



# Permanente

# Periodismo Cultural

» Modalidad: online

» Duración: 7 meses

» Titulación: TECH Universidad

» Acreditación: 60 ECTS

» Horario: a tu ritmo

» Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-periodismo-cultural

# Índice

 $\begin{array}{c}
01 \\
\underline{\text{Presentación del programa}} \\
\hline
03 \\
\underline{\text{Plan de estudios}}
\end{array}$   $\begin{array}{c}
04 \\
\underline{\text{Objetivos docentes}} \\
\hline
06 \\
\end{array}$   $\begin{array}{c}
05 \\
\underline{\text{Salidas profesionales}} \\
\underline{\text{pág. 30}}
\end{array}$ 

Titulación

pág. 50

pág. 44

Cuadro docente

pág. 34

Metodología de estudio





# tech 06 | Presentación del programa

El Periodismo Cultural se ha consolidado como un pilar esencial en la difusión, el análisis y la preservación de la diversidad cultural en el mundo contemporáneo. Esta disciplina explora y comunica las múltiples expresiones artísticas, literarias, musicales y patrimoniales que configuran la identidad de las sociedades, permitiendo un entendimiento profundo de sus raíces y transformaciones. Asimismo, su evolución en el entorno digital ha ampliado el alcance de sus mensajes, conectando de forma más directa con audiencias globales.

En este contexto, TECH ha desarrollado un Máster de Formación Permanente en Periodismo Cultural que cumple con los estándares actuales de este ámbito, dirigido a profesionales que aspiren a desarrollar y actualizar habilidades creativas mediante un plan de estudios 100% online. Avalado por expertos en el área y basado en un itinerario académico completo y único, este posgrado potencia la productividad académica y profesional mediante un enfoque práctico y actualizado.

Siguiendo esta línea, el temario ofrece una amplia gama de herramientas y conocimientos en periodismo integrado, abarcando áreas como radio, televisión y redacción. Con un sistema 100% online, el programa universitario permite a los egresados estudiar desde la comodidad de su hogar, accediendo a los contenidos las 24 horas del día, los 7 días de la semana. También, se complementa con el método *Relearning*, que facilita la asimilación y retención del conocimiento, impulsando un aprendizaje continuo y eficiente. A su vez, los periodistas se beneficiarán de una serie de *Masterclasses* impartidas por un Director Invitado Internacional de prestigio.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de la **Society of Professional Journalists (SPJ)**, el alumno podrá acceder a contenidos especializados sobre ética informativa, libertad de prensa y buenas prácticas profesionales. Además, tendrá la oportunidad de participar en eventos y actividades organizadas con la SPJ, ampliando su red de contactos y fortaleciendo su desarrollo profesional en un entorno periodístico internacional y en constante evolución.

Este **Máster de Formación Permanente en Periodismo Cultural** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Periodismo
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en el Periodismo Cultural
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Este programa, respaldado por expertos, permite impulsar el perfil profesional y adquirir competencias creativas y modernas en un entorno flexible y dinámico"

# Presentación del programa | 07 tech



Desarrollarás las competencias necesarias para diseñar o producir campañas y productos innovadores vinculados a la cultura moderna y tradicional"

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Periodismo Cultural, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextualizado, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Adquirirás habilidades clave para identificar y dominar los lenguajes artísticos y códigos culturales.

Los conocimientos periodísticos serán fortalecidos mediante el sistema Relearning y la plataforma 100% online. ¡Lograrás acceder desde cualquier dispositivo con conexión a Internet!







# tech 10 | ¿Por qué estudiar en TECH?

#### La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

#### El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

#### La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.









nº1 Mundial Mayor universidad online del mundo

# Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

#### Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

#### La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

#### Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.

Garantía de máxima,

empleabilidad



### La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, refleiando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.





# tech 14 | Plan de estudios

### Módulo 1. El mercado de la cultura

- 1.1. El Mercado del Arte
- 1.2. El patrimonio cultural y las artes escénicas
- 1.3. El concepto de industria cultural
- 1.4. Nuevas y viejas formas de comunicación
- 1.5. La cultura en el mundo digital
- 1.6. El sector audiovisual y de la prensa
- 1.7. El sector del periodismo cultural

# Módulo 2. Investigación, gestión y Marketing cultural

- 2.1. Introducción al Marketing
  - 2.1.1. Las 4 P
    - 2.1.1.1. Aspectos básicos del Marketing
    - 2.1.1.2. El Marketing mix
    - 2.1.1.3. La necesidad (o no) del Marketing en el mercado cultural
  - 2.1.2. El Marketing y el consumismo
    - 2.1.2.1. El consumo de la cultura en España
    - 2.1.2.2. La calidad como factor transversal en los productos informativos
- 2.2. Marketing y valor: el arte por el arte, el arte dentro de programas ideológicos y el arte como producto de mercado
  - 2.2.1. El arte por el arte
    - 2.2.1.1. El arte de las masas. La homogeneidad del arte y su valor
    - 2.2.1.2. ¿Se crea el arte para los medios o los medios transmiten el arte?
  - 2.2.2. El arte dentro de programas ideológicos
    - 2.2.2.1. Arte, política y activismo
    - 2.2.2.2. Simbolismo básico dentro del arte
  - 2.2.3. El arte como producto del mercado
    - 2.2.3.1. El arte en la publicidad
    - 2.2.3.2. Gestión cultural para un desarrollo exitoso de la obra
- 2.3. El Marketing de las principales industrias culturales
  - 2.3.1. Tendencias actuales de las principales industrias culturales
    - 2.3.1.1. Las necesidades de los consumidores/as representadas en las empresas
    - 2.3.1.2. Productos culturales de éxito en los medios de comunicación

- 2.4. La investigación como herramienta central del Marketing
  - 2.4.1. La recopilación de datos del mercado y de los consumidores/as
  - 2.4.2. La diferenciación en relación con la competencia
  - 2.4.3. Otras estrategias de investigación
- 2.5. El futuro del Marketing cultural
  - 2.5.1. El futuro del Marketing cultural
    - 2.5.1.1. Las tendencias del Marketing cultural
    - 2.5.1.2. Los productos culturales con mayor potencia en el mercado

### Módulo 3. Análisis de la cultura

- 3.1. Aproximación teórica y metodológica a la cultura
  - 3.1.1. Más allá de las costumbres
    - 3.1.1.1. Arte y transformación social
    - 3.1.1.2. Arte y feminismo
  - 3.1.2. Los símbolos en la cultura
    - 3.1.2.1. Simbología griega y romana
    - 3.1.2.2. Simbología religiosa
    - 3.1.2.3. Simbología contemporánea
- 3.2. Cultura, comunicación y sentido
  - 3.2.1. Lenguaje, pensamiento y realidad
    - 3.2.1.1. El concepto de cultura y los cambios culturales
    - 3.2.1.2. La aproximación cultural a través del arte
  - 3.2.2. Cultura, experiencia y representación
    - 3.2.2.1. Arte experiencial
- 3.3. Cultura e imaginarios
  - 3.3.1. Cultura de masas y culturas visuales
    - 3.3.1.1. Estereotipos en los medios de masas
    - 3.3.1.2. Integración cultural en los medios de comunicación
  - 3.3.2. La cultura y la imagen: imaginación, representación e imaginarios
    - 3.3.2.1. Arte Oueer, invisibilización histórica
    - 3.3.2.2. El arte urbano como herramienta de empoderamiento

### Módulo 4. Comunicación intercultural y alternativa

- 4.1. Concepto de cultura, grupo e identidad. Racismo, xenofobia y etnocentrismo
  - 4.1.1. Concepto de cultura, grupo e identidad
    - 4.1.1.1. Cultura de masas y homogeneización cultural
    - 4.1.1.2. Regionalismos y diferenciación cultural
  - 4.1.2. Racismo, xenofobia y etnocentrismo
    - 4.1.2.1. Las distinciones sociales y culturales
    - 4.1.2.2. ¿Cómo informar acerca de los rechazos a grupos sociales?
- 4.2. Comunicación intercultural interpersonal
  - 4.2.1. De personas a personas
    - 4.2.1.1. La comunicación intercultural en un mundo global
    - 4.2.1.2. Medios de comunicación y construcción de identidades
    - 4.2.1.3. La Comunicación como Eje de Transmisión de Valores Interculturales
- 4.3. Gestión de la comunicación intercultural en las organizaciones
  - 4.3.1. Gestión de la comunicación intercultural en las organizaciones
    - 4.3.1.1. La competencia intercultural en las organizaciones
    - 4.3.1.2. Comunicación y sostenibilidad
- 4.4. Prácticas mediáticas tradicionales y representación de las culturas
  - 4.4.1. La diversidad en la publicidad
    - 4.4.1.1. Diversidades culturales y sexismo en la publicidad
    - 4.4.1.2. La diversidad como clave del éxito
  - 4.4.2. Guía de buenas prácticas interculturales en el periodismo
    - 4.4.2.1. Inclusión de las minorías en los medios
    - 4.4.2.2. La imparcialidad religiosa en grandes conflictos
    - 4.4.2.3. Cuando las minorías se convierten en la mayoría
- 4.5. Nuevos medios, nuevas apropiaciones de grupos ¿minoritarios?
  - 4.5.1. Ciberactivismo en África
    - 4.5.1.1. La primavera árabe desde la red social X
    - 4.5.1.2. La reconexión de las mujeres
    - 4.5.1.3. El ciberactivismo Queer

### Módulo 5. Periodismo Cultural en medios impresos: géneros interpretativos

- 5.1. Géneros interpretativos
  - 5.1.1. Textos interpretativos de contenido cultural
    - 5.1.1.1. La subjetividad en el periodismo y en la cultura
    - 5.1.1.2. Técnicas de interpretación en el periodismo
    - 5.1.1.3. Grandes intérpretes culturales
  - 5.1.2. Entrevista, reportaje, crónica, crítica y ensayo
    - 5.1.2.1. Entrevista
    - 5.1.2.2. Reportaje y crónica
    - 5.1.2.3. Crítica y ensayo
- 5.2. Géneros de opinión
  - 5.2.1. Textos de opinión: editorial, columna y artículo
    - 5 2 1 1 Editorial
    - 5.2.1.2. Columna
    - 5.2.1.3. Artículo
- 5.3. La crítica como género nuclear de la especialización periodística cultural
  - 5.3.1. La crítica como género nuclear de la especialización periodística
    - 5.3.1.1. Crítica y escritura
    - 5.3.1.2. La crítica transmedia
- 5.4. El perfil del periodista cultural
  - 5.4.1. El día a día en el periodismo
    - 5.4.1.1. Aproximación teórica al Periodismo Cultural
    - 5.4.1.2. Documentación informativa
    - 5.4.1.3. La proactividad como exigencia profesional
  - 5.4.2. La agenda en el Periodismo Cultural
    - 5.4.2.1. La espiral del silencio
    - 5.4.2.2. La agenda Setting
- 5.5. La especialización periodística
  - 5.5.1. Especialización en función de las audiencias
    - 5.5.1.1. El periodismo especializado
    - 5.5.1.2. Las audiencias exigentes
    - 5.5.1.3. El Periodismo Cultural como especialización

# tech 16 | Plan de estudios

### Módulo 6. Información cultural en prensa

- 6.1. Información cultural en la prensa diaria
  - 6.1.1. La agenda cultural. Valoración del hecho informativo
    - 6.1.1.1. Valoración del hecho informativo
    - 6.1.1.2. La información cultural en la prensa
    - 6.1.1.3. Agendas culturales: ejemplos
- 6.2. Géneros informativos en el Periodismo Cultural
  - 6.2.1. Géneros informativos en el Periodismo Cultural
    - 6.2.1.1. La noticia, el reportaje, la entrevista objetiva y la documentación
- 6.3. El titular informativo
  - 6.3.1. Elementos de titulación. La redacción del titular. Normas básicas de redacción
    - 6.3.1.1. Elementos de titulación
    - 6.3.1.2. La redacción del titular
    - 6.3.1.3. Normas básicas de redacción
- 6.4. La importancia del párrafo de entrada
  - 6.4.1. El origen y funcionalidad del primer párrafo. Normas básicas de redacción del primer párrafo de la noticia
    - 6.4.1.1. El origen y funcionalidad del primer párrafo
    - 6.4.1.2. Normas básicas de redacción del primer párrafo de la noticia
- 6.5. La capacidad de comunicar
  - 6.5.1. Libros de estilo. El estilo periodístico. Estructuración del contenido
    - 6.5.1.1. Libros de estilo
    - 6.5.1.2. El estilo periodístico
    - 6.5.1.3. Estructuración del contenido
- 6.6. Taller de redacción
  - 6.6.1. Taller de redacción periodística cultural
    - 6.6.1.1. Análisis de entrevistas
    - 6.6.1.2. Análisis de reportajes y crónicas
    - 6.6.1.3. Análisis de reseñas, reseñas críticas, artículos de opinión y columnas de opinión

### Módulo 7. Información cultural en radio

- 7.1. Objetivos de la información en la radio
  - 7.1.1. Características frente a otros medios
    - 7.1.1.1. El origen de la radio
    - 7.1.1.2. Características frente a otros medios
    - 7.1.1.3. El papel de la radio en la actualidad
  - 7.1.2. El lenguaje radiofónico
    - 7.1.2.1. Lo que el lenguaje le permite a la radio
    - 7.1.2.2. El acento en la radio
    - 7.1.2.3. La retransmisión de acontecimientos
- 7.2. Introducción a los programas culturales radiofónicos
  - 7.2.1. Sinopsis y titulares o sumarios
    - 7.2.1.1. Los espacios informativos
    - 7.2.1.2. La participación del oyente en los espacios informativos
    - 7.2.1.3. Las nuevas tecnologías en la radio
- 7.3. El reportaje y la entrevista
  - 7.3.1. El reportaje y la entrevista
    - 7.3.1.1. El reportaje
    - 7.3.1.2. La entrevista
- 7.4. Elementos de continuidad
  - 7.4.1. La fluidez en la radio
    - 7.4.1.1. Locución y moderación vocal
    - 7.4.1.2. La repetición
- 7.5. El guion radiofónico
  - 7.5.1. Herramientas para los periodistas culturales en la radio
    - 7.5.1.1. El guion radiofónico
    - 7.5.1.2. Documentación en la radio
    - 7.5.1.3. Los manuales de estilo



# Plan de estudios | 17 tech

# Módulo 8. Visualización de datos en el Periodismo Cultural

- 8.1. Disposición visual de la información
  - 8.1.1. Los fundamentos de los modelos de visualización de la información
    - 8.1.1.1. La imagen en la prensa
    - 8.1.1.2. La visualización de la información
- 8.2. Evolución de la infografía periodística
  - 8.2.1. Infografías en la prensa, periodismo de precisión y visualización analítica
    - 8.2.1.1. Infografía en la prensa
    - 8.2.1.2. Periodismo de precisión
    - 8.2.1.3. Visualización analítica
- 3.3. Clasificación de las infografías
  - 8.3.1. Hacia un nuevo modelo periodístico
    - 8.3.1.1. La digitalización de los datos
    - 8.3.1.2. La interacción de los datos en los medios. De la publicidad a la información
  - 8.3.2. Visualización analítica y sociedad de la información
    - 8.3.2.1. Eliminación de lo superfluo
    - 8.3.2.2. Tablas, diagramas, gráficos, mapas, cajas de datos, infogramas, inforrelatos
- 8.4. El papel del profesional del periodismo y de la infografía
  - 8.4.1. Construir una sección de infografía en los diferentes medios
    - 8.4.1.1. Herramientas de creación de infografías
    - 8.4.1.2. Adaptación de la información a los medios
    - 8.4.1.3. La agencia de infografías
- 8.5. Digitalización e interactividad
  - 8.5.1. La visualización interactiva en un mundo multimedia y multiplataforma
    - 8.5.1.1. La visualización interactiva
    - 8.5.1.2. Principios esenciales del diseño de interacción
    - 8.5.1.3. Multimedialidad

# tech 18 | Plan de estudios

- 8.6. Elementos de las infografías en el periodismo
  - 8.6.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día. La elección del software. Los textos: titulares y cuerpo de la información. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma
    - 8.6.1.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día
    - 8.6.1.2. Los textos: titulares y cuerpo de la información
    - 8 6 1 3 Las ilustraciones Las fuentes La firma
  - 8.6.2. La importancia de la elección tipográfica. Los colores y el tamaño también son información
    - 8.6.2.1. La importancia de la elección tipográfica
    - 8.6.2.2. Los colores y el tamaño

#### Módulo 9. Escritura creativa

- 9.1. Literatura y periodismo
  - 9.1.1. Nuevo periodismo: vigencia y caducidad de las narrativas periodísticas
    - 9.1.1.1. Info-ficción
    - 9.1.1.2. Construcción literaria de la realidad
    - 9.1.1.3. El acontecimiento escénico
  - 9.1.2. Análisis de reportajes clásicos y recientes del nuevo periodismo
    - 9.1.2.1. Obra y trayectoria de los periodistas y escritores más destacados de este ámbito
    - 9.1.2.2. Medios de comunicación (revistas, suplementos, programas audiovisuales)
- 9.2. La diversificación de la realidad
  - 9.2.1. La imaginación frente a la tematización de la cultura
    - 9.2.1.1. El posicionamiento entre la evidencia
    - 9.2.1.2. El recuento de las historias publicadas
    - 9.2.1.3. La crónica y el reportaje literario
  - 9.2.2. Reescritura de las piezas periodísticas originales
    - 9.2.2.1. Crónicas
    - 9.2.2.2. Entrevistas
    - 9.2.2.3. Reportajes
- 9.3. La reconstrucción literaria de la realidad
  - 9.3.1. El artículo periodístico-literario de un evento cultural presenciado

- 9.3.1.1. Artes escénicas, plásticas, Literatura, cine, ocio infantil, museos, arquitectura, gastronomía, ferias, etc.
- 9.3.1.2. Programación cultural medios de comunicación
- 9.3.1.3. Internet y redes sociales
- 9.3.2. Diseño y elaboración de un artículo periodístico-literario
  - 9.3.2.1. Claves de redacción

#### Módulo 10. Cultura audiovisual

- 10.1. Imagen audiovisual y cultural
  - 10.1.1. Aprender a mirar
    - 10.1.1.1. El estudio de la relación "imagen-cultura" a través del símbolo
    - 10.1.1.2. La lectura de la imagen audiovisual
    - 10.1.1.3. El método de Análisis Textual
  - 10.1.2. Los símbolos en la cultura visual
    - 10.1.2.1. La imagen audiovisual como forma simbólica
    - 10.1.2.2. Los símbolos más usados en el mundo audiovisual
- 10.2. Las formas en el lenguaje audiovisual
  - 10.2.1. La ley del deseo: el cine como una fábrica de sueños
    - 10.2.1.1. Las tres tareas creativas del lenguaje audiovisual: puesta en escena, puesta en cuadro y puesta en serie
    - 10.2.1.2. El espectador. El proceso de identificación narrativo
    - 10.2.1.3. Las raíces míticas del relato audiovisual
- 10.3. Los discursos en el lenguaje audiovisual
  - 10.3.1. El discurso audiovisual
    - 10.3.1.1 Fl discurso audiovisual
    - 10.3.1.2. Clasicismo y ruptura de la posmodernidad
- 10.4. El cine y el imaginario visual
  - 10.4.1. La dimensión narrativa del imaginario
    - 10.4.1.1. La dimensión narrativa del imaginario
    - 10.4.1.2. La construcción de la identidad
- 10.5. Imágenes de la alteridad
  - 10.5.1. Construcción y reconstrucción de arquetipos
    - 10.5.1.1. La representación del Otro
    - 10.5.1.2. Imágenes de la alteridad

### Módulo 11. La cultura en la televisión

#### 11.1. Fundamentos teóricos

11.1.1. Conceptos básicos y diferencias con la radio y otros medios

11.1.1.1. Conceptos básicos de realización televisiva

11.1.1.2. Diferencia con el cine, la radio y otros medios

#### 11.2. El proceso de la creación televisiva

11.2.1. La producción en el estudio

11.2.1.1. Particularidades de la grabación en estudio

11.2.1.2. Funciones del profesional de realización

11.2.1.3. Resto del personal y material técnico

#### 11.2.2. Técnica multicámara

11.2.2.1. Diferencias respecto a la realización con una sola cámara

11.2.2.2. Triángulo de cámara

11.2.2.3. El directo televisivo

11.2.2.4. La escaleta

11.2.2.5. Magazines, el debate, la entrevista, la puesta en escena

#### 11.3. El documental y el reportaje cultural

11.3.1. Introducción al documental

11.3.1.1. Documental y el periodismo

11.3.1.2. Interacción con la realidad

11.3.1.3. Documental de creación

#### 11.3.2. Reportaje

11.3.2.1. El Periodismo Cultural audiovisual

11.3.2.2. Reportaje, noticia y editorial

11.3.2.3. Características del reportaje

11.3.3. El proyecto documental-reportaje

11.3.3.1. Introducción

11.3.3.2. Argumento

11.3.3.3. Contexto

11.3.3.4. Sinopsis y estructura

11.3.3.5. Forma y estilo

11336 Público

### Módulo 12. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

#### 12.1. La cultura y la cibercultura

12.1.1. Cibercultura y comunicación digital

12.1.1.1. Conceptos básicos

12.1.1.2. Nuevo modelo cultural

12.1.1.3. Cultura naciente y producto cultural

12.1.2. Nuevas formas de la comunicación social

12.1.2.1. Cibercultura popular

12.1.2.2. Transculturación y cibertransculturación

12.1.3. La proactividad en la sociedad actual

12.1.3.1. Civilización digital

12.1.3.2. Inteligencia colectiva

#### 12.2. El ciberperiodismo

12.2.1. Creación de contenido digital

12.2.1.1. Periodismo en la web

12.2.1.2. Escribir contenidos culturales en y para la web

12.2.2. Comunicación 2.0 y 3.0

12.2.2.1. Interactividad

12.2.2.2. Red social

12.2.3. Hipertexto y multimedialidad

12.2.3.1. Impacto del hipertexto en los géneros periodísticos tradicionales y desarrollo de nuevos géneros

12.2.3.2. Estudio y aplicación de los recursos multimedia en el periodismo difundido en la Web

### Módulo 13. Diseño periodístico

13.1. El diseño periodístico en la sociedad de la información

13.1.1. El diseño de la información en el Periodismo Cultural

13.1.1. Concepto de diseño periodístico

13.1.1.2. Elementos, objetivos y especialidades

13.1.1.3. El diseño de la información en el Periodismo Cultural

13.1.1.4. La función del diseñador en la sociedad actual

# tech 20 | Plan de estudios

- 13.2. Lenguaje textual y tipográfico en el diseño periodístico
  - 13.2.1. Lenguaje textual y tipográfico en el diseño periodístico
    - 13.2.1.1. La estructuración del espacio que alberga los signos: formato, mancha y retícula
    - 13.2.1.2. Los signos lingüísticos y su apariencia gráfica: tipografía, tamaño, color, orientación
    - 13.2.1.3. Visibilidad y legibilidad
    - 13.2.1.4. Conceptos básicos de los elementos periodísticos textuales
    - 13.2.1.5. El texto como recurso informativo
  - 13.2.2. Tipografía: conceptos esenciales y su integración con otros elementos
    - 13.2.2.1. Conceptos esenciales (clases, elección y legibilidad)
    - 13.2.2.2. Recursos de diseño eficaz (ubicación, tamaño y extensión)
    - 13.2.2.3. Integración de los recursos de diseño con otros elementos (icónicos, plásticos y estructurales)
- 13.3. El papel de la imagen para informar
  - 13.3.1. El papel de la imagen para informar
    - 13.3.1.1. Fotografía, ilustración e infografía
    - 13.3.1.2. Funciones y estilos
  - 13.3.2. Recursos periodísticos básicos
    - 13.3.2.1. Fotografía
    - 13.3.2.2. Ilustración
    - 13.3.2.3. Infografía
- 13.4. El color en el diseño de la información
  - 13.4.1. El color en el Periodismo Cultural
    - 13.4.1.1. El significado del color a nivel cultural
    - 13.4.1.2. Aplicación técnica y periodística del color
    - 13.4.1.3. El color y el Periodismo Cultural

- 13.5. Composición de un proyecto cultural impreso
  - 13.5.1. Jerarquización y estructuración de los elementos
    - 13.5.1.1. Aplicación conjunta de los recursos de jerarquización y estructuración disponibles
    - 13.5.1.2. Contraste, proporción, armonía, simetría y equilibrio
  - 13.5.2. Adaptación al producto cultural y a la cultura del público
    - 13.5.2.1. Adaptación al producto cultural
    - 13.5.2.2. Adaptación a la cultura del público
    - 13.5.2.3. Consideración de las posibilidades técnicas y económicas disponibles

### Módulo 14. Arte y cultura digital

- 14.1. La adaptación del modelo artístico a los medios de comunicación
  - 14.1.1. La genealogía de nuevos formatos artísticos
    - 14.1.1.1. De la fotografía al Net.art
  - 14.1.2. El arte en los medios y los medios en el arte
    - 14.1.2.1. Incursión del arte de los medios
    - 14.1.2.2. El arte en los nuevos medios
    - 14.1.2.3. Movimientos artísticos contemporáneos
- 14.2. La tecnología digital y la fotografía
  - 14.2.1. La pic-revolución
    - 14.2.1.1. Estudio y valoración de la tecnología digital adaptada al campo de la obra fotográfica
    - 14.2.1.2. Manifestaciones: el arte en internet
    - 14.2.1.3. Hacktivismo
- 14.3. El medio como soporte artístico
  - 14.3.1. Análisis de la viabilidad del arte en los medios
    - 14.3.1.1. El arte multimedia
    - 14.3.1.2. Los límites del arte en los medios
- 14.4. La interacción con el (no) espectador
  - 14.4.1. La exigencia de la participación del público en la obra
    - 14.4.1.1. Interactividad Mecánica-Eléctrica
    - 14.4.1.2. Interactividad en los videojuegos
    - 14.4.1.3. Interactividad electrónica

# Plan de estudios | 21 tech

14.4.2. ¿De quién es el arte? La influencia de la sociedad en el arte y cómo se traslada a los medios

14.4.2.1. La influencia de la sociedad en el arte

14.4.2.2. Traslado del arte a los medios de comunicación

14.5. El arte actual

14.5.1. Producción, comisariado y exhibición de arte digital y museo inmaterial

14.5.1.1. Producción

14.5.1.2. Comisariado

14.5.1.3. Exhibición de arte digital y museo inmaterial

### Módulo 15. Taller de Periodismo Cultural

15.1. La red de la comunicación digital

15.1.1. El Periodismo Cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital

15.1.1.1. Objetivos y fuentes del Periodismo Cultural en los medios audiovisuales

15.1.1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo

15.1.1.3. Programas y géneros del Periodismo Cultural en medios lineales y no lineales de Radio y Televisión

15.1.2. El arte de contar las historias

15.1.2.1. La perspectiva de la narratología y el Storytelling

15.1.2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del Periodismo Cultural

15.1.2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico

15.1.2.4. El rigor informativo en la información cultural

15.1.2.5. La identidad y el estilo de marca personal

15.2. Documentación periodística

15.2.1. Guías esenciales de documentación periodística cultural

15.2.1.1. Documentación histórica

15 2 1 2 Documentación actual

15.2.1.3. La rabiosa actualidad

15.3. Tendencias actuales de la comunicación aplicadas al Periodismo Cultural

15.3.1. La filosofía 3.0 de la comunicación

15.3.1.1. La web 3.0: definiciones y características

15.3.1.2. El Periodismo Cultural en la web 3.0

15.3.1.3. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia

15.4. Las redes sociales y el periodismo

15.4.1. Gestión de medios y redes sociales

15.4.1.1. Facebook

15.4.1.2. Twitter

15.4.1.3. Instagram

15.4.1.4. LinkedIn

15.4.1.5. Otras redes

15.4.2. Contenidos periodísticos interactivos

15.4.2.1. El rol del profesional del periodismo

15 4 2 2 Informar o entretener

15.4.2.3. Más medios digitales

15.4.2.4. Contenidos de periodismo interactivo

15.4.3. Los paradigmas de la comunicación

15.4.3.1. La audiencia y el usuario

15.4.3.2. El medio y el contenido

15.4.3.3. El soporte

15.4.3.4. El tiempo

15.4.3.5. La desinformación

15.5. La visibilidad de la información sobre cultura en la Red

15.5.1. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados

15.5.1.1. SEO

15.5.1.2. SEM

15.5.1.3. SMO

15.5.1.4. SMM

15515 SFR





# tech 24 | Objetivos docentes



# **Objetivos generales**

- Comprender los fundamentos teóricos y metodológicos del periodismo cultural
- Analizar los principales géneros y formatos del periodismo cultural en medios tradicionales y digitales
- Desarrollar habilidades para la redacción y producción de contenidos culturales con rigor informativo
- Identificar y aplicar técnicas de investigación y documentación periodística cultural
- Utilizar herramientas digitales para la difusión y visibilidad de la información cultural
- Evaluar el impacto de los procesos de comunicación intercultural en la sociedad contemporánea
- Diseñar estrategias narrativas basadas en storytelling para contenidos culturales
- Interpretar la relación entre cultura, sociedad y medios de comunicación
- Gestionar proyectos periodísticos culturales desde su conceptualización hasta la publicación
- Integrar recursos visuales y multimedia en la producción periodística cultural
- Aplicar principios éticos y de responsabilidad social en el ejercicio del periodismo cultural
- Adaptarse a las tendencias y tecnologías emergentes en el ámbito del periodismo cultural





# Objetivos específicos

#### Módulo 1. El mercado de la cultura

- Analizar la dinámica del mercado del arte, el patrimonio cultural y las artes escénicas, identificando sus implicaciones económicas y sociales
- Investigar el concepto de industria cultural y evaluar el impacto de las formas tradicionales y emergentes de comunicación en su evolución
- Examinar el rol de la cultura en el mundo digital y su influencia en los sectores audiovisual y de la prensa
- Desarrollar competencias para aplicar estrategias periodísticas innovadoras en el sector del periodismo cultural

### Módulo 2. Investigación, gestión y Marketing cultural

- Estudiar los fundamentos del marketing, incluyendo las 4 P y el marketing mix, para determinar su aplicabilidad en el mercado cultural
- Explorar la influencia de las estrategias de marketing en el posicionamiento de la cultura, examinando el impacto del consumismo y la calidad informativa en la percepción y valoración de los productos culturales
- Indagar las distintas perspectivas del valor en el arte, diferenciando entre el arte por el arte, el arte en programas ideológicos y el arte como producto de mercado
- Valorar el impacto de la publicidad y la gestión cultural en el desarrollo exitoso de obras artísticas.
- Detectar las tendencias actuales en las principales industrias culturales y las necesidades emergentes de los consumidores
- Emplear técnicas de investigación de mercado para recopilar datos relevantes y diferenciar la oferta cultural frente a la competencia

#### Módulo 3. Análisis de la cultura

- Examinar la evolución de los símbolos culturales, comprendiendo la influencia de la simbología griega, romana, religiosa y contemporánea en la construcción de identidades
- Interpretar el concepto de cultura y los cambios culturales mediante el estudio del lenguaje, el pensamiento y su manifestación en el arte
- Evaluar la influencia de la cultura de masas y las culturas visuales en la formación de estereotipos en los medios de comunicación
- Explorar los procesos de integración cultural en los medios, identificando cómo se articulan los diversos discursos y símbolos
- Analizar la relación entre imagen, imaginación y representación en la construcción de imaginarios, con especial atención al arte Queer
- Determinar el papel del arte urbano como herramienta de empoderamiento y transformación de los imaginarios sociales

### Módulo 4. Comunicación intercultural y alternativa

- Analizar los conceptos de cultura, grupo e identidad, identificando la influencia de la cultura de masas y los regionalismos en la homogeneización y diferenciación cultural
- Examinar el impacto del racismo, la xenofobia y el etnocentrismo en las distinciones sociales y culturales, y plantear estrategias para informar de manera sensible sobre los rechazos a grupos sociales
- Investigar la comunicación intercultural interpersonal, evaluando el rol de los medios en la construcción de identidades y en la transmisión de valores en un mundo globalizado
- Evaluar la gestión de la comunicación intercultural en las organizaciones, considerando la competencia intercultural y la sostenibilidad como factores clave para el éxito organizacional.

# tech 26 | Objetivos docentes

- Analizar la representación de la diversidad cultural en la publicidad, identificando cómo se manifiestan las diversidades culturales y el sexismo, y reconociendo la diversidad como elemento central del éxito
- Diseñar una guía de buenas prácticas interculturales en el periodismo, orientada a promover la inclusión de minorías y la imparcialidad en la cobertura de conflictos culturales y religioso

# Módulo 5. Periodismo Cultural en medios impresos: géneros interpretativos

- Profundizar en la importancia de la subjetividad en el periodismo cultural y su influencia en las técnicas de interpretación de textos con contenido cultural
- Explorar las características y aportaciones de los géneros interpretativos—entrevistas, reportajes, crónicas, críticas y ensayos—en la construcción de discursos culturales
- Valorar el papel de los géneros de opinión (editorial, columna y artículo)
   en la generación de narrativas críticas y en la formación de identidades culturales
- Abordar la función de la crítica como género nuclear en la especialización periodística cultural, considerando su manifestación en la escritura tradicional y en formatos transmedia
- Determinar los elementos que configuran el perfil del periodista cultural, enfatizando la aproximación teórica, la documentación informativa y la proactividad profesional
- Utilizar los conceptos de la espiral del silencio y la agenda setting para comprender y gestionar la agenda en el periodismo cultural

### Módulo 6. Información cultural en prensa

- Identificar la relevancia de la información cultural en la prensa diaria, destacando la valoración del hecho informativo y la construcción de agendas culturales
- Comparar los géneros informativos en el periodismo cultural, diferenciando entre la noticia, el reportaje, la entrevista objetiva y la documentación
- Formular criterios precisos para la elaboración de titulares, incorporando elementos esenciales y normas básicas de redacción
- Establecer la importancia del párrafo de entrada en la noticia, subrayando su origen, funcionalidad y relevancia comunicativa
- Delinear las características del estilo periodístico mediante el análisis de libros de estilo y la estructuración del contenido informativo
- Aplicar los conocimientos teóricos en un taller de redacción periodística cultural, evaluando entrevistas, reportajes, crónicas, reseñas y columnas de opinión

#### Módulo 7. Información cultural en radio

- Reconocer el origen histórico y la evolución de la radio, distinguiendo sus características únicas en comparación con otros medios
- Delimitar las particularidades del lenguaje radiofónico, evaluando cómo el acento y la retransmisión de acontecimientos contribuyen a la eficacia comunicativa
- Caracterizar el rol actual de la radio en la difusión de información cultural, subrayando su relevancia en la conformación de agendas informativas
- Identificar la estructura y el impacto de los programas culturales radiofónicos, enfocándose en la elaboración de sinopsis, titulares y sumarios
- Explorar el potencial de la participación del oyente en los espacios informativos, aprovechando las nuevas tecnologías en la radio
- Diferenciar las técnicas y enfoques utilizados en la realización de reportajes y entrevistas en el ámbito radiofónico

#### Módulo 8. Visualización de datos en el Periodismo Cultural

- Interpretar la relevancia de la disposición visual de la información en la prensa, considerando tanto la imagen como los modelos de visualización
- Determinar la evolución de la infografía periodística, valorando su contribución al periodismo de precisión y a la visualización analítica
- Clasificar las diferentes tipologías de infografías, enfatizando la digitalización de datos y la interacción de la información en los medios
- Definir el rol del profesional del periodismo en la construcción y gestión de secciones de infografía, integrando herramientas de creación y adaptación de contenido
- Implementar estrategias de digitalización e interactividad en entornos multimedia y multiplataforma, aplicando principios esenciales del diseño de interacción
- Planificar la elaboración de infografías mediante la selección y organización de datos, textos, ilustraciones y fuentes, asegurando coherencia visual y comunicativa

#### Módulo 9. Escritura creativa

- Examinar la evolución del nuevo periodismo, analizando la vigencia y caducidad de sus narrativas, como la info-ficción y la construcción literaria de la realidad
- Interpretar el acontecimiento escénico como elemento clave en la integración de la literatura y el periodismo
- Estudiar la obra y trayectoria de periodistas y escritores destacados, valorando la diversidad de reportajes clásicos y contemporáneos
- Describir el contraste entre la imaginación y la tematización cultural, destacando el rol del posicionamiento entre la evidencia y el recuento de historias publicadas

- Reformular piezas periodísticas originales, como crónicas, entrevistas y reportajes, para evidenciar la creatividad en la reescritura de textos literarios
- Delimitar los componentes esenciales del artículo periodístico-literario en eventos culturales presenciados, abarcando diversas expresiones artísticas
- Articular la programación cultural en medios tradicionales y digitales, explorando la interacción entre internet, redes sociales y la reconstrucción literaria de la realidad
- Redactar artículos periodístico-literarios que integren claves de redacción, fusionando el análisis crítico y la narrativa creativa para reflejar la diversidad cultural

#### Módulo 10. Cultura audiovisual

- Descubrir la interrelación entre la imagen audiovisual y la cultura, enfatizando el papel del símbolo en la construcción de significados
- Diferenciar los modelos de visualización de la información, destacando la función de la imagen en la prensa y en el ámbito audiovisual
- Investigar las formas del lenguaje audiovisual, abarcando la puesta en escena, la composición del cuadro y la narrativa serial, así como las raíces míticas del relato
- Abordar el discurso audiovisual desde la perspectiva del clasicismo y la ruptura posmoderna, para comprender su evolución y relevancia
- Concretar la dimensión narrativa del imaginario visual en el cine, analizando la construcción de identidades y la representación de la alteridad
- Transformar la visión sobre la alteridad mediante la reconstrucción de arquetipos, explorando cómo las imágenes configuran la representación del otro

#### Módulo 11. La cultura en la televisión

- Interpretar los fundamentos teóricos de la realización televisiva, enfatizando los conceptos básicos y las diferencias entre la televisión, la radio y otros medios como el cine
- Describir el proceso de creación televisiva en estudio, detallando las particularidades de la grabación, las funciones de los profesionales de realización y el uso del material técnico
- Diferenciar la técnica multicámara de la realización con una sola cámara, resaltando elementos como el triángulo de cámara, la escaleta y la dinámica del directo televisivo
- Apreciar el rol del documental en el periodismo cultural, analizando su interacción con la realidad y su capacidad para construir narrativas informativas
- Reconocer las características del reportaje cultural audiovisual, distinguiendo entre reportaje, noticia y editorial en el contexto del periodismo cultural
- Elaborar un proyecto documental-reportaje que abarque desde la introducción y el argumento hasta el contexto, sinopsis, estructura, forma, estilo y segmentación del público

## Módulo 12. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

- Examinar los conceptos fundamentales de la cibercultura y la comunicación digital, identificando el nuevo modelo cultural y la transformación de la cultura en producto digital
- Explorar las nuevas formas de comunicación social emergentes, analizando la influencia de la cibercultura popular y los procesos de transculturación y cibertransculturación
- Investigar la proactividad en la sociedad actual mediante el estudio de la civilización digital y la inteligencia colectiva como motores de cambio cultural
- Analizar la evolución del ciberperiodismo, con énfasis en la creación y redacción de contenidos culturales en la web
- Comparar las dinámicas de la comunicación 2.0 y 3.0, destacando el papel de la interactividad y las redes sociales en la difusión de la información cultural
- Evaluar el impacto del hipertexto y la multimedialidad en la transformación de los géneros periodísticos tradicionales y en el surgimiento de nuevos formatos digitales

### Módulo 13. Diseño periodístico

- Conceptualizar los fundamentos del diseño periodístico y su función en el periodismo cultural, abarcando elementos, objetivos y especialidades
- Explorar el impacto del lenguaje textual y tipográfico en la comunicación, a través del estudio de la estructuración del espacio que alberga los signos y la retícula
- Definir los criterios esenciales de visibilidad y legibilidad en la presentación de textos, considerando aspectos como la tipografía, tamaño, color y orientación
- Determinar el rol de la imagen en la información, analizando su función en la fotografía, ilustración e infografía dentro del periodismo cultural

### Módulo 14. Arte y cultura digital

- Analizar la genealogía de nuevos formatos artísticos, desde la fotografía hasta el Net.
   art, para comprender su adaptación a los medios de comunicación
- Examinar la interrelación entre el arte y los medios, abarcando la incursión del arte en los medios tradicionales, su presencia en los nuevos medios y la evolución de movimientos artísticos contemporáneos
- Valorar el impacto de la tecnología digital en la obra fotográfica, mediante el estudio de la pic-revolución, las manifestaciones artísticas en internet y el fenómeno del hacktivismo
- Indagar la viabilidad del arte como soporte en los medios, identificando las potencialidades del arte multimedia y los límites inherentes a su aplicación.
- Explorar las dinámicas de interacción con el (no) espectador, analizando las diferentes modalidades de interactividad (mecánica-eléctrica, en videojuegos y electrónica) y la influencia de la sociedad en la transferencia del arte a los medios
- Establecer las tendencias actuales en la producción, comisariado y exhibición de arte digital, incluyendo el concepto de museo inmaterial, para definir el panorama del arte actual



#### Módulo 15. Taller de Periodismo Cultural

- Investigar los fundamentos y las fuentes del Periodismo Cultural en medios convencionales y su integración en el ámbito digital
- Reconocer las técnicas narrativas y el storytelling en la construcción de relatos periodísticos, enfatizando la importancia del autoconocimiento y la creatividad
- Examinar las guías esenciales de documentación periodística cultural, abarcando tanto la documentación histórica como la actual
- Explorar las tendencias de la comunicación en la era de la web 3.0, analizando las características y la convergencia en la redacción periodística
- Determinar los mecanismos de gestión de medios y redes sociales, valorando el papel de plataformas como Facebook, X, Instagram y LinkedIn
- Plantear la relevancia de los contenidos periodísticos interactivos, distinguiendo entre el rol de informar y entretener en el entorno digital



Domina narrativas poderosas, estrategias digitales innovadoras y documentación precisa para conectar la riqueza cultural con audiencias globales. ¡Así liderarás el cambio!"





# tech 32 | Salidas profesionales

### Perfil del egresado

El egresado será un profesional con una sólida preparación en la interpretación, comunicación y difusión de la cultura en el entorno digital. De igual modo, poseerá competencias de redacción, producción audiovisual y gestión de contenido, integrando la ética y la creatividad para abordar de manera innovadora los desafíos del Periodismo Cultural contemporáneo. Adicionalmente, contará con habilidades analíticas que le permitirán interpretar y comunicar la diversidad cultural de forma innovadora.

Este exclusivo Máster de Formación Permanente en Periodismo Cultural te impulsará a transformar tu pasión comunicativa y llevar tu carrera a un nuevo nivel.

- Capacidad analítica y crítica: interpretar y contextualizar la diversidad cultural y sus transformaciones en la sociedad
- Habilidades comunicativas avanzadas: redacción impecable, narrativa creativa y dominio de diversos géneros periodísticos, tanto en medios tradicionales como digitales
- Competencia digital y tecnológica: manejo de herramientas de periodismo digital, producción audiovisual, SEO, infografía y redes sociales
- Sensibilidad cultural y ética profesional: compromiso con la diversidad, la inclusión y la responsabilidad en la difusión de la información cultural





# Salidas profesionales | 33 tech

Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. **Periodista:** encargado de investigar, redactar y publicar artículos sobre Arte, Literatura, Cine, Teatro y Música en Medios Impresos, Digitales, Radio o Televisión
- 2. Crítico Cultural: responsable de analizar y evaluar obras de Arte, Películas, Libros y espectáculos, ofreciendo reseñas especializadas que orientan al público y fomentan el debate
- **3. Productor de Contenidos:** diseñador y desarrollador de material Audiovisual, Pódcast y Multimedia enfocados en la divulgación y análisis de temas culturales
- **4. Redactor de Revista:** encargado de redactar artículos, entrevistas y crónicas sobre fenómenos Culturales y Expresiones Artísticas, adaptándose a distintos formatos editoriales
- **5. Gestor Cultural:** responsable de planificar, organizar y ejecutar eventos, exposiciones y festivales que fomentan la difusión del patrimonio artístico y la producción cultural
- **6. Community Manager:** administrador de redes sociales y contenido digital para promocionar festivales, museos y publicaciones culturales de manera estratégica
- 7. **Investigador en Comunicación:** responsable de realizar estudios y publicar ensayos sobre la relación entre los Medios de Comunicación y la difusión del Legado Humanístico
- **8. Curador de Contenidos para Exposiciones:** diseñador de la narrativa y selección de piezas en Museos y Galerías, asegurando una experiencia significativa para el público



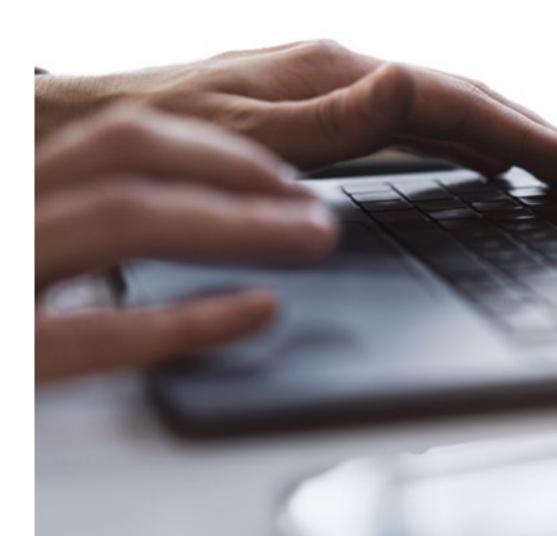


# El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.







#### Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.



El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"

### tech 38 | Metodología de estudio

#### Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



#### Método Relearning

En TECH los case studies son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



### tech 40 | Metodología de estudio

## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentoralumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

#### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

- 1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
- 2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
- 3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
- 4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

### Metodología de estudio | 41 tech

# La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

### tech 42 | Metodología de estudio

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

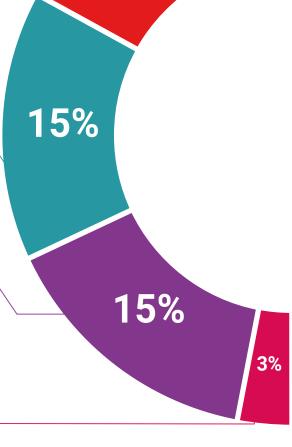
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".





#### **Lecturas complementarias**

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.



#### **Case Studies**

Completarás una selección de los mejores case studies de la materia.

Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### **Testing & Retesting**

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### **Clases magistrales**

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.









#### **Directora Invitada Internacional**

Katherine Anne Roiphe es una destacada autora y periodista estadounidense conocida por sus agudos análisis culturales y sus obras literarias perspicaces. Alcanzó prominencia internacional con su influyente libro de no ficción, *The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus*. En esta obra, desafió las perspectivas feministas convencionales sobre la dinámica sexual en los campus universitarios, provocando debates sobre las instituciones académicas y su responsabilidad.

Continuando con su exploración de la moralidad y las normas sociales, Roiphe escribió *Last Night in Paradise: Sex and Morals at the Century's End*, seguido por *Uncommon Arrangements*, un estudio cautivador sobre el matrimonio en círculos literarios de Londres. Su versatilidad como escritora se extiende a la ficción, con la novela *Still She Haunts Me*, donde reimagina la compleja relación entre Lewis Carroll y Alice Liddell.

Más allá de sus logros literarios, ha contribuido con publicaciones de prestigio en Vogue, Harper's y The New York Times, a través de ensayos que revelan sus rotundas observaciones sobre cultura y política. También, su destreza académica la ha llevado a trabajar en el Instituto de Periodismo Arthur L. Carter de la Universidad de Nueva York, donde dirige el Programa de Reportajes y Crítica Cultural.

Asimismo, Roiphe creció como hija del psicoanalista Herman Roiphe y la reconocida feminista Anne Roiphe, lo que sentó las bases para sus intereses intelectuales. Además, asistió a la prestigiosa Brearley School antes de obtener su Licenciatura en el Campus Radcliffe de la Universidad de Harvard. De igual manera, completó un Doctorado en Literatura Inglesa en la Universidad de Princeton. Así, una prolífera obra y una trayectoria académica envidiable hacen de esta prominente ensayista una voz líder en el discurso cultural contemporáneo, desafiando y provocando a los lectores a reconsiderar creencias arraigadas.



### Dra. Roiphe, Katherine Anne

- Directora del Programa de Reportajes y Crítica Cultural en la Universidad de Nueva York, Estados Unidos
- Ensayista y Crítica Cultural en publicaciones como Vogue, Harper's y The New York Times
- Autora con varios títulos de ficción y no ficción como The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus y Still She Haunts Me
- Catedrática del Instituto de Periodismo Arthur L. Carter de la Universidad de Nueva York
- Doctorado en Literatura Inglesa por la Universidad de Princeton
- Licenciatura en Literatura por la Universidad de Harvard



#### Dirección



### Dra. Tobajas Gracia, María

- Periodista Experta en Periodismo Cultura
- Responsable de Comunicación y RR. SS. en la Escuela de Cine Un Perro Andaluz
- Social Media Manager en Fraternidad-Muprespa
- Redactora en Actúa Aragón
- Locutora y Redactora en Radio Ebro
- Ayudante de Fotografía en un estudio fotográfico
- Doctor en Comunicación por la Universidad San Jorge
- Grado en Periodismo por la Universidad San Jorge
- Máster en Marketing Digital y Social Media por la Universidad a Distancia de Madric





Una experiencia de capacitación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional"





### tech 52 | Titulación

Este programa te permitirá obtener el título de **Máster de Formación Permanente en Periodismo Cultural** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

TECH es miembro de la **Society of Professional Journalists (SPJ)**, una de las organizaciones internacionales más prestigiosas en el ámbito periodístico. Esta afiliación reafirma su compromiso con la ética informativa, la libertad de prensa y la capacitación continua de los profesionales del sector.

Aval/Membresía



Título: Máster de Formación Permanente en Periodismo Cultural

Modalidad: online

Duración: 7 meses

Acreditación: 60 ECTS



#### Máster de Formación Permanente en Periodismo Cultural

Se trata de un título propio de 1.500 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una universidad Oficial Española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, del 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el Boletin Oficial del Estado (80C) húm. 181, de 27 de julio de 2024 (pág. 96.369) e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Tífulos (RUCT) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.



#### Máster de Formación Permanente en Periodismo Cultural

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	60
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 60

Distribución General del Plan de Estudios

urso	Materia	ECTS	Caráct
10	El mercado de la cultura	4	ОВ
10	Investigación, gestión y Marketing cultural	4	OB
10	Análisis de la cultura	4	OB
10	Comunicación intercultural y alternativa	4	OB
10	Periodismo Cultural en medios impresos:	4	OB
	géneros interpretativos		
10	Información cultural en prensa	4	OB
10	Información cultural en radio	4	OB
10	Visualización de datos en el Periodismo Cultural	4	OB
10	Escritura creativa	4	OB
10	Cultura audiovisual	4	OB
10	La cultura en la televisión	4	OB
10	Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales	4	OB
10	Diseño periodístico	4	OB
10	Arte y cultura digital	4	OB





<sup>\*</sup>Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional



## Máster de Formación Permanente

### Periodismo Cultural

- » Modalidad: online
- » Duración: 7 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

