



master
universitario
en periodismo
multimedia
profesional

GUIA DOCENTE

Asignatura: Información y crítica de las ciencias sociales y de la Cultura

Código: 604035

Horario: Miércoles y Jueves de 19.00 a 21.00. Segundo semestre

Aula: C-207 (Edificio nuevo)

Módulo: Periodismo Profesional

Carácter: Optativa

Créditos ECTS: 6

Duración: Semestral, Semestre: 2º

Idioma: español

Profesor/a

Rafael Llano

Departamento de Periodismo II

E-mai: rafael.llano@ccinf.ucm.es despacho: 2 planta edificio nuevo

Tutorías: Se publicarán en el campus y en el Dpto. de Periodismo II

Breve descriptor: Se trata de la asignatura que introduce a los alumnos del master en los contenidos especializados periodísticos de las ciencias sociales y de la cultura.

Se desarrollarán métodos de divulgación periodística de la investigación en ciencias sociales, del comportamiento humano y de la Cultura, en soportes multimedia.

Requisitos: Los de acceso al Master

Resultados del aprendizaje: Capacidad divulgativa sobre ciencias sociales y cultura, tanto para ejercer en diferentes medios de comunicación, como en gabinetes de comunicación de instituciones o empresas relacionadas con estos temas.



master
universitario
en periodismo
multimedia
profesional

COMPETENCIAS

GENERALES: LAS DEL MASTER

TRANSVERSALES:

Aproximación al universo de los contenidos sociales y culturales y su necesidad de transmisión a la sociedad, y de valoración por parte de ésta, a través de los soportes tradicionales y on line.

ESPECÍFICAS:

Capacidad de entender, seleccionar y elaborar mensajes periodísticos de los contenidos complejos sobre ciencias sociales y cultura, adaptándolos a los distintos canales y soportes.

Programa

Tema 1. Hechos investigados por las ciencias sociales y de la Cultura a) Particularidades del conocimiento científico de los comportamientos humanos, frente a los hechos de la naturaleza. b) Fuentes on line internacionales y nacionales, sobre el saber experto en estas áreas. c) Áreas informativas especializadas a las que corresponden los hechos noticiosos descubiertos por las ciencias sociales y de la Cultura.

Tema 2. Conocimiento práctico y conocimiento literario de los comportamientos humanos a) Comunicación retórico-persuasiva. Componentes emocionales del mensaje destinado a modificar la opinión y los comportamientos prácticos de la audiencia b) Comunicación narrativa. La verosimilitud de las acciones y pasiones contadas por los relatos literarios

Tema 3. Análisis del hecho noticioso, en la perspectiva de su difusión multimedia. a) Cambios noticiosos según su materia, duración, periodicidad y actualidad. b) Especies de interés en la audiencia demandante de información y opinión: cognoscitivo, valorativo-emocional, práctico, entretenimiento, lucrativo, personal-relacional. La temporalidad de las consultas, condición de la actualidad y disponibilidad de las noticias on line. c) Hechos noticiosos según sus fuentes consultables / contrastables on line: -Fuentes profesionales, institucionales, periodísticas, fuentes ocasionales. -Análisis de las motivaciones comunicativas de la fuente: intereses profesionales, de "marca" institucional, de notoriedad personal; el "interés general". -Fuentes "adicionables" al hecho noticioso: documentales (hipertextos); personales (bloggers). d) Hechos noticiosos, según su "multimedialidad" -Imagen o palabra -Imagen en movimiento / imagen fija. Contexto: encuadre. -Palabra "en el aire" / palabra escrita. Contexto: sonidos. -Palabra escrita: titular, minirrelato (objetivo o subjetivo); miniargumento, según fines persuasivos (racional-demostrativo, de aprobación o rechazo, "bloggeable"). e) Hechos noticiosos, según su mercabilidad: quién lo puede comprar, cuánto vale. Honorarios profesionales, publicidad, solidaridad.

Tema 4. Sociología a) Breve historia de la ciencia de las sociedades de masas b) Fuentes expertas de la



master
universitario
en periodismo
multimedia
profesional

Administración. Análisis on line e investigación de resultados noticiosos. c) Fuentes expertas privadas. Análisis on line e investigación de resultados.

Tema 5. Ciencias de la cultura a) Ciencias históricas: Historia política, Arqueología, Antropología b) Bellas Artes: creación artística, Historia del Arte c) Literatura, lenguaje, pensamiento. Análisis on line e investigación de resultados noticiosos -Fuentes expertas de la Administración - Fuentes expertas de la industria y el comercio - Fuentes expertas asociativas d) Teatro, cine e) Crítica de la cultura.

Tema 6. Política y Economía a) Fuentes expertas de la Administración. Análisis on line e investigación de resultados noticiosos. b) Fuentes expertas privadas. Análisis on line e investigación de resultados noticiosos.

ACTIVIDADES DOCENTES

Actividad	Porcentaje
Clases teóricas	60%
Seminarios	5%
Trabajo personal (estudio y lectura de textos obligatorios y complementarios)	5%
Elaboración de PRACTICAS	20%
Tutorías virtuales y presenciales	5%
Aprendizaje interactivo (Actividades campus virtual)	2,5%
Asistencia a actividades académicas y culturales relacionadas	2,5%

Evaluación: sistema de evaluación continua basada en los siguientes porcentajes según las actividades:

Concepto	Porcentaje
Trabajos obligatorios de la asignatura	30%
Exposiciones orales	5%
Seminarios/prácticas	15%



master
universitario
en periodismo
multimedia
profesional

Examen final	50%	
Asistencia a actividades extralectivas		
Calificación: 0-10		
BIBLIOGRAFÍA		
Se manejará bibliografía específica por temas, de libros, artículos y trabajos de investigación.		
Obligatoria		
R. Llano, La especialización periodística, cap. X: Información Cultural. Madrid, Técno, 2007		
R. Llano, Revistas culturales y de Consumo. Madrid: Fragua, 2012.		
Complementaria:		
Otra información de interés		
Líneas de investigación TFM:		
-Información cultural, en redacciones y agencias, para todas las especializaciones: literatura, cine, teatro, bellas artes, patrimonio histórico, gastronomía, turismo cultural, etc. Integración de fuentes y soportes on y off line.		
-Crítica de las mismas manifestaciones de la actualidad cultural, para publicaciones y medios especializados.		
-Comunicación de instituciones culturales: museos, centros dramáticos o musicales, compañías de cine, etc. Integración de soportes on y off line.		



master
universitario
en periodismo
multimedia
profesional

-Interpretación histórica y filosófica de la cultura, y su interacción con la opinión pública.