

1. Horario atención a estudiantes, correos electrónicos y nombres de los profesores complementarios

Clase magistral

Profesor: **Camilo Vega Barbosa** (jc.vega611@uniandes.edu.co)

Horario de atención a estudiantes: martes y jueves de 1 a 2 pm.

Lugar de atención a estudiantes: Facultad de economía o vía Zoom

Profesor complementario: **Eduar Barbosa** (e.barbosa@uniandes.edu.co)

Horario de atención a estudiantes: jueves de 1 a 2 pm.

Lugar de atención a estudiantes: Facultad de economía o vía Zoom.

Link de **Zoom** para las clases virtuales: <https://uniandes-edu-co.zoom.us/j/91735400245>

Curso con Cláusula de ajustes razonables.

2. Introducción y descripción general del curso

En este curso crearemos el espacio para hacer economía para todos y sobre todo. Buscamos pasar del conocimiento experto a los mensajes con impacto. Los estudiantes aprenderán a crear contenido sobre economía para la mayoría de la población y no solo para economistas. De esta manera, lograrán tener mayor impacto en el público general para comunicar temas, explicaciones y análisis relevantes de manera atractiva y comprensible. Podrán utilizar las herramientas de la economía para analizar campos menos tradicionales para lograr hacer periodismo económico diverso e interesante.

3. Objetivos de la materia

Al terminar este curso los estudiantes estarán en capacidad de utilizar su formación como economistas para escribir de manera atractiva y accesible para un público amplio sobre historias, resultados, análisis e investigaciones económicas.

- Escribir economía para todos y sobre todo.
- Poner a prueba su conocimiento técnico haciendo periodismo.
- Crear el hábito de encontrar historias a su alrededor.
- Aprender a hacer periodismo.
- Publicar contenido económico con impacto.

4. Organización del curso y cronograma del curso

Primera Parte: Fase de conocimientos técnicos y prácticos de periodismo

Semana 1

- Introducción.
- ¿Cómo funcionan los medios?
- **Actividad fuera de clase:** los estudiantes deberán completar la trivia que anuncie el profesor para aprender sobre los flujos de información.

Semana 2 La información y la noticia.

- **Flujos de información:** los estudiantes contarán su experiencia sobre el manejo de los flujos de información, y aprenderán sobre los riesgos de distorsión y desinformación.
- **Clase noticia escrita:** en esta sesión se abordarán las principales características de la noticia (5 W's), la jerarquía que conlleva su construcción y los contextos donde es más útil este formato.

Semana 3 Investigación y reportaje

- **Actividad dentro de clase:** periodista invitado que explique una de sus investigaciones.
- **Clase reportaje escrito:** en esta sesión se presentará la relevancia y estructura del reportaje escrito como formato de profundización e investigación, de mediano y largo aliento, para el abordaje de temas con interés periodístico que pueden trascender aún más la coyuntura.

Semana 4 Historias y crónicas.

- **Preparación primer parcial:** se darán tips y estrategias para elegir temas y grandes historias para escribir.
- **Clase crónica escrita:** aquí se abordarán elementos estilísticos propios de la crónica, que incluyen figuras literarias, saltos en el tiempo, descripción de personas y lugares, entre otros.

Semana 5 Entrevista.

- **Actividad dentro de clase:** corrección y discusión de los borradores del primer parcial.
- **Clase Entrevista:** entre los temas a tratar estarán la construcción de preguntas, la actitud frente al entrevistado, el manejo de la conversación y la improvisación.
- **Entrega primer parcial**

Semana 6 Perfil e historias de vida

- **Actividad en clase:** Retroalimentación primer parcial.
- **Clase perfil:** esta clase explicará el género de perfil para contar las historias de vida de personajes.

Segunda parte: Fase de medios

Semana 7 Creación de los grupos para la fase de medios

- Los estudiantes contarán sus intereses para la segunda fase y formarán grupos para sus medios.

Semana 8: Las 10 preguntas para crear un medio

- Se explicarán las 10 preguntas que se deben responder para crear un medio
- **Fin de plazo de aprobación para publicación.**

Semana 9: Clase técnica Podcast

- **Actividad dentro de clase:** Los estudiantes aprenderán los detalles técnicos para editar podcast.
- Ejemplos Podcasts

Semanas 10 Clase técnica video

- **Actividad dentro de clase:** Los estudiantes aprenderán los detalles técnicos para editar video
- Ejemplos videos y youtube.

Semana 11 Lanzamiento medios (parcial 2)

- **Actividad dentro de clase:** Los grupos expondrán en clase sus medios.

Semana 12 Definición proyecto final

- **Actividad dentro de clase:** Los grupos deberán exponer la propuesta para el especial que realizarán sus respectivos medios.

Semana 13 Nuevas propuestas de periodismo

- **Actividad dentro de clase:** periodista invitado exponiendo la experiencia de las nuevas propuestas en los medios.

Semana 14 ¿Cómo funciona el modelo de negocio de un medio?

- **Actividad dentro de clase:** experto invitado en propiedad intelectual
- Explicación de las diferentes fuentes de ingreso de los medios

Semana 15 El cine y la economía, y semana de trabajo de los grupos

- **Actividad dentro de clase:** ver The Big Short (2015)
- Los grupos trabajarán en su parcial final

Semana 16 Exposición parcial final.

5. Metodología

Los estudiantes harán investigación periodística saliendo a la calle, hablando con ciudadanos, consultando a funcionarios públicos, analizando políticas y problemas actuales, teniendo en cuenta el factor humano que está más allá de las cifras para encontrar y contar buenas historias. Los estudiantes participarán en tres consejos de redacción donde presentarán y discutirán sus historias para luego construirlas y encontrar la mejor manera y canal de comunicación para lograr llegar a un público amplio y relevante.

6. Competencias

- Comunicarse de manera efectiva y asertiva.
- Aplicar conocimientos y herramientas propias de los economistas para identificar buenas historias.

- Familiarizarse con diferentes formas de comunicación por medio de lenguajes y formatos periodísticos apropiados para transmitir mensajes desde la economía.
- Evaluar el impacto de la comunicación amplia de contenidos económicos.

7. Criterios de evaluación (Porcentajes de cada evaluación)

Las calificaciones

Todos los parciales se califican **entre 0 y 5**. La calificación total es la suma de diferentes criterios a calificar, con su respectiva nota. Además el estudiante tiene la oportunidad de ganar bonos de 0,5 que varía en cada evaluación.

Todos los quizzes tienen solo dos notas posibles: 0 o 5. El estudiante tiene la opción de **recuperar** los quizzes en un periodo de **5 días hábiles** desde que se realiza el quiz.

Los estudiantes tienen la opción de quedar eximidos de cualquier evaluación al realizar actividades que el profesor magistral indique.

- **Primer parcial: 20 %**
- **Segundo parcial: 20 %**
- **Parcial final: 30%**
- **Quizzes sorpresa: 30 %**

Explicación parciales y quizzes:

Primer parcial (20%): un **contenido escrito de máximo 1.000 palabras** que exponga cómo un sector económico, o negocio, está sobreviviendo (o adaptándose) a la pandemia. Sin embargo, deben elegir un tema que los **medios tradicionales no han cubierto** (abordar un sector o negocio demasiado predecible, común, o cubierto puede representar una **calificación más baja**). El parcial debe subirse a Sicua el jueves de la semana 5 antes de las 23:59. La **aprobación para la publicación** (no necesariamente la publicación) deberá lograrse antes de que termine la semana 8.

Cada contenido debe tener los siguientes componentes:

- **Un título:** se debe mantener un correcto balance entre manejar un título atractivo pero que también informe correctamente sobre lo que trata el contenido.
- **Un gancho:** es un resumen de menos de tres renglones que informe y destaque lo principal del contenido.
- **Introducción:** Un párrafo de apertura que ubique al lector en la discusión, señalando la idea principal (lo que quieren exponer) y dando un abrebocas de los detalles más atractivos de la investigación. Es el espacio en donde se vende la idea y se justifica su importancia (deben convencer al lector de leer su artículo).
- **Contexto:** cifras, citas o información que permita entender la situación y el momento de la discusión o de la historia que se quiere contar.
- **Reportería:** se debe incluir las perspectivas de las diferentes personas o instituciones que participan en la discusión o en historia. Es el espacio para incluir las voces de los diferentes personajes, de los expertos (profesores), y del Gobierno si lo amerita.

- Valor agregado: Puede ser con un análisis técnico, información que tal vez quedó por fuera en la reportería, o con elementos innovadores que enriquezcan el contenido (una buena infografía).
- Conclusión: puede ser una síntesis que permita digerir toda la información, o una reflexión bien balanceada de la discusión o historia.
- Foto o material audiovisual: debe tener al menos una foto, caricatura o cualquier imagen que ilustre el contenido. Solo se puede incluir material que tenga derechos de autor libres (como los que hay en pixabay.com) o con autorización del autor.

Tabla de calificaciones primer parcial		
Criterio a calificar	Base sobre la que se califica cada criterio	Nota del estudiante
Tener todos los componentes exigidos en el contenido	0,5	
Comunicar efectivamente (que lo entiendan los no economistas)	2	
Redacción y ortografía	0,5	
Valor agregado del economista	1	
Innovación y relevancia del tema	1	
Bono publicación	0,5	
Total+bono	5,5	

Explicación criterios primer parcial:

- Componentes: se califica que el contenido cumpla con todos los componentes antes mencionados (título, gancho, introducción....).
- Comunicación: se mide si el contenido es entendible y comprensible para la mayoría de la población, no solo economistas. Se debe demostrar la capacidad de traducir los conceptos técnicos económicos a un lenguaje más coloquial y práctico: se valoran los ejemplos didácticos, y las formas innovadoras de explicar la economía.
- Redacción y ortografía (elocuencia en caso de contenidos audiovisuales): cada contenido debe cumplir con altos estándares de escritura, que incluye una impecable ortografía y una buena redacción.
- Valor agregado del economista: en cada contenido debe haber una propuesta de cómo un economista puede enriquecer el periodismo económico. Por ejemplo, con regresiones y otras herramientas de análisis, traduciendo grandes investigaciones, o simplemente abordando temas desde la perspectiva económica.
- Innovación y relevancia: que el contenido se destaque por trabajar un tema de alta relevancia por medio de un enfoque poco predecible, con argumentos y narrativa innovadora.

- Se da un bono de media unidad (0,5) por: corregir los errores indicados en la calificación del parcial, enviar la versión corregida del contenido al profesor magistral y conseguir el **aprobado para publicación certificada por el profesor magistral por medio de un correo**.
 - ❖ El **aprobado para publicación se da cuando** el profesor considera que todos los errores fueron corregidos y también se atendieron detalles adicionales que se consideren pertinentes.
 - ❖ El contenido se puede publicar en www.elmaleconomista.com o en cualquier otro medio (incluso nacionales).

Segundo parcial, lanzamiento de medio económico (20%): los estudiantes deben formar grupos (el tamaño se especifica en la semana 8 o antes) para crear un medio económico nuevo. Tienen libertad completa para elegir la identidad y enfoque del medio, la plataforma (página web, canal de youtube, TikTok, etc), al igual que el formato de los contenidos (texto, video, podcast).

En la **semana 11** (entre la clase del martes y jueves) los estudiantes deben lanzar su medio con una exposición respondiendo las 10 preguntas para crear un medio (se explican en clase). El medio que se lance debe tener al menos el mismo número de contenidos que el número de integrantes, y debe seguir con estándares objetivos de calidad y rigurosidad (se califica como cualquier medio profesional). Todos los integrantes del grupo reciben la calificación del medio.

Tabla de calificaciones medios		
Criterio a calificar	Base sobre la que se califica cada criterio	Nota del medio
Responder las 10 preguntas para crear un medio	0,5	
Comunicar efectivamente (que lo entiendan los no economistas)	2	
Estándar de calidad objetivo	1	
Redacción y ortografía; elocuencia en caso de podcast o video	0,5	
Valor agregado del economista	1	
Bono por disrupción	0,5	
Total+bono	5,5	

*Se da un bono de 0,5 a todos los integrantes del medio que muestre ser disruptivo entre la oferta de medios económicos.

Parcial final, especial del medio (30%): los grupos deberán presentar en la **semana 16** un proyecto especial dentro del medio. Se trata de una cobertura de un tema complejo, con un número de contenidos igual o mayor al número de integrantes del medio.

Tabla de calificaciones medios		
Criterio a calificar	Base sobre la que se califica cada criterio	Nota del medio
Relevancia de la cobertura	0,5	
Comunicar efectivamente (que lo entiendan los no economistas)	2	
Estándar de calidad objetivo	1	
Redacción y ortografía; elocuencia en caso de podcast o video	0,5	
Valor agregado del economista	1	
Bono por disrupción	0,5	
Total+bono	5,5	

*Se da un bono de 0,5 % a todos los integrantes del medio que muestre ser disruptivo entre la oferta de medios económicos

Quizzes sorpresa (30%): se harán seis quizzes **sorpresa** (que valen 5 % cada uno) sobre noticias económicas del momento o temas que se expliquen en clase. Los estudiantes pueden recuperar los quizzes por medio de actividades que asigne el profesor **dentro de los 5 días hábiles después del quiz.**

8. Sistema de aproximación de notas definitiva

No habrá sistema de aproximación de notas definitivas. Todas las calificaciones del curso tendrán una unidad y máximo dos décimas: 4.00, 4.55, etc.

Reclamos

Todos los reclamos serán atendidos por el **profesor complementario**, y si el estudiante lo pide por el **profesor magistral**.

Según los artículos 62 y 63 del Reglamento general de estudiantes de pregrado, el estudiante tendrá **cuatro** días hábiles después de la entrega de la evaluación calificada para presentar un reclamo. El profesor responderá al reclamo en los **cinco** días hábiles siguientes. Si el estudiante considera que la respuesta no concuerda con los criterios de evaluación podrá solicitar un segundo calificador al Consejo de la Facultad en los **cuatro** días hábiles posteriores a la recepción de la decisión del profesor.

Fraude

Se considera fraude si se copia cualquier material periodístico que no sea del autor.

Es obligatorio que en cada contenido se cite cualquier contenido, comentario o información externa que se incluya.

Para citar no hace falta usar normas APA, o sistemas de citación académicos. Simplemente pueden citar el autor, el medio o lugar de la publicación, y una referencia de tiempo. Y se debe poner comillas para encerrar el texto que se usó textualmente.

Ejemplo:

“Desde 1984 solo se ha concertado en siete ocasiones el incremento del salario mínimo y tres de estos acuerdos se han dado sin la Central Unitaria de Trabajadores (CUT). Este ritual decembrino ha demostrado ser poco efectivo para saldar las diferencias entre el Gobierno, los gremios empresariales y los sindicatos. Y para este año, el paro nacional despierta pocas esperanzas de un consenso”, dijo Camilo Vega en un artículo publicado en El Espectador en diciembre de 2019.

El profesor magistral estudiará cada caso de posible fraude y lo llevará a las instancias pertinentes.

9. Política de momentos difíciles

“Todas las personas pueden pasar por un momento difícil que de alguna manera pueda afectar nuestra vida en la Universidad. Pueden ser problemas en casa, con la pareja, incluso estrés por esta u otra materia. Si usted siente que está pasando por un momento complicado, sin importar el motivo, siéntase con la tranquilidad de hablar con la profesora para pedir tiempo o apoyo. Ningún trabajo o entrega puede sobrepasar su salud mental y física. Su bienestar es lo más importante.”

10. Bibliografía

Se recomienda consultar el siguiente material de apoyo:

- [Cuadernos de Periodismo, del Centro de Estudios en Periodismo.](#)
- [Cómo hacer periodismo de María Teresa Ronderos, Juanita León, Mauricio Autor Saenz](#)
- [Periodismo mutante y bastardo, de Omar Rincón](#)
- [Repensar la pobreza de Esther Duflo y Abhijit Banerjee](#)

Fecha de entrega del 30% de las notas: 9 de abril de 2021

Último día para subir notas finales en banner: 15 de junio de 2021

Último día para solicitar retiros: 15 de junio de 2021