



Datos generales

- o Periodo de Examen Extraordinario: **Del 01 al 22 de junio de 2024**
- o **Fechas de aplicación: sábado 15 de junio de 2024**
- o Nombre del profesor(a): Lydiette Carrión Rivera
- o Correo electrónico del profesor (a): lydiettecr@politicas.unam.mx
- o Clave de la materia: 2523 / 1620
- o Nombre de la materia: Metodología de la Investigación periodística
- o Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- o Semestre al que pertenece: 5
- o Carácter de la materia (obligatoria u optativa): obligatoria
- o Número de créditos: 8

Características del examen

- **Temario**
- Unidad 1. Caracterización de la investigación periodística.
- Unidad 2. Corrientes periodísticas, sus metodologías y técnicas.
- Unidad 3. Periodismo asistido por computadora
- Unidad 4. La investigación periodística y la ética
- Unidad 5. Proyecto de investigación
- **Contenidos a evaluar:**
Comprensión de conceptos como el periodismo generalista, el de investigación, de servicio, de especialización, la importancia de la ética en el periodismo, el uso de herramientas digitales y leyes de transparencia para la investigación, capacidad de establecer un proyecto.



- Bibliografía básica:
 - Recurso de evaluación
 - Instrucciones para el alumno (qué debe realizar, cómo)
 - Características de presentación del trabajo (extensión, tipo de letra, espaciado, formato)
- 1. Actividades:**

Examen

Elaborado a criterio del Profesor.

- Unidad 1. Caracterización de la investigación periodística.

Explica en media cuartilla cuál es el vínculo entre el periodismo y la sociedad. De qué manera el tipo de periodismo que produce una sociedad influye en el tipo de sistema social. Da dos ejemplos en los que puedas observar cómo una práctica periodística, una nota o un bulo ha influido en la sociedad. Da un ejemplo positivo y un ejemplo que a tu parecer sea negativo.

bibliografía:

Adriana Solórzano (2011); El periodismo especializado: camino obligado a la profesionalización. Periodismo en México. Recuentos e interpretaciones. Porrúa, México, 2011.
https://www.academia.edu/14746613/El_periodismo_especializado_camino_obligado_a_la_profesionalizaci%C3%B3n

- Unidad 2. Corrientes periodísticas, sus metodologías y técnicas.

Examen de opción múltiple en el sistema

1 El principal propósito del periodismo de investigación es:

- a) Informar: Proporcionar información precisa.
- b) Empoderar: Dar voz a las comunidades y grupos marginados, y abogar por sus necesidades.
- c) **Revelar información que está oculta al público, ya sea por falta de acceso o por intentos de ocultamiento por parte de individuos, instituciones o entidades gubernamentales o corporativas**

2. El periodismo de especialización se enfoca en la cobertura detallada y experta de temas específicos, como la ciencia, la tecnología, la política, la economía, el arte, el deporte, entre otros. Enuncia cuáles son los principales fortalezas y debilidades.



- a) **puede proporcionar información detallada y análisis. Pero a veces sólo llega a un público reducido.**
- b) Capacidad de llegar a un público amplio. Poca profundidad
- c) Es el tipo de periodismo más riesgoso para el periodista.

3. Pregunta escritura libre:

A tu juicio, ¿cuál es la diferencia entre el periodismo especializado y el periodismo de investigación?

Bibliografía:

- Unidad 3. Periodismo asistido por computadora

Da tres características del derecho a la información que se encuentra garantizado por las leyes en México. Da dos ejemplos de notas periodísticas que hayan utilizado la ley de transparencia para hacerse de información.

- Unidad 4. La investigación periodística y la ética

Enumera cuáles son las ventajas que un medio obtiene al implementar un código de ética en la redacción.

[Un código de ética en los servicios de comunicación es esencial por varias razones fundamentales:

Promoción de la Responsabilidad: Los medios de comunicación desempeñan un papel crítico en la sociedad al informar, educar y entretener. Un código de ética asegura que esta influencia se ejerza de manera responsable y ética, evitando la difusión de información falsa o perjudicial.

Construcción de Confianza: La confianza del público en los medios es vital. Un código de ética establece estándares que promueven la credibilidad y la confianza, lo que es esencial para que la información sea considerada creíble y precisa.

Protección de la Privacidad: Los códigos éticos suelen abordar la protección de la privacidad de las personas, asegurando que se respetan los derechos individuales en la obtención y difusión de noticias.

Transparencia: Fomenta la transparencia en la presentación de hechos y evita la ocultación de conflictos de intereses que podrían sesgar la información.

Legitimidad y Credibilidad: Los medios que siguen un código de ética sólida son percibidos como más legítimos y creíbles, lo que puede aumentar su atractivo para el público y los anunciantes.

Educación Continua: Un código de ética no solo establece reglas, sino que también promueve la educación ética continua entre los profesionales de los medios. Esto les permite enfrentar dilemas éticos de manera efectiva y tomar decisiones informadas.

Valores Fundamentales: Se establecen los valores centrales que deben guiar las acciones de todos los profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual. Estos valores pueden incluir la verdad, la imparcialidad, el respeto a la diversidad y la responsabilidad social.



Normas de Conducta: El código establece normas de conducta concretas que deben seguir los profesionales en su trabajo diario. Esto podría incluir pautas para la obtención y recolección de datos.

En resumen, un código de ética en los servicios de comunicación es un faro que guía la conducta ética en un campo que desempeña un papel crítico en la sociedad. Su importancia radica en su capacidad para promover la responsabilidad, la transparencia y la confianza, y para asegurar que los medios cumplan su misión de informar, educar y entretener de manera ética y respetuosa con los valores fundamentales de la sociedad.]

bibliografía

Ottaviano, C. (comp.). (2016). Ideas y orientaciones para la elaboración de un Código de Ética. Buenos Aires: Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Disponible en: <https://defensadelpublico.gob.ar/ideas-y-orientaciones-para-la-elaboracion-de-un-codigo-de-etica/>

Solórzano, A. (2018). Defensa de las audiencias: de la correlación al estado de excepción (manuscrito no publicado).

- Unidad 5. Proyecto de investigación

Redacta un proyecto de investigación viable, breve, con la metodología propuesta en PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN: Una guía práctica. por la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Instituto Prensa y Sociedad <https://www.corteidh.or.cr/tablas/cd0387-6.pdf>

Debe tener los siguientes apartados:

1. Planteamiento del problema.
2. Formulación de la hipótesis.
3. Identificación de fuentes, personas, testigos, personas expertas y aprovechamiento de fuentes documentales.

Criterios de acreditación

- Dar a conocer los criterios de acreditación del examen al alumno.

La calificación estará compuesta en un 50 % por el examen teórico y un 50 % por el trabajo práctico.



SUAYED
FCPS

