

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 02-04-2023

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Humanidades: Historia, Geografía y Arte

Coordinador/a: EIROA SAN FRANCISCO, MATILDE

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

No se necesita haber cursado ninguna materia previa

OBJETIVOS

Objetivos:

Introducir al estudiante en las características de la comunicación, la difusión y la divulgación proporcionando los elementos teóricos y prácticos necesarios para conocer las formas de producción en los canales mediáticos y las estrategias comunicativas adaptadas a la transmisión de la herencia cultural.

Competencias:

- 1) Sistémicas: capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica, habilidades de investigación, habilidad para trabajar de forma autónoma, iniciativa y espíritu emprendedor, consecución de objetivos, participar en público con argumentos razonados.
- 2) Interpersonales: capacidad de crítica, capacidad para comunicarse con expertos de otras áreas, capacidad de comunicación en público.
- 3) Instrumentales y cognitivas: capacidad de organización y planificación, conocimientos generales básicos, habilidades de gestión de la información.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Bloque I: Comunicación, periodismo y herencia cultural.

Tema 1. Conceptos y funciones de la comunicación de la herencia cultural

- 1.1. Los conceptos básicos: Información, publicidad, propaganda, comunicación, divulgación.
- 1.2. El periodismo especializado.
- 1.3. El papel de la comunicación en la herencia cultural. La instrumentalización de la comunicación para fines específicos: política, economía, cultura.
- 1.4. Internet y los recursos digitales

Tema 2. Técnicas y procesos de la comunicación de la herencia cultural. (1 ECTS)

- 2.1. Las técnicas informativas de la comunicación de la herencia cultural
- 2.2. Tipologías de la comunicación científica de la herencia cultural.
- 2.3. Los Gabinetes de Prensa y la Comunicación corporativa
- 2.4. La comunicación estratégica de la herencia cultural: planificación y procesos.

Tema 3.- Los medios como registros y soportes de la herencia cultural hispánica. (1 ECTS)

- 3.1. La representación de la herencia cultural: medios tradicionales y medios digitales como fuente y objeto de estudio.

Bloque II: La herencia cultural en los medios audiovisuales

Tema 1. Los medios de comunicación audiovisual como canal de la herencia cultural en el marco hispánico (1 ECTS).

- 1.1. Lo cultural y su herencia en soportes audiovisuales. Reflexión teórico-metodológica.
- 1.2. La lectura visual como medio de re-significación cultural del pasado y presente.

Tema 2. La difusión de la herencia cultural en el mundo hispánico(1 ECTS).

- 2.1. La evolución de la imagen como soporte y herencia.

Tema 3. Historia, memoria, memorias y desmemoria en la cultura hispánica audiovisual (1 ECTS).

3.1. Memoria social, memoria audiovisual, memoria histórica. El marco audiovisual.

3.2. El audiovisual histórico-cultural en la formación de la identidad.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

1. Conferencias magistrales, donde se presentarán los conocimientos que los alumnos deben adquirir. Se entregarán a los alumnos textos básicos de referencia que les permitan comprender y profundizar en los contenidos de la materia impartida.

2. Lecturas específicas, potenciando el análisis crítico de los contenidos.

3. Exposiciones orales, donde se presenten los resultados de los materiales trabajados de las lecturas o de la publicística, con el objetivo de favorecer el aprendizaje y la adquisición de competencias en el dominio de la presentación y difusión pública de los trabajos realizados.

4. Actividad con instituciones culturales, dependiendo de la disponibilidad de las mismas.

La consulta a Aula Global es obligatoria para el seguimiento de las actividades del curso.

El régimen de tutorías es el contemplado en la normativa de la Universidad, con fijación de horarios y difusión en Aula Global.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de la materia sigue el proceso de evaluación continua y la proporción valorativa de las pruebas o trabajos se ajusta al peso de las actividades, permitiendo un margen flexible de valoración al profesorado.

a) Asistencia y participación activa en clase: 25%

b) Elaboración de ensayos sobre lecturas, presentación de trabajos -oral y escritos- y prácticas en clase: 25%

c) Trabajo: los estudiantes tomarán como ejemplo un objeto/símbolo/tradición y analizarán su evolución a lo largo de la historia desde su materialización en un soporte de memoria visual. El objetivo es analizar la transformación de ese elemento a lo largo del tiempo, la estrategia de comunicación que existe en su producción y la información que su análisis puede ofrecer de las sociedades que lo genera. Este trabajo estará tutorizado y el estudiante tendrá que presentar cada quince días los avances de su investigación. Se calificará con las normas explicitadas en las clases: 50%.

La nota final será el resultado de la evaluación continua en la proporción arriba señalada.

En la convocatoria extraordinaria la calificación final se obtendrá en un 100% del resultado de una prueba de conocimientos.

Peso porcentual del Examen Final: 50

Peso porcentual del resto de la evaluación: 50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CANNADINE, D. (ed.), (2007), History and the Media, New York, Palgrave-MacMillan.
- DE LAS HERAS, B. Fotografía e Historia. El testimonio de las imágenes, Creaciones Vincent Gabrielle., 2012
- ECHEVERRÍA, J. Cultura digital y Memoria en Red, Arbor, ciencia, pensamiento y cultura, CLXXXV, 737, pp. 559-567., 2009
- EIROA, M Historia y Memoria en Red. Un nuevo reto para la historiografía, Síntesis, 2018
- GÓMEZ DE LA IGLESIA, (dir). La comunicación en la gestión cultural, Grupo Xabide, 2006
- HUGHES-WARRINGTON, M. (2007), History Goes to the Movies. Studying History on Film., London-New York, Routledge..
- Hallahan, K., D. Holtzhausen, B. van Ruler, D. Vercic, and K. Sriramesh Defining strategic communication, International Journal of Strategic Communication 1, 2007
- IBÁÑEZ, J.C. y ANANIA, F. (eds.) (2010), Memoria histórica e identidad en cine y TV., Sevilla, Comunicación Social.
- LIPOVETSKY, G. Y SERROY, J. (2009), La pantalla global., Barcelona, Anagrama.
- MANITO LORITE, F. (coord.) Planificación estratégica de la cultura en España, Fundación Autor, (2008)
- MASSONI, SANDRA Comunicación estratégica, comunicación para la innovación , Homo Sapiens Ediciones, 2011
- MATEOS RUSILLO, S. M. (coord.). (2008), La comunicación global del patrimonio cultural, Trea, Asturias..

- SANJUÁN, B. (coord.) (2007), Patrimonio cultural y medios de comunicación,, Junta de Andalucía, Sevilla..
- WHITE, H. Ficción histórica, historia ficcional y realidad histórica, Prometeo, 2010
- ZALLO, R. Estructuras de la comunicación y la cultural. Políticas para la era digital, Gedisa, 2011