

Índice general

Introducción	11
I. Comunicar, informar y opinar. El lenguaje periodístico	14
1.1. <i>Comunicar</i>	16
1.2. <i>Informar</i>	17
1.3. <i>Opinar</i>	18
1.4. <i>Funciones de los medios de comunicación</i>	19
1.5. <i>Lenguaje periodístico</i>	20
II. Los géneros periodísticos	23
2.1. <i>Tipos de géneros periodísticos</i>	32
2.1.1. <i>Géneros Informativos</i>	32
2.1.1.1. <i>Noticia</i>	33
2.1.1.2. <i>Reportaje</i>	33
2.1.1.3. <i>Entrevista</i>	35
2.1.2. <i>Géneros Interpretativos</i>	37
2.1.2.1. <i>Editorial</i>	37
2.1.2.2. <i>Artículo de fondo</i>	38
2.1.2.3. <i>Comentario de actualidad</i>	38
2.1.2.4. <i>Tribuna libre</i>	38
2.1.2.5. <i>Cartas al director</i>	38
2.1.3. <i>Géneros Híbridos</i>	39
2.1.3.1. <i>Crónica</i>	39
2.1.3.2. <i>Reportaje interpretativo</i>	39
2.1.3.4. <i>La Crítica</i>	40
2.2. <i>Utilización de los diferentes géneros periodísticos</i>	40

III. Publicar la información	42
3.1. <i>Obtención de la información y trabajo de las fuentes</i>	43
3.2. <i>Publicar o no publicar</i>	44
3.3. <i>La jerarquización</i>	47
3.4. <i>La corrección</i>	48
IV. Noticia: definición, estructura y tipología	50
4.1. <i>Estructura de la noticia</i>	53
4.1.1. <i>El lid</i>	54
4.1.2. <i>El cuerpo de la noticia</i>	57
4.2. <i>Tipología de la noticia</i>	58
4.2.1. <i>Por su importancia</i>	58
4.2.2. <i>Por su contenido temático y por su desarrollo temporal</i>	59
4.2.3. <i>Por la forma de plantear su estructura</i>	59
4.2.4. <i>Por la previsibilidad de los hechos narrados</i>	60
4.2.5. <i>En función del tiempo en el que informamos</i>	60
4.2.6. <i>En función de las fuentes</i>	60
V. Los titulares	62
5.1. <i>Título</i>	65
5.2. <i>Subtítulo</i>	67
5.3. <i>Antetítulo</i>	67
5.4. <i>Cintillo</i>	67
5.5. <i>Flash</i>	68
5.6. <i>Sumarios o destacados</i>	68
5.7. <i>Ficha técnica</i>	68
5.8. <i>Ladillo</i>	68
5.9. <i>Pie de foto</i>	69
5.10. <i>Fotonoticia</i>	70
5.11. <i>Data y firma</i>	70
5.12. <i>Folio</i>	70
5.13. <i>Ventana o rataplán</i>	71
VI. Las fuentes informativas	72
6.1. <i>Tipos de fuentes</i>	73
6.2. <i>La filtración</i>	74
6.3. <i>Identificación y atribución</i>	75
6.4. <i>Cómo trabajar con las fuentes informativas</i>	77
6.5. <i>Cómo conseguir textos e imágenes para un medio de comunicación</i>	79

VII. Las agencias de información.....	82
7.1. <i>Historia de las agencias de información.....</i>	84
7.2. <i>Tipos de agencias de información.....</i>	86
7.2.1. <i>Ambito geográfico.....</i>	86
7.2.2. <i>Contenido aportado.....</i>	87
7.3. <i>Principales agencias de información en el mundo.....</i>	88
7.3.1. <i>Associated Press (AP).....</i>	88
7.3.2. <i>United Press Internacional (UPI).....</i>	88
7.3.3. <i>Reuters.....</i>	89
7.3.4. <i>Agence France Press (AFP).....</i>	89
7.3.5. <i>ITAR-TASS.....</i>	89
7.3.6. <i>DPA.....</i>	90
7.3.7. <i>Xinhua.....</i>	90
7.3.8. <i>Jiji Press.....</i>	90
7.3.9. <i>Kyodo News.....</i>	90
7.3.10. <i>Ansa.....</i>	91
7.4. <i>Principales agencias de información en España.....</i>	91
7.4.1. <i>EFE.....</i>	91
7.4.2. <i>Europa Press.....</i>	92
7.4.3. <i>Colpisa.....</i>	92
7.4.4. <i>Servimedia.....</i>	93
7.4.5. <i>Interagencias.....</i>	93
7.5. <i>La redacción en las agencias de información.....</i>	93
7.6. <i>Funciones de las agencias.....</i>	95
VIII. Gabinetes de comunicación: gestores de información	96
8.1. <i>La trascendencia de internet para los gabinetes de comunicación.....</i>	97
8.2. <i>Objetivos del gestor de comunicación.....</i>	98
8.3. <i>Tipos de gabinetes de comunicación.....</i>	103
8.4. <i>La nota de prensa: principal forma de relación con los medios.....</i>	104
IX. Introducción al periodismo iconográfico	108
9.1. <i>Los valores periodísticos.....</i>	108
9.2. <i>Géneros de periodismo iconográfico.....</i>	114
9.3. <i>Edición gráfica.....</i>	115
X. Introducción al diseño periodístico	117
10.1. <i>¿Qué es el diseño periodístico?.....</i>	117
10.2. <i>Requerimientos funcionales del diseño periodístico.....</i>	118

10.3. Tipografía.....	119
10.3.1. Partes de una letra.....	119
10.3.2. Tipos de letras.....	121
10.3.3. Cómo usar la tipografía	122
10.3.4. El interlineado	122
10.3.5. El espaciado entre letras y palabras.....	123
10.3.6. La alineación del texto	123
10.3.7. Variantes tipográficas	124
10.4. La retícula	125
10.5. Cómo se construye una página.....	126
10.6. El diagrama de Gutenberg y el triángulo de Haas	127
10.7. Distribución de los elementos en la página.....	129
10.8. Normas sobre titulares	129
10.9. Normas sobre textos	130
10.10. Normas sobre distribución de imágenes	132
10.11. El uso del color.....	133
10.12. Otros elementos relacionados con el diseño	134
XI. El papel de la fotografía	136
11.1. El nacimiento del fotoperiodismo	136
11.2. Fotografía de prensa y fotoperiodismo	137
11.3. Lenguaje de la fotografía periodística	142
11.4. El pie de foto.....	143
11.5. La fotonoticia.....	144
11.6. Las agencias	144
11.7. La fotografía de prensa y los derechos de imagen.....	147
11.8. Criterios para publicar una fotografía	148
11.9. La manipulación de las fotografías.....	149
11.10. ¿Crisis del fotoperiodismo?.....	151
XII. Las ilustraciones en la prensa	155
12.1. ¿Ilustraciones en la prensa del siglo XXI?.....	155
12.2. Tipos de ilustraciones en la prensa.....	156
12.3. El cómic.....	161
12.4. El humor gráfico.....	162
12.5. La caricatura	166
12.6. Cuándo usar una ilustración	168

XIII. La infografía	170
13.1. <i>Los antecedentes</i>	170
13.2. <i>¿Qué es?</i>	174
13.3. <i>Características de una buena infografía</i>	176
13.4. <i>Tipos de gráficos presentes en un periódico</i>	177
13.5. <i>Cuándo debe utilizarse</i>	179
13.6. <i>El trabajo de los infografistas en la redacción</i>	183
XIV. El periódico, la redacción y el periodista	185
14.1. <i>Funciones del periódico</i>	185
14.2. <i>El periódico como negocio</i>	186
14.3. <i>División jerárquica de la redacción</i>	187
14.4. <i>Las funciones del periodista</i>	188
14.5. <i>Las garantías profesionales</i>	190
14.5.1. <i>Cláusula de conciencia</i>	190
14.5.2. <i>El secreto profesional</i>	191
14.6. <i>Organización del trabajo</i>	192
XV. Los libros de estilo	194
15.1. <i>Características de los libros de estilo</i>	195
15.2. <i>Contenidos de los libros de estilo</i>	197
15.2.1. <i>Política editorial y aspectos deontológicos</i>	197
15.2.2. <i>Géneros periodísticos</i>	198
15.2.3. <i>Los elementos de titulación</i>	198
15.2.4. <i>Tipografía</i>	199
15.2.5. <i>Fotografías, gráficos e infografías</i>	199
15.2.6. <i>Las firmas</i>	200
15.2.7. <i>Tratamientos y protocolo</i>	200
15.2.8. <i>Nombres</i>	200
15.2.9. <i>Abreviaciones</i>	201
15.2.10. <i>Números</i>	201
15.2.11. <i>Signos ortográficos</i>	201
15.2.12. <i>Normas de redacción</i>	202
15.2.13. <i>Presentación de originales</i>	202
15.2.14. <i>Léxico</i>	202
15.2.15. <i>Siglas</i>	203
15.2.16. <i>La publicidad</i>	203
15.2.17. <i>Referencias históricas</i>	203
15.2.18. <i>Normas de pronunciación</i>	203

XVI. Las nuevas tecnologías en la prensa	204
16.1. <i>internet en el mercado global de la comunicación.....</i>	<i>204</i>
16.2. <i>Evolución de las nuevas tecnologías en el periodismo</i>	<i>205</i>
16.3. <i>La digitalización: ventajas e inconvenientes.....</i>	<i>208</i>
16.4. <i>Influencia de las TIC sobre el proceso informativo.....</i>	<i>211</i>
16.5. <i>internet: fuente y nuevos formatos.....</i>	<i>212</i>
16.6. <i>Escribir en internet.....</i>	<i>213</i>
16.7. <i>Qué debemos ofrecer en internet</i>	<i>215</i>
 Bibliografía	 218
 Índice de figuras	 223