a identificar los géneros periodísticos de opinión en el diario La Prensa.

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL TERCER MÓDULO

De los cuatro módulos impartidos, este tercer módulo contenían puntos fundamentales sobre los géneros periodísticos, en especial la parte noticiosa, que son los elementos claves que debe identificar y tener en mente siempre, un periodista.

Por ello, en esta jornada que fue una de las más larga, los estudiantes tuvieron que realizar varias entradas noticiosa, así como la estructura esencial de la noticia, donde pudimos percatarnos que algunas unidades no sabían ordenar los elementos dados en una noticias, además, descubrimos que muchos de ellos no tenían una fluidez en el lenguaje, así como que carecían de las reglas esenciales que se usan en el lenguaje español.

En la participación de la realización de la entrevista, los estudiantes no sabían ni que preguntarle a su compañera, algunos porque pensaban que la compañera se iba a enojar, pero después si avanzábamos se pudo romper el hielo e iniciar la conversación amena que lo llevaría después a realizar una entrevista de amistad.

Igualmente, puedo decir que al finalizar esta sesión con los jóvenes, éstos mostraron interés de aprender y preguntar, algunos estaban inquietos que le podía pasar al periodista que no pregunta. Le respondí que quizás al iniciar el ejercicio de la profesión se le puede hacer difícil pero después con la práctica uno va adquiriendo experiencia y todo cambia, claro siempre está si la persona desea aprender de sus mentores y seguir las reglas fundamentales de la carrera del periodismo.

MÓDULO NO.4
EL PERIODISTA, EL ESTILO, LA ÉTICA
Y LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

PLANEACIÓN DEL MÓDULO NO.4

Universidad de Panamá
Facultad de Comunicación Social
Escuela de Periodismo

Planeamiento realizado para el Proyecto de Intervención

AÑO: I Salón: 108. **Seminario-Taller: De Orientación Periodística** **Tema:** El periodista, el estilo, la ética y la experiencia profesional
(Módulo No.4) Fecha: 9 de junio de 2010. **Facilitadora:** Lorena Espinosa **Duración:** 10 Horas

Actividades Preliminares: Pasar lista para asistencia y hacer un recordéris de la clase anterior.

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
-Determinar el estilo, la ética y la experiencia profesional del periodista.	<p>1. Campos en que se mueven los periodistas:</p> <p>a. Espacio</p> <p>b. Tiempo</p> <p>c. Fuentes</p> <p>2. Tipos de periodistas</p> <p>a. Generalista</p> <p>b. Especializado</p> <p>3. Fases del Trabajo del Periodista</p> <p>a. Planificación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación Diaria • Planificación a Mediano Plazo <p>b. Recopilación de noticias</p> <p>c. Selección</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés público • Interés del Medio • Factores de espacio y tiempo • La Producción <p>4. El Estilo Periodístico</p> <p>a. Definición</p> <p>b. Virtudes del periodista</p>	<p>- Exponer sobre el estilo, la ética y la experiencia profesional periodística.</p> <p>-Presentar anécdotas sobre la experiencia profesional.</p> <p>-Presentar algunas recomendaciones y elementos para ser un buen periodista.</p>	<p>-Escuchar y participar en clase.</p> <p>-Analizar y opinar sobre el estilo, la ética y la experiencia profesional.</p> <p>-Conocer los elementos éticos de la profesión.</p>	<p>Técnicas o estrategias:</p> <p>-Exposición dialogada</p> <p>-Lluvia de idea</p> <p>-Mapa Conceptual</p> <p>Método:</p> <p>Activo-participativo.</p>	<p>Tablero, marcador, profesor, estudiante, retroproyector y equipo multimedia y material escrito.</p>	<p>-Diagnóstica: Responder las preguntas previas sobre el estilo y la ética periodística.</p> <p>Diagnóstica: Mencionar los tipos de periodismo.</p>	<p>-BÓSQUEZ D`GIOVANNI, FRANKLIN.</p> <p>Elementos de un buen reportero. Panamá. 1999</p>

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
-Determinar el estilo, la ética y la experiencia profesional del periodista.	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad • Precisión • Concisión • Fuerza <ol style="list-style-type: none"> a. Verbo débil b. Verbo fuerte <p>5. La Ética Periodística</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Definición b. Tipos de normas <ul style="list-style-type: none"> • Legales • La conducta profesional <p>6. La experiencia periodística</p> <ul style="list-style-type: none"> • La salida profesional • Donde puedo desarrollar la profesión • ¿Cómo y por dónde empezar? • Lo Difícil de Ser Periodista <ol style="list-style-type: none"> a. Tiempo b. Salario c. La Competencia d. Presiones Políticas <p>7. Elementos para ser periodistas.</p>	-Exponer sobre los géneros que dan a conocer ideas u opiniones	<p>-Realizar una noticia con todos sus elementos y estructura.</p> <p>-Realizar una entrevista.</p> <p>-Identificar los géneros periodísticos de opinión en un periódico.</p>	<p>Técnicas o estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Exposición dialogada -Lluvia de idea -Mapa Conceptual <p>Método: Activo-participativo.</p>	<p>Tablero, marcador, profesor, estudiante, retroproyector y equipo multimedia y material escrito.</p>	-Formativa: escribir una noticia utilizando los verbos fuertes y débiles	- MARURI, MÓNICA. Manual del periodista, Guayaquil, Ecuador, 2008.

CONTENIDO DEL MÓDULO NO.4

LA INFORMACIÓN, EL ESTILO, LA ÈTICA Y LA EXPERIENCIA PERIODÍSTICA

Para hablar de la información se debe tener presentes los tres campos en los que se mueve un periodista:

I. Campos en que se mueven los periodistas:

a. Espacio: los medios de comunicación deben tener el espacio informativo cubierto. Por ello, tienen que organizar una red informativa de corresponsales y enviados especiales.

b. Tiempo: Los periodistas que salen a cubrir la noticia, tienen horario de entrada pero no de salida. Por ello, también hay un grupo de periodista de planta. En la prensa escrita hay un período de cierre, a veces hay noticias que no llegan a tiempo y tengan menos posibilidades de publicarse o lo contrario, una que llega a última hora desplaza a las otras.

c. Fuentes: el periodista vive de la información que le proporcionan las fuentes informativas. Se tiende a dar más importancia a las fuentes institucionales por dos razones: son más fiables, y por tanto no es necesario verificar la información, y son más cómodas porque están proporcionadas por los gabinetes de prensa. En todo caso, no tenemos que depender de las fuentes oficiales, sino también de las fuentes que provienen de los sectores privados, puesto que ellos tienen un gran interés en que se publiquen sus opiniones para influir en la opinión pública. Además, las fuentes oficiales y privadas reparten su información a todos los medios y nosotros debemos buscar información propia que sea exclusivamente nuestra para ofrecer algo nuevo a nuestro público.

Según la forma que tiene el periodista de informarse y narrar la información, podemos dividir entre dos tipos de periodistas:

Tipos de Periodismo:

1. Generalista: tiene la capacidad de narrar sobre cualquier tema o campo informativo. Este es el tipo que más buscan los medios para sus redacciones: periodista todoterreno.

2. Especializado: tiene una larga experiencia en un campo. Suelen ser profesionales de otros campos que se dedican al periodismo o periodistas que sólo se dedican a un campo. Ej.: economista dedicado al periodismo o periodista dedicado a la sección de economía.

Fases del trabajo periodístico para revelar la información:

1. La planificación: hay muchos actos o acontecimientos que los medios ya saben que van a ocurrir. Son los acontecimientos planificados. Según la agenda, el medio puede planificar donde enviará a sus redactores, hay otros que salen en el momento o instante.

a) Planificación diaria: el medio conoce algunos actos que acontecerán al día siguiente.

b) Planificación a medio plazo: actos que se sabe que van a ocurrir pero se desconoce la fecha.

2. Recopilación de noticias e información: Los periodistas de calle se desplazan al lugar de los hechos y luego lo redactan. Los periodistas de plantas recogen la información diaria de agencias, corresponsales informaciones de entidades, entre otras.

3. Selección: se analizan las informaciones para ver su importancia. Se incluyen y se excluyen informaciones dependiendo de su importancia. Además, se jerarquiza la información dentro del diario dependiendo de unos criterios:

- a) El interés del público
- b) El interés del medio
- c) Factores de espacio y tiempo: proximidad de los hechos al público del medio.

4. La producción: los redactores empezarán a escribir las noticias que se incluyan en la agenda temática del medio. Estos son los temas que el medio cree más importantes para ofrecerlos a su lector (para que se forme una opinión). La agenda temática pone en manos de los medios de comunicación el poder de decidir sobre qué debe pensar la gente. Problemas:

a) **Reiteración de escenarios:** los medios mandan redactores a unos sitios y descartan otros.

b) **Reiteración de personajes:** los personajes que aparecen en los medios suelen ser siempre los mismos (Ej.: Políticos, empresarios, económicos).

c) **Olvido de temas:** hay temas que se olvidan porque no son próximos y no cumplen los criterios de noticiabilidad (Ej.: Guerras en África).

No debemos olvidar que aunque el periodista redacte sus noticias lo más objetivamente que pueda, el simple hecho de decidir qué es y qué no es noticia es puramente interpretativo y subjetivo.

II. EL ESTILO PERIODÍSTICO

A. Definición:

El estilo periodístico es la utilización del lenguaje para construir una realidad. No hay una definición exacta del concepto "Estilo Periodístico" porque hay tantos estilos como periodistas. Lo que tenemos que tener claro es que vamos a utilizar nuestro estilo para cautivar al lector y para hacer que se lea toda nuestra noticia. En nuestra tarea como redactores, la palabra tiene un papel fundamental. Por ello, nuestro trabajo requerirá de un esfuerzo expresivo para encontrar la frase o la palabra más correcta en cada uno de los casos.

El Lenguaje Periodístico: debe ser por encima de todo, un español bien escrito, simple y llanamente.

B. Virtudes del periodista:

Como tal, posee 4 virtudes principales que todo periodista debe cultivar: Claridad, Precisión, Concisión y la Fuerza.

1.- Claridad: escribir con claridad lo que desee transmitir.

2.- Precisión: El trabajo del periodista consiste en transmitir al lector los hechos ocurridos lo más fielmente posible. Esto implica precisión - exactitud, tanto en la recolección de la información, como en la manera de expresarla.

3.- Concisión: La brevedad ayuda al lector a entender mejor los conceptos vertidos en cada nota. La inteligencia al escribir está en la síntesis.

4.- Fuerza: El lenguaje periodístico debe ser: vigoroso-directo-con palabras llenas de significado y capaces de evocar imágenes.

Éstas son unas pautas a seguir para la correcta redacción periodística:

VERBO DÉBIL	VERBO FUERTE
El criminal se fue corriendo	El criminal huyó
Su enfermedad es	Sufre una grave enfermedad
La postura del secretario fue	El secretario rechazó

III. LA ÉTICA DEL PERIODISTA

La palabra ética viene del griego ethos, que significa costumbre y la palabra moral viene del latín mos, moris que también significa costumbre. Por lo tanto, la ética y moral etimológicamente significan lo mismo. Las dos palabras se refieren a las costumbres. Por lo tanto podemos determinar que su objeto material de estudio son los actos humanos y su objeto formal es la bondad o maldad de dichos actos. Con esto podemos dar una definición real de la ética como la Ciencia que estudia la bondad o maldad de los actos humanos.

Toda profesión está regida por la ética. El periodista realiza su trabajo bajo dos tipos de normas:

- a) Normas legales: amparadas por la Constitución.

- ❖ Derecho a la libertad de expresión y a recibir información veraz.
- ❖ Cláusula de conciencia y secreto profesional.
- ❖ Prohibiciones como el derecho al honor, a la imagen, a la intimidad, a la dignidad persona (delito de injurias y calumnias)

b) Normas de conducta profesional: códigos deontológicos, donde la UNESCO ha establecido un Código Internacional de Ética Periodística.

- ❖ Diferenciar entre los hechos y las opiniones.
- ❖ El compromiso del Periodista con la verdad.
- ❖ Mantener la independencia con el grupo de poder.
- ❖ Adhesión del periodista a la realidad objetiva
- ❖ La responsabilidad social del periodista.
- ❖ Acceso y participación del público.
- ❖ Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre.
- ❖ Difundir únicamente información fundamental evitando datos que puedan herir al sujeto por ser imprecisos.
- ❖ Rectificar con diligencia.
- ❖ Utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes.
- ❖ Respetar el "off the record": una fuente nos da una información a cambio de que no cite su nombre o la información que nos ha proporcionado. Esta información sólo nos servirá para interpretar o descubrir nuevos datos.
- ❖ Reconocer el derecho a no dar información o responder a preguntas.
- ❖ No se pueden aceptar gratificaciones por publicar una información.
- ❖ Mantener el principio de presunción de inocencia.
- ❖ Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas. Tratar con cuidado las informaciones que puedan suscitar discriminación por razones de raza, sexo, creencias o procedencia social y cultural.
- ❖ Promoción de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación.

IV. LA EXPERIENCIA PERIODÍSTICA

1. Las salidas profesionales

Cómo y por dónde empezar y lo difícil de ser periodista en este punto, vas a conocer cuáles suelen ser las alternativas, cómo se empieza, algunos trucos, las dificultades, etc.

De momento, vas a conocer cuáles son las salidas profesionales que tiene un Licenciado en Periodismo. Es conveniente que compruebes el amplio abanico profesional que se te abrirá en el caso de optar por seguir estos estudios y, sobre todo, hay que tener en cuenta que un periodista puede realizar muchas funciones informativas en el marco de la comunicación, para todos los soportes o medios, y mediante multitud de fórmulas.

Un periodista puede desempeñar, entre otras muchas y para no aburrirte, las siguientes labores profesionales: redactor, redactor web, coordinador, corresponsal nacional o extranjero, reportero gráfico, jefe de sección, redactor jefe, director adjunto, director, tanto en prensa impresa como en medios o ediciones digitales. En cuanto a los medios audiovisuales, las labores más usuales son: redactor, redactor web, guionistas, corresponsal, locutor (desde el musical al deportivo), productor, coordinador, director de informativos, director de programas, director de antena, director del medio, etc.

¿Dónde puedes desarrollar tu profesión?

1. En primer lugar, en los medios escritos, televisivos, radiales, revistas, en las páginas web.
2. Otra opción, la mayoritaria, es buscar empleo en las empresas públicas o privadas. En nuestro país nos encontramos un panorama, más o menos, como sigue: en empresas de publicidad y relaciones públicas; empresas de comunicación y de telecomunicaciones; empresas editoriales; organizaciones empresariales y entidades financieras; organizaciones

internacionales con sede en el país y en firmas o gabinetes de comunicación, etc.

3. Por último, queda el recurso de: Fundaciones, federaciones, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, organizaciones sindicales, partidos políticos, etc. Para conseguir un empleo en estos sitios se necesita, más que confianza, un compromiso político o con el proyecto a desarrollar, en la mayoría de las ocasiones.

2. ¿Cómo y por dónde empezar?

Buscar y encontrar trabajo en lo que quieres y para lo que te has preparado no es fácil. Este es un pensamiento común, pero ¿Sabes cuántos alumnos se licencian anualmente en las diferentes Facultades de Comunicación Social . El mercado laboral está complicado. Las políticas de concentración de medios, la creación de grandes y medianos grupos multimedia y otras circunstancias económicas están dificultando la creación de puestos laborales, sobre todo en los medios convencionales: prensa, radio y televisión. Por otra parte, la creación de nuevas ofertas informativas y de comunicación en Internet ha provocado un auténtico *boom* laboral dentro de la profesión periodística en los últimos años. Además, hay que tener en cuenta la creciente especialización de los medios, lo que significa una oferta laboral muy precisa para la que hay que prepararse.

A la mayoría de los alumnos que están estudiando Periodismo se les ofrece la posibilidad de realizar prácticas en medios de comunicación en el segundo semestre del último año de la licenciatura. Pues bien, vamos a partir de este momento, durante el periodo en el que estás estudiando, para ver cómo y por dónde puedes iniciar su aproximación al mercado laboral.

3. Lo difícil de ser periodista

¿Qué quieres ser en el mundo del Periodismo cuando termines los estudios? Algunos, incluso, han llegado a contestar: queremos ser famosos. Esto que puede resultar muy cómico, es patético ¿Porqué te cuento estas cosas? En primer lugar, es conveniente que tengas claro qué quieres estudiar. Para ser famoso, y de paso ganar mucho más dinero, hay otras vías como, por ejemplo, "Latin American Idol", "Vive la Música" y, si se te da bien el deporte, el tenis o el fútbol.

¿Cumples el perfil? ¿Quieres ejercer esta profesión? Los primeros pasos serán muy duros. Muchas horas de trabajo y, a veces, la exigencia en cuanto a tu disponibilidad será total.

No se llega a director o ejecutivo con despacho y buen sueldo tan rápido como parece en las películas o en las series de televisión. Las presiones sociales, del político de turno, de esas personas con las que te cruzas todos los días, pueden dar al traste con tus principios, tus deseos, tu profesionalidad. Mantente firme y aprende a negociar.

4. Las 24 horas de un periodista

Seguro que has visto en la televisión o en el cine alguna película sobre el apasionante mundo de los medios de comunicación, en la que se aprecia a unas personas que sólo piensan en el trabajo, medio alcohólicos, divorciados, que no duermen, que comen mal y van peor vestidos. Toda una desgracia y, sin embargo, es la imagen romántica del periodista.

La realidad, aunque no mejora la ficción que refleja tiempos pasados, es muy distinta a lo que vemos en el cine. En el panorama periodístico actual, los periodistas se han convertido en viajeros, técnicos, profesionales dedicados a la investigación, negociadores, creativos, asesores y directivos. Algunas de estas

cualidades se perpetúan desde tiempos inmemoriales, pero otras se puede decir que son de reciente creación, sobre todo desde la implantación de las nuevas tecnologías a las redacciones, las nuevas formas de comunicación y los nuevos usos y necesidades laborales, empresariales e informativos.

¿Te parece apasionante o aburrido? ¿Te animas? Es una profesión ansiada, respetada, odiada, amada, temida, de las más demandadas y envidiadas.

V. CONSEJOS Y ELEMENTOS PARA SER UN BUEN PERIODISTA

Estos son algunos elementos que un reportero debe tomar en cuenta antes de iniciar la redacción de una noticia.

- El periodismo es una profesión fascinante.
- Para ser un gran periodista se necesita vocación y tenacidad en la práctica para aprender lo que no sabe, investigar lo que no conoce y ver lo que los ojos comunes no ven, en la búsqueda constante de la verdad.
- Atienda su propio "olfato" periodístico.
- Lleva contigo un cuaderno, un bolígrafo, un teléfono móvil, una cámara... Nunca se sabe cuándo puede suceder algo interesante.
- El periodista debe investigar todo a fondo, antes de escribir su reportaje.
- Aprenda a formar la entrada (o lead) de su nota en la mente.
- Sea realista, no añadas ni quites nada por tu cuenta. Verifica cada información antes de escribir.
- Las noticias están a tu alrededor esperando para ser contadas. Si estás atento a lo que sucede cerca de ti encontrarás muchas cosas interesantes de las que informar.
- Escribe desde tu punto de vista. Ese ángulo personal, tu perspectiva, es lo que te hace diferente. Sin embargo, revise sus notas para decidir cuál es el hecho que debe ser incorporado en el "lead" informativo.

- ❑ El reportero jamás debe asumir el papel de acusador, aunque cuente con todos los hechos, éstos deberán estar respaldados por fuentes autorizadas; pues se corre el riesgo del peor pecado en el periodismo, mentir o difamar.
- ❑ Sé descriptivo pero no exagerado. Una descripción simple siempre es mejor que una exageración.
- ❑ Sé preciso. No existe más información que la información exacta. La gente confiará en lo que les cuentes, no les defraudes.
- ❑ Emplea una gramática correcta. Es difícil que la gente entienda de qué estás hablando si no escribes correctamente. Las faltas ortográficas pueden provocar un derrame cerebral o un infarto al miocardio a alguien. Siga esta regla básica. Si no está seguro de cómo se escribe un vocablo, acuda al diccionario. Es un grave error no usar diccionario cuando escuchamos un término por primera vez. Ejemplo: si alguien emplea, como sinónimo de vasija de arcilla, la palabra “búcaro”, ¿Cómo usted puede estar seguro de que se escribe con “b” y no con “v”.
- ❑ Terminar, de una vez por todas, con la confusión entre los términos “haya”, “halla” y “allá” (por favor, “alla sin acento, no existe). El primer corresponde al verbo haber, el segundo a encontrar, y el tercero es un adverbio de lugar como “acá” y “allí”.
- ❑ Los participios se integran con la forma gramatical del verbo haber. Es decir, cuando antecidos de la palabra “ha”. Ejemplos: ha comido, ha bebido, ha sufrido. No confunda este “ha” con la preposición “a”: voy a comer, estoy a su lado, pertenezco a esta sociedad, etc.
- ❑ La experiencia demuestra que cuando se escriben palabras raras (que no existen) o vocablos que no se ajustan al contexto de la noticia, busque ayuda y explique con antelación la dificultad momentánea que enfrenta. No es saludable que usted escriba la palabra extraña, se retire de la redacción y luego deje a los redactores y al editor con una cefalalgia de 500 decibelios.
- ❑ El punto: separa las frases y los párrafos, los cuales han de ser breves.

- ❑ Punto y coma: separa elementos de una frase muy larga. No debemos hacer mucho uso de ellos.
- ❑ Dos puntos: introducen enumeraciones o citas directas.
- ❑ Coma: separa elementos yuxtapuestos y sustituye verbos que se sobreentienden. No debemos abusar de éste último uso.
- ❑ Sea preciso en la administración de los nombres de las entidades y, principalmente, del cargo que ejerce una persona. Verbigracia: no es “Universidad Nacional de Panamá”, pues el nombre oficial es Universidad de Panamá.
- ❑ Dependá más de su memoria y de sus notas. Cuando el reportero cifra todas sus esperanzas en la grabadora, entonces resulta un producto periodístico bastante mecanizado pues no se ha logrado el principal ingrediente que diferencia a los grandes periodistas de aquellos del montón: originalidad.
- ❑ Asimismo, diversas investigaciones indican que la mayoría de los reporteros no pone atención a un entrevistado cuando graba las declaraciones de una fuente. La única ventaja que tiene la grabadora es que ofrece la ventaja de fijarse más en aspectos descriptivos que, luego, de seguro enriquecerán la nota periodística.
- ❑ Con relación a la grabadora, una de las principales consecuencias negativas de este “aparato maldito”-como lo denominaron Harris y Johnson- es que el reportero transcribe lo que alguien dice. Definitivamente que la expresión oral es diametralmente distinta a la comunicación escrita.

Y, desde un punto de vista ético, los reporteros están obligados a “pulir” los barbarismos y los errores y horrores que pronuncia una fuente. Caso muy diferente cuando se recibe un documento, del cual debemos citar de manera textual; cuando ocurre un desliz-ortográfico, sintáctico o de otra

índole- no queda otro remedio que interponer la abreviatura “sic” (entre paréntesis, casualmente) para indicar que se trata de una palabra o frase o ideal tal como fue producida originalmente por la fuente.

- ❑ Evite errores de concordancia. Por ejemplo: no se dice “director y subdirector general”, sino “director y subdirector generales”. No se dice “pantalón y corbata negra, sino “pantalón y corbata negros”.
- ❑ Un buen ejercicio para nutrir nuestro vocabulario es aprender diez nuevas palabras por día, tomadas al azar del diccionario.
- ❑ Si aspira a ser un excelente redactor, lea joyas de la literatura y no basura como las novelas de Corín Tellado y revistas cursis como Cosmopolitan y Vanidades.
- ❑ Explica siempre las siglas, sobre todo las que no son muy conocidas. Explicaremos la sigla la primera vez que salga. A lo largo del texto la podremos usar sin explicar. Ej.: El Fondo Monetario Internacional (FMI), Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP).

VERBOS INFORMATIVOS

Informó	Comunicó	Dijo	Expresó
Manifestó	Destacó	Indicó	Señaló
Advirtió	Reveló	Enfatizó	Afirmó
Negó	Aseguró	Añadió	Aclaró
Explicó	Lamentó	Prometió	Provocó
Estalló	Inspiró	Recordó	Mencionó
Pidió	Confirmó	Intentó	Perdió
Culpó	Decidió	Pronosticó	Comentó
Opinó	Subrayó	Aseveró	Acotó
Reiteró	Consideró	Estimó	Precisó
Reafirmó	Sostuvo	Anunció	Reclamó
Solicitó	Desmintió	Justificó	Criticó
Renunció	Desestimó		

ENLACES INFORMATIVOS

Al respecto	En ese sentido	Por otra parte	Por su lado	Por otro lado
Además	También	Asimismo	Entre tanto	De acuerdo a
Según informaciones	Continuó diciendo	Fuentes allegadas	Fuentes de entero crédito o confiables.	Sobre el particular.
Según trascendió.	Se supo extraoficialmente	Afirmó el gobierno	Emisario Gubernamental	Por último
Otras fuentes cercanas	Un portavoz	Es importante señalar	Más adelante dijo	Entre tanto
Del mismo modo	El señor informó	En otro orden de idea	Por orden de	El líder empresarial
La máxima autoridad	En primer lugar	En segundo lugar	Las declaraciones se deben	

CONTENIDO EN DIAPOSITIVAS

MÓDULO NO. 4
EL PERIODISTA, EL ESTILO, LA ÉTICA Y LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

4. El Estilo Periodístico

- a. Definición
- b. Virtudes del periodista
 - Claridad
 - Precisión
 - concisión
 - Fuerza
 1. Verbo débil
 2. Verbo fuerte

5. LA ÉTICA PERIODÍSTICA

- a. Definición
- b. Tipos de normas
 - Legales
 - La conducta profesional

MÓDULO NO. 4
EL PERIODISTA, EL ESTILO, LA ÉTICA Y LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

6. LA EXPERIENCIA PERIODÍSTICA

1. La salida profesional
 - Donde puedo desarrollar la profesión
2. ¿Cómo y por dónde empezar?
3. Lo Difícil de Ser Periodista
 - Tiempo
 - Salario
 - La Competencia
 - Presiones Políticas

7. CONSEJOS O ELEMENTOS PARA SER UN BUEN PERIODISTAS.




UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA DE PERIODISMO

TEMA

“SEMINARIO TALLER DE ORIENTACIÓN PERIODÍSTICA PARA ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO”

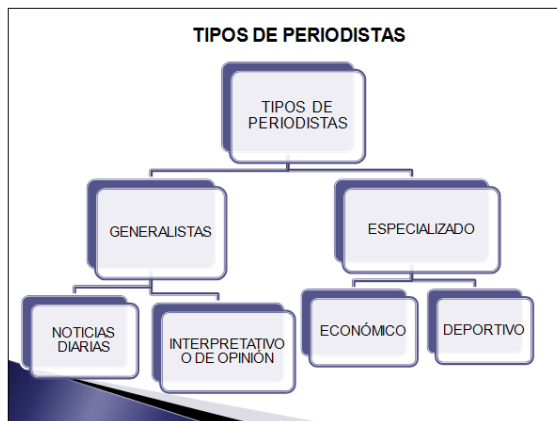
EXPOSITORA

LICDA. LORENA ESPINOSA

10 DE JUNIO DE 2010

MÓDULO NO. 4
EL PERIODISTA, EL ESTILO, LA ÉTICA Y LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

1. CAMPOS EN QUE SE MUEVEN LOS PERIODISTAS:
 - a. Espacio
 - b. Tiempo
 - c. Fuentes
2. TIPOS DE PERIODISTAS
 - a. Generalista
 - b. Especializado
3. Fases del Trabajo del Periodista
 - a. Planificación
 1. Planificación Diaria
 2. Planificación a Mediano Plazo
 - b. Recopilación de noticias
 - c. Selección
 1. Interés público
 2. Interés del Medio
 3. Factores de Espacio y Tiempo
4. La Producción

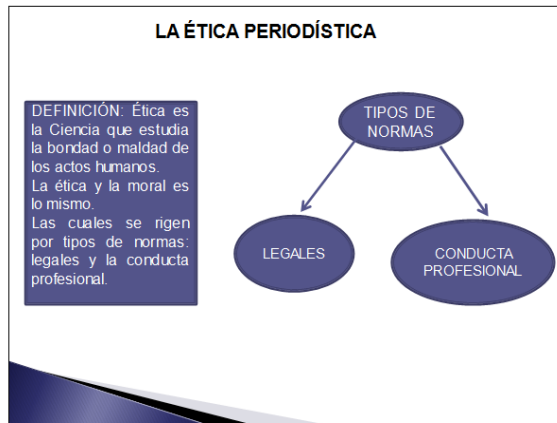




EL ESTILO PERIODÍSTICO

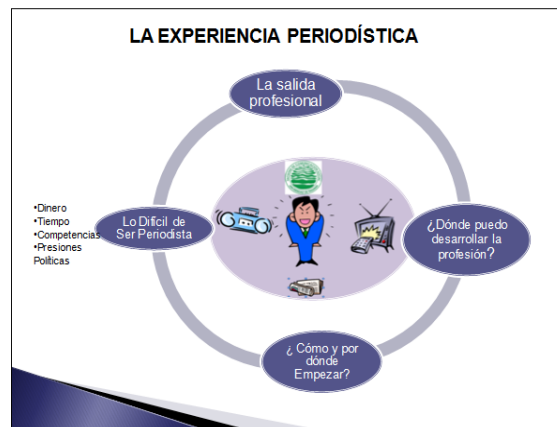
EJEMPLOS DE VERBOS DÉBIL Y FUERTE

VERBO DÉBIL	VERBO FUERTE
• El criminal se fue corriendo	• El criminal huyó
• Su enfermedad es	• Sufre una grave enfermedad
• La postura del secretario fue	• El secretario rechazó



LA ÉTICA PERIODÍSTICA

NORMAS LEGALES	LA CONDUCTA PROFESIONAL
<ul style="list-style-type: none"> • Derecho a la libertad de expresión y a recibir información veraz. • Cláusula de conciencia y secreto profesional. • Prohibiciones como el derecho al honor, a la imagen, a la intimidad, a la dignidad persona (delito de injurias y calumnias). 	<ul style="list-style-type: none"> • El compromiso del Periodista con la verdad. • Mantener la independencia con el grupo de poder. • Utilizar métodos dignos para obtener información e imágenes. • Rectificar con diligencia. • Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas.



CONSEJOS O ELEMENTOS PARA SER UN BUEN PERIODISTAS.

- > Para ser un gran periodista se necesita vocación y tenacidad en la práctica para aprender lo que no sabe, investigar lo que no conoce y ver lo que los ojos comunes no ven, en la búsqueda constante de la verdad.
- > Las noticias están a tu alrededor esperando para ser contadas.
- > Lleva contigo un cuaderno, un teléfono móvil, una cámara... Nunca se sabe cuándo puede suceder algo interesante.
- > Dependá más de su memoria y de sus notas. Cuando el reportero cifra todas sus esperanzas en la grabadora, entonces resulta un producto periodístico bastante mecanizado pues no se ha logrado el principal ingrediente que diferencia a los grandes periodistas de aquellos del montón: originalidad.

CONSEJOS O ELEMENTOS PARA SER UN BUEN PERIODISTAS.

- > Aprenda a formar la entrada (o lead) de su nota en la mente.
- > Sé descriptivo pero no exagerado. Una descripción simple siempre es mejor que una exageración.
- > Emplea una gramática correcta. Es difícil que la gente entienda de qué estás hablando si no escribes correctamente. Las faltas ortográficas pueden provocar un derrame cerebral o un infarto al miocardio a alguien. Siga esta regla básica. Si no está seguro de cómo se escribe un vocablo, acuda al diccionario.
- > Terminar, de una vez por todas, con la confusión entre los términos "haya", "halla" y "allá" (por favor, "alla sin acento, no existe). El primer corresponde al verbo haber, el segundo a encontrar, y el tercero es un adverbio de lugar como "acá" y "allí".

CONSEJOS O ELEMENTOS PARA SER UN BUEN PERIODISTAS.

- > Sea preciso en la administración de los nombres de las entidades y, principalmente, del cargo que ejerce una persona. Verbigracia: no es "Universidad Nacional de Panamá", pues el nombre oficial es Universidad de Panamá.
- > Un buen ejercicio para nutrir nuestro vocabulario es aprender diez nuevas palabras por día, tomadas al azar del diccionario.
- > Si aspira a ser un excelente redactor, lea joyas de la literatura y no basura como las novelas de Corín Tellado y revistas cursis como Cosmopolitan y Variedades.

MENSAJE FINAL

¿Te parece apasionante o aburrido? ¿Te animas?

El Periodismo es una profesión ansiada, respetada, odiada, amada, temida, de las más demandadas y envidiadas.



¡GRACIAS POR SU AMABLE PARTICIPACIÓN!

ÈXITO EN SU VIDA PROFESIONAL



EVIDENCIAS DEL DESARROLLO DEL TERCER MÓDULO



Uno de los participantes leyendo una lectura dada en clases.



La profesora muy emocionada escribiendo en el tablero.



La profesora contando sus vivencias periodísticas.



Entrega de los certificados a los participantes del proyecto.



Durante la entrega de certificado a los estudiantes.



Al finalizar el cuarto módulo, los estudiantes empezaban a realizar las preguntas individuales y anotar sus datos personales para no perder el contacto con la profesora.



La estudiante estaba preguntándole a la profesora sobre algunas recomendaciones para ser un buen periodista.



La foto final de algunos estudiantes con la profesora.

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL CUARTO MÓDULO

En este cuarto y último módulo era el más esperado por los estudiantes que querían conocer de cerca como es la vivencia de un periodista las 24 horas del día.

Apenas inicie la presentación donde mezcle el tema de la información, el estilo y la experiencia los estudiantes empezaron a realizar preguntas sobre la vida del periodista y como poder ayudar a las demás personas, empero otros lo que más querían saber el salario de un periodista, aunque habían otros que desean ser reconocido y aparecer en la televisión, y que deben ellos hacer para trabajar en esta área. Puesto que consideran que los que trabajan en televisión son más expertos que los otros, situación que tuve que desmentir en parte, ya que un periodista debe especializarse en la distinta disciplina y tipos de periodismo.

Un punto interesante, es que los estudiantes desconocían la palabra ética periodística, y a medida como le fui explicando, ellos decían yo no voy hacer así, sin embargo, le dije que la mayoría dicen así, pero cuando se ven envuelto en el quehacer diario del periodista muchos cambian, a los que otros dijeron que eso se debe a la formación que se le dé en casa. Muchos descubrieron y pudieron obtener información sobre este tema y las faltas que se le puede aplicar en caso de ejercer la profesión sin cumplir con los códigos o leyes que amparan la profesión. Por ende, consideraron que se debe respetar los derechos de las demás personas.

Al finalizar la jornada, cada uno de los estudiantes tuvo un paquete de información, que incluía un listado de recomendaciones de lo que debe y no debe hacer un periodista para que tenga credibilidad y respeto ante la sociedad, así como se le facilitó los verbos y enlaces periodísticos que debe tener en cuenta cada profesional del periodismo al ejercer la profesión.

Algunos estudiantes agradecieron que se le haya podido facilitar informe con este material que es de suma importancia para ellos en su desempeño diario, ya que a partir de ese momento que se lo entregue iban a formar parte de su manual periodísticos, claro que le repetí en varias ocasiones que la información proporcionada no era la única, sino que cada día se aprende más y que la pueden ir agregando para ampliar las gamas de posibilidades y responsabilidades como profesionales.

Por otro lado, otros estudiantes también agradecieron la entrega de certificados, ya que era el primero que recibían en su vida, por lo que estaban contentos, además, nos solicitaron no perder el contacto y seguir con este tipo de proyecto, aunque ciertas unidades estaban pensando en otras cosas y que más adelante cuando están terminando la profesión entrarán de lleno a tomar todos los consejos que se le ofrezcan.

Universidad de Panamá
Facultad de Comunicación Social
Escuela de Periodismo

Planeamiento realizado para el Proyecto de Intervención

AÑO: I Salón: 108. **Seminario-Taller: De Orientación Periodística** **Tema:** Clases Virtuales de los talleres

Fecha: 7,8 y 9 de junio de 2010. **Facilitadora:** Lorena Espinosa **Duración:** 80 Horas

Actividades Preliminares: Asignar los temas y talleres de las clases virtuales.

Objetivos Específicos	Contenido	Estrategias Didácticas				Evaluación	Bibliografía
		Actividades del Profesor	Actividades del Alumno	Técnicas/ Métodos	Recursos		
<p>-Lograr que los estudiantes identifiquen los elementos de la Comunicación y la estructura de la noticia a través de un taller.</p> <p>-Realizar una investigación sobre los medios de comunicación social.</p>	<p>-Análisis e interpretación de los elementos de la comunicación y la estructura de la noticia.</p> <p>-Los medios de Comunicación Social.</p>	<p>- Dar las instrucciones sobre los talleres.</p> <p>-Dar las instrucciones de la investigación y el listado de medios de comunicación que deben investigar.</p>	<p>-Analizar y aplicar los conocimientos aprendidos en los talleres a resolver.</p> <p>-Conocer la función de los medios de comunicación social.</p>	<p>Técnicas o estrategias: -Talleres</p> <p>Método: Inductivo-participativo.</p>	<p>-Profesor, estudiante, material escrito y la Internet.</p>	<p>-Diagnóstica: Realizar los talleres asignados.</p> <p>Formativa: Investigar sobre los medios de comunicación.</p>	<p>-Saavedra, Alfaro y Sdenka Romané. Comunicación y Periodismo. Editorial de la Unidad Académica La Paz, Bolivia. 1976.</p>

CONTENIDO DE LAS CLASES VIRTUALES

Taller No.1: Elementos de la Comunicación.

Completa este esquema con los elementos de la comunicación:

1. Despierta, papá! Otra vez te has quedado dormido viendo la película.

_____ : el niño

Receptor: _____

Mensaje: _____

Canal: _____

_____ : la lengua española.

2. UNA NUBE CON UN RAYO.

Emisor: _____

Receptor _____

Mensaje _____

Canal: _____

Código: _____

3. EL SONIDO DE UNA CAMPANA

Emisor: _____

Receptor _____

Mensaje _____

Canal: _____

Código: _____

TALLER NO: 2

La Noticia

Instrucciones: realizar con la información proporcionada una noticia que contenga los siguientes datos: título, antetítulo, subtítulo, la entrada y el cuerpo de la noticia.

En Quezaltenango, la segunda ciudad más importante de Guatemala por lo menos 10 niños murió producto de un brote de meningitis, dijo ayer un funcionario de salud.

Todavía hay niños en peligro a raíz del brote, lo cual elevaría el número de muertos. Según señaló Juan Pérez, director de salud de la región de Quetzaltenango.

La meningitis es una inflamación de las membranas que cubre el cerebro, pero los síntomas principales son: fiebre, dolor de cabeza, náuseas, entre otros.

TALLER NO.3

Del listado de Medios de Comunicación dado para investigar: El Teléfono, La Prensa Escrita, La Radio, La Televisión, La Internet, El Telégrafo, Cine y El Libro, deben escoger (uno) el que desean investigar, defínanlo, mencionen sus funciones, característica, importancia, ventajas y desventajas.

Tipo de letra a utilizar es arial 12, a doble espacio.

CONCLUSIONES

Al terminar este proyecto de intervención hemos llegado a las siguientes conclusiones que a continuación le detallaremos:

- Este tipo de proyecto ayudan y benefician a los estudiantes en su formación académica, para que conozcan de cerca los elementos que se necesitan en la formación periodística.
- Los estudiantes deben ponerle más empeño a los estudios y de una manera u otra serán capaces de identificar lo que es noticia, siempre y cuando amen la profesión y no por un mero interés de ser famoso.
- Si los estudiantes son capaces de identificar los elementos de la comunicación y lo de la estructura de la noticia, su futuro como profesionales será todo un éxito, siempre y cuando estén apegados a la norma de la ética profesional.
- Estamos seguro que nuestro objetivo en la ejecución del proyecto fue alcanzado, ya que presentamos las herramientas necesarias para el análisis de la profesión y la toma de decisiones que le permitan desempeñar la profesión del periodismo, que muchas veces es amada, temida e envidiada.

RECOMENDACIONES

Después de haber ejecutado este proyecto de intervención hemos llegado a las siguientes conclusiones que a continuación le detallaremos:

- Las autoridades de los centros educativos a nivel superior tanto en instituciones públicas y privadas deben orientar su enseñanza más práctica que teórico, que ayuden a afianzar los aprendizajes de los futuros profesionales del periodismo.
- Además, deben crear espacio para que los profesionales del periodismo se reúnan con los estudiantes para intercambiar experiencia, en todas las áreas del periodismo.
- Los estudiantes deben participar en este tipo de proyectos y tratar de absorber todo los elementos que le sirvan como herramienta para desarrollar con éxito su profesión.
- Los jóvenes deben ser más activo y tratar de desarrollar estilos periodísticos que lo distinga de los demás.

ANEXOS

**NOTA DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA LA
EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

LISTADO DE ASISTENCIA DE LOS PARTICIPANTES

**NOTA DE AGRADECIMIENTO POR LA
EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

**CERTIFICADO DE CORRECCIÓN DEL
INFORME PRESENTADO**

MODELO DE CERTIFICADO ENTREGADO

