

Gestión de la comunicación y de las redes sociales para la divulgación del patrimonio artístico y cultural hispano-colombiano

Cod.: 07



DIRECTORES:

Francisco Cabezuelo Lorenzo (UCM) y Ricardo Chica Geliz (UDC).

FECHAS Y HORARIO DEL CURSO:

Del 15 al 26 de abril de 2024.

Mañanas de 9:00 a 14:00 horas, de lunes a viernes.

PERFIL DEL ALUMNADO:

El curso va dirigido a todo tipo de estudiantes universitarios de grado y posgrado interesados en el uso de las redes sociales para aprender a divulgar el patrimonio artístico, histórico y cultural de Colombia y España. Para ello, se espera la participación de:

- Estudiantes tanto con formación en pregrado, grado y/o maestría en Ciencias de la Comunicación Social, Tecnologías de la Información y de la Comunicación, Historia del Arte, Cultura y Patrimonio, Historia, Humanidades, Estudios Culturales y otras áreas afines.
- Autónomos, free-lance y emprendedores que entiendan los nuevos posicionamientos de sus marcas, especialmente si prestan servicios a entidades culturales, museos y agrupaciones de tipo antropológico o artístico.
- Estudiantes de Tercer Ciclo o Doctorado, en concreto, en las áreas afines al curso, que desean dotar a su investigación del estudio de casos prácticos.
- Docentes e investigadores en formación que deseen entender el consumo de la producción cultural en la nueva sociedad digital.
- Periodistas y profesionales de los medios de comunicación, con experiencias en medios tanto tradicionales como digitales.

INTERÉS:

Este curso se plantea con la finalidad de ofrecer una formación específica y actualizada sobre uno de los campos más importantes y de mayor crecimiento en el ámbito cultural actual.

La creciente demanda de formación y de acceso a la cultura por parte de la ciudadanía en las últimas décadas, unido al fuerte desarrollo que el conocimiento está experimentando gracias a la expansión de las redes sociales en los últimos años, ha empujado a los museos e instituciones culturales de todo tipo a ofertar un número ascendente de actividades educativas, dirigidas tanto a la comunidad escolar como a todas las franjas de edad y segmentos de público.

Se trata de un campo que, en los próximos años, irá en aumento progresivamente en el ámbito hispanohablante, a semejanza de lo que ya ha ocurrido en el mundo anglosajón.

En estos primeros años del siglo XXI, Internet y de las nuevas tecnologías han traído consigo una serie de cambios en la sociedad y su forma de consumo de productos culturales, de acceso a la cultura, a los museos, al arte y a las ciudades patrimonio de la humanidad. Este curso analiza cómo estos cambios han ido afectado también al mundo del arte y a sus procesos artísticos.

En lo que llevamos de siglo, se ha podido observar una resignificación en torno a los tres conceptos básicos dentro de los Estudios Visuales, imagen, espacio y tiempo, y cómo han ido apareciendo nuevos términos alrededor del mundo del arte contemporáneo como «digital», «like», «redes sociales», «interacción», «metaverso», «NFTs» o «criptoarte», entre otros. El uso de los ordenadores, las redes sociales e Internet como medios básicos de comunicación se ha impuesto en los últimos años sobre los medios convencionales que habían destacado hasta el momento como la televisión, la radio o cine.

En este contexto, las redes sociales se han convertido en una herramienta imprescindible para dar a conocer nuestro rico patrimonio natural, artístico, cultural y museístico, al igual que nuestra música, cine o monumentos.

En definitiva, un curso a través del cual se busca acercar al alumno al mundo profesional dándole las herramientas para ser responsable de comunicación en las más importantes instituciones culturales y artísticas de España y/o Colombia, a la vez que pretender acercar al tejido cultural y a la nueva realidad que existe en la actualidad desde un punto de vista más realista y objetivo y asentar unas bases teóricas en torno a todo lo que concierne al binomio divulgación del arte y gestión de las redes sociales.

Finalmente, durante todo el curso, se rendirá homenaje con casos prácticos y ejemplos constantes a la vida y obra del pintor y escultor colombiano y universal Fernando Botero, nacido en Medellín (Colombia) en 1932 y fallecido este año 2023 en Mónaco.

OBJETIVO:

- Dotar a los alumnos de los conocimientos teóricos y prácticos para la puesta en marcha de planes de comunicación analógicos y digitales, con especial mención al uso de redes sociales para la divulgación del patrimonio cultural de Colombia y España.

PROGRAMA:

- **Tema 1.- La gestión de la comunicación, la reputación y los intangibles en organizaciones culturales.**
 - Uso de redes sociales en la gestión de comunicación.
 - Profesiograma del *community manager* especialista en reputación e intangibles empresariales.
 - Gestión comercial de redes sociales: estrategia digital y posicionamiento de productos, evaluación y resultados.
 - Gestión corporativa y gestión del liderazgo: estrategia digital corporativa, storytelling digital, gestión de contenidos. Posicionamiento digital del CEO, transferencia reputacional CEO compañía, monitorización y análisis.
 - Instrumentos de social media: agregadores de feeds, de noticias, imágenes, curación de contenidos.

- **Tema 2.- Periodismo y comunicación cultural.**
 - Periodismo cultural tradicional y digital: nuevos retos.
 - Medios digitales y redes sociales para la información cultural.
 - El audiovisual como herramienta difusora del patrimonio artístico y cultural.

- **Tema 3.- Casos prácticos de Colombia y España.**
 - El patrimonio cultural de España y Colombia.
 - Museos de Cartagena de Indias y de Madrid.
 - La gestión del patrimonio cultural.
 - Las ciudades patrimonio de la Unesco.
 - Homenaje a Fernando Botero: Un colombiano universal.
 - La influencia de Fernando Botero en España y resto de Europa.

- **Tema 4.- Comunicación, cultura, fotografía y escritura ante el reto digital.**
 - Uso de redes sociales en la divulgación de la cultura tradicional, la música y la antropología de Colombia.

- **Tema 5.- El plan de comunicación desde la perspectiva práctica.**
 - Desarrollo de un plan de comunicación y un taller previo e investigación.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

- El último día de clase de cada semana el alumnado presentará sus proyectos de planes de comunicación de redes sociales para la entidad, museo u organización que hayan escogido libremente con el fin de incorporar esta tarea a su portfolio.

- De este modo se proponen dos talleres expositivos al final de cada semana.

PROFESORADO:



Prof. Dr. Francisco Cabezuelo Lorenzo, UCM.

- ✚ Docente e investigador en el Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la Facultad de Ciencias de la Información y coordinador del área de Ciencias Sociales y Jurídicas de los Cursos de Verano de la UCM. Es PDI Funcionario.
- ✚ Forma parte de los grupos de investigación Historia y estructura de la comunicación y del entretenimiento y del grupo Mediación dialéctica de la comunicación social (MDCS).
- ✚ Es Licenciado en Periodismo (UCM), Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (UCJC) y Graduado en Historia del Arte (UCM). Es Doctor Europeo en Tecnologías, Estructuras y Tratamientos de la Información (UCM) y Doctor en Humanidades por la Universitat Abat Oliba CEU de Barcelona. Cuenta con dos sexenios de investigación y un Certificate in Public Relations Management de McGill University y Certificate in Communication por Concordia University, Montréal, Québec (Canadá).
- ✚ Cuenta con más de 82 artículos académicos publicados, 153 capítulos de libro, 20 reseñas, 8 libros como co/autor y 8 libros coordinados. Ha dirigido un total de 10 tesis doctorales.

Enlaces: <https://orcid.org/0000-0002-9380-3552>

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2014800>

<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56042198700>

<https://scholar.google.com/citations?user=Udr8QWAAAAAJ&hl=es&authuser=1&oi=ao>



Prof. Dr. Ricardo Chica Geriz, UDC.

- ✚ Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación de la Universidad de Cartagena (Colombia).
- ✚ Experto en periodismo y comunicación cultural. Entre sus publicaciones más destacadas en esta área sobresalen las siguientes:
 - ❖ Periodismo cultural: una mirada a la relación periodismo-cultura en Iberoamérica, de Jaïr Esquiaqui, Ricardo Chica Geliz y Milton Cabrera Fernández. Ambitos: Revista internacional de comunicación (Sevilla, España), ISSN-e 1988-5733, ISSN 1139-1979, N°. 58, 2022, págs. 8-9
 - ❖ Cultura cinematográfica en Cartagena 1958 – 1971: Palacios populares, cineclubes y subjetividades fílmicas, de Ricardo Chica Geliz. Historia Caribe, ISSN 0122-8803, Vol. 17, N°. 40, 2022 (Ejemplar dedicado a: Enero-Junio).

- ❖ Cartagena de Indias y los cineclubes en los años sesenta, de Ricardo Chica Geliz, Palobra: Palabra que obra, ISSN 1657-0111, ISSN-e 2346-2884, Vol. 21, N°. 2, 2021, págs. 222-246.
- ❖ Uso institucional–educativo del cine en Cartagena 1936 – 1957, de Ricardo Chica Geliz. Historia y espacio, ISSN-e 0120-4661, Vol. 12, N°. 46, 2016 (Ejemplar dedicado a: Dossier: Historia del cine colombiano y latinoamericano), págs. 121-156.
- ❖ Cineclubes en la Universidad de Cartagena: una relación histórica y sociocultural, de Ricardo Chica Geliz. Historia Caribe, ISSN 0122-8803, N°. 24, 2014, págs. 199-232.
- ❖ El espacio urbano del cine en Cartagena 1936-1957, de Ricardo Chica Geliz. Historia y Memoria, ISSN-e 2027-5137, N°. 9, 2014 (Ejemplar dedicado a: LA MEMORIA), págs. 247-272.
- ❖ La cultura picotera y el Festival Internacional de Música del Caribe, Cartagena 1982-1996, de Ricardo Chica Geliz, Nova et Vétera, ISSN-e 0123-2614, Vol. 22, N°. 66, 2013, págs. 23-36.
- ❖ Dinámicas urbanas, música mundo e identidad juvenil en los sectores populares de Cartagena (1975-1985), de Ricardo Chica Geliz. Palobra: Palabra que obra, ISSN 1657-0111, ISSN-e 2346-2884, N°. 12, 2012, págs. 32-55.
- ❖ Cinema reporter y la reconfiguración de la cultura popular de Cartagena de Indias 1936-1957: tensiones entre significados de la modernidad cultural y su relación con la formación de ciudadanía a través del cine mexicano en su época de oro, de Ricardo Chica Geliz y Olga Yanet Acuña Rodríguez. Historia y Memoria, ISSN-e 2027-5137, N°. 3, 2011, págs. 169-199.
- ❖ El cocinar en los sectores populares de Cartagena: Memoria, táctica y lugar en la vida cotidiana de la fritanguera, de Ricardo Chica Geliz. Investigación y desarrollo: revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano, ISSN 0121-3261, ISSN-e 2011-7574, Vol. 14, N° 2, 2006, págs. 390-407.
- ❖ Apuntes, Apuestas y Sospechas en la Matriz Histórico Cultural de la Recepción: El Público que Aprende Telecaribe, de Ricardo Chica Geliz. Palobra: Palabra que obra, ISSN 1657-0111, ISSN-e 2346-2884, N°. 7, 2006, págs. 119-129.
- ❖ Ciudad Solle: pistas histórico-culturales para representar la memoria y la identidad en las prácticas del consumo mediático de la música-mundo en Cartagena (Colombia), de Ricardo Chica Geliz. Investigación y desarrollo: revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano, ISSN 0121-3261, ISSN-e 2011-7574, Vol. 13, N° 2, 2005, págs. 318-341.

Enlaces: <https://unicartagena.academia.edu/RicardoChica> <https://orcid.org/0000-0001-8937-5885> <https://scholar.google.com/citations?user=ulfbz60AAAAJ>
<https://id.loc.gov/authorities/names/n2006085644.html>



Prof^a. Dra. Natalia Abuín Vences, UCM.

- ✚ Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente es Profesora Titular e imparte Cultura de las Organizaciones en el Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada de la UCM.
- ✚ En 2015 fue miembro del Comité de Innovación de Ofertas Formativas Digitales ANECA-SETSI. Su experiencia docente comenzó como profesora Contratada en el Centro de Estudios Superiores Felipe II adscrito a la Universidad Complutense de Madrid en 2008, impartiendo las asignaturas de Comunicación Interpersonal y Psicología Aplicada a la Comunicación. En 2009 comenzó a trabajar como profesora en la UCM, impartiendo docencia de Historia de la Publicidad, Teoría de la Publicidad y Cultura de las Organizaciones.
- ✚ Ha participado en diversos programas y proyectos de investigación de índole nacional (Plan Nacional I+D+i), autonómico (Comunidad de Madrid) e internacional (a través de la European Communication Research and Education Association). Entre esos proyectos destacan “Cartografía de los discursos del odio en España desde la comunicación: ámbito deportivo, taurino y político” (2020-2023), “Competencias y Formación en Comunicación para el Empleo en la Economía Digital” (2014-2016), “Creación de un Observatorio de Innovación Docente para el Impulso de los estudios en Comunicación en la Sociedad del Conocimiento” (2011-2013); “Nuevo posicionamiento en el ámbito académico en la Comunidad de Madrid”. También ha sido Investigadora principal en el Contrato Seguimiento y análisis de la campaña eSkills Week Spain, firmado con Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los Contenidos Digitales. Además, ha participado como investigadora en otros contratos firmados con el Ministerio de Justicia, la empresa Interacting y la entidad Evolucionaria.
- ✚ En su actividad de divulgación científica es autora y coautora de numerosos libros y capítulos de libro, entre los que cabe destacar Comunicación digital. Estrategias integradas de marketing (Ed. Síntesis) y La eficacia publicitaria en prensa digital (Ed. Fragua), y ha publicado artículos en revistas nacionales e internacionales de reconocido prestigio.

Enlaces: <https://orcid.org/0000-0002-4153-9390>

<https://scholar.google.com/citations?user=qBhjgBEAAAAJ&hl=es>

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2146422>



Prof. Dr. Milton Cabrera Fernández, UDC.

- ✚ Es un experto Digital Communications Strategist Consultant y profesor en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación de la Universidad Cartagena, Colombia. Entre sus obras más destacadas en el ámbito cultural destacan:
 - ❖ Periodismo cultural: una mirada a la relación periodismo-cultura en Iberoamérica, de Jaïr Esquiaqui, Ricardo Chica Geliz y Milton Cabrera Fernández. Ambitos: Revista internacional de comunicación, ISSN-e 1988-5733, ISSN 1139-1979, N°. 58, 2022, págs. 8-9.
 - ❖ La preservación de centros históricos: Análisis situacional de Cartagena de Indias, de Milton Cabrera Fernández, Alicia Beatriz Castellar Herrera. Amauta, ISSN-e 1794-5658, Vol. 15, N°. 30, 2017 (Ejemplar dedicado a: AMAUTA), págs. 79-95.

Enlaces

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=4346967>