



## PRESENTACIÓN

### Breve descripción:

- **Titulación:** Graduado/a Comunicación Audiovisual, Periodismo o Marketing
- **Módulo/Materia:** Optativas

Grado de Comunicación Audiovisual - Módulo VI. Materia. Formación Complementaria

Grado de Marketing - Módulo VII. Optatividad. Nivel 1. Formación Complementaria

Grado de Periodismo - Módulo V. Materia. Formación Complementaria.

- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 3º ó 4º, segundo semestre.
- **Carácter:** Optativo.
- **Profesorado:** Antonio Martínez Illán y Josean Pérez Aguirre
- **Idioma:** Español.
- **Aula, Horario:** Aula 1140, 1ª planta Facultad de Comunicación. Viernes de 12 a 14 horas.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

### RADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL:

#### 1.CONOCIMIENTOS

RA1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

RA2 - Conocer y valorar el impacto de la comunicación audiovisual en sus múltiples dimensiones: social, cultural, histórica, económica, empresarial, legal, científica, deontológica y tecnológica.

RA3- Conocer, comprender y reflexionar sobre los componentes de la personalidad humana (biológico, afectivo, psíquico, espiritual) y sus relaciones con el entorno en sus distintas dimensiones.

RA4- Identificar las principales manifestaciones culturales, literarias y artísticas más relevantes de la cultura occidental, desde sus orígenes hasta el mundo contemporáneo.

#### 2.HABILIDADES

RA10 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.



# Universidad de Navarra

RA12 - Expresar conocimientos e ideas en el campo de la comunicación audiovisual de manera oral y escrita con corrección.

RA14 - Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

## 3.CAPACIDADES

RA19 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

RA21 - Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural y social.

## **GRADO DE PERIODISMO**

### 1.CONOCIMIENTOS

RA1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

RA3 - Conocer, comprender y reflexionar sobre los componentes de la personalidad humana (biológico, afectivo, psíquico, espiritual) y sus relaciones con el entorno en sus distintas dimensiones.

RA4 - Identificar las principales manifestaciones culturales, literarias y artísticas más relevantes de la cultura occidental, desde sus orígenes hasta el mundo contemporáneo.

RA6 - Definir y comprender la evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas españolas, europeas e internacionales contemporáneas, así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian.

### 2.HABILIDADES

RA11 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

RA13 - Expresar conocimientos e ideas de manera oral y escrita, con rigor, orden y creatividad con el fin de divulgar conocimiento a la sociedad.

RA15 - Expresar con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados.

### 3.COMPETENCIAS

RA22 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.



# Universidad de Navarra

RA24 - Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural, política, social y económica.

RA27 - Interpretar y valorar la evolución histórica del mundo reciente y comprender sus parámetros políticos, económicos, sociales y culturales que repercuten en el buen hacer de un comunicador.

-----

COP1 Conocer grandes obras de la literatura, del arte, de la ciencia y, en general, del pensamiento humano.

COP2 Conocer los aspectos básicos del cristianismo y su relación con la cultura y el pensamiento actual.

COP3 Argumentar correctamente, de manera oral y por escrito, el propio punto de vista sobre cuestiones transversales a los diferentes grados como la ecología, la ciudadanía, la familia, la paz, el sufrimiento, las desigualdades sociales, la racionalidad del mundo, o el respeto a la diferencia.

## **GRADO DE MARKETING**

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG1 - Comprender y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural, social y económica que influyen en el contexto empresarial y de marketing.

CT1 - Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en su conexión con el resto de los saberes.

CT2 - Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal razonada frente a ellas.

CT3 - Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina.

CE1 - Definir los principios básicos de la antropología y la ética que facilitan la comprensión de la forma de actuar de todos los públicos que intervienen en el proceso del marketing.



Universidad  
de Navarra

## PROGRAMA

LECCIÓN I: ESCRIBIR ANTE LA CONCIENCIA DE LA CRISIS EN LA TRASMISIÓN DE VALORES CULTURALES (EEUU)

*Para qué molestarse*, Franzen.

*E unibus pluram*, Wallace.

*John Wayne. Canción de amor*, Didion.

LECCIÓN II: LA ESCRITURA Y LA IDEA DE VÍNCULO. "LA LECCIÓN CHINA"

*La lección china*, Homes.

LECCIÓN III: EL VÍNCULO REDUCIDO A COMUNIDADES (EEUU). "ZOMBIS"

*Zombis*, Palahniuk.

*Realidad y ficción*, Palahniuk.

*Está usted aquí*, Palahniuk.

LECCIÓN IV: NUEVOS VÍNCULOS. AMOR EN EL MERCADO

*Amor en el mercado*, Li.

LECCIÓN V: NUEVOS VÍNCULOS. LA ESCALINATA

*La escalinata*, Lahiri.

LECCIÓN VI: PRESENTACIONES ORALES DE LOS RELATOS DE INSPIRACIÓN BIOGRÁFICA

LECCIÓN VII: VIEJOS VÍNCULOS, NUEVAS NARRADORAS

*Casas con cimientos en el río*, Aduai.

LECCIÓN VIII. MOMENTOS SIGNIFICATIVOS PARA UN RELATO BIOGRÁFICO

*Mis padres y mis hijos*, Schweblin.

*Momentos significativos de la vida de mi madre*, Atwood.



Universidad  
de Navarra

#### LECCIÓN IX: EL RELATO DE INSPIRACIÓN BIOGRÁFICA

*Muchas posibilidades*, Ferrero.

*Deseos*, Paley.

*Los astronautas*, Ferrero.

Escribir, Carver.

#### LECCIÓN X: LAURA FERRERO. LA METÁFORA EN EL RELATO DE INSPIRACIÓN BIOGRÁFICA

#### LECCIÓN XI: HALLAZGOS Y PERSECUCIONES

*Exceso de luz*, Gautreaux.

*El perseguidor*, Cortázar.

*El ladrón de palacio*, Canin.

#### LECCIÓN XII: UN ÚLTIMO HALLAZGO. DESPEDIDA

*La mujer del puente*, Perezagua.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

Asistencia a clases: Viernes de 12 a 14 horas en el aula 1140 de la Facultad de Comunicación (30 horas)

Trabajo dirigido: Lectura, preparación de las intervenciones en clase y escritura de las prácticas individuales y en grupo (20 horas).

Tutoría con el profesor (3 horas).

Examen final (2 horas).

Prácticas (20 horas)

### EVALUACIÓN

#### CONVOCATORIA ORDINARIA

Es necesario aprobar cada una de las partes (prácticas y examen) para aprobar la asignatura.

**Parte práctica: 40 %**

10 % Asistencia y participación



Universidad  
de Navarra

30 % Prácticas (relatos). Entrega voluntaria.

**Parte teórica: 60 %**

Examen. **13 de mayo a las 16 horas en el aula 11**, Facultad de Comunicación.

**PARA AQUELLOS QUE NO ENTREGUEN LOS RELATOS LA EVALUACIÓN SERÁ:**

10 % Asistencia y participación

90 % Examen.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno deberá presentarse a las dos partes de la asignatura (teoría y práctica).

- Teoría. Examen similar a convocatoria ordinaria. (80 %). **10 de junio a las 18 horas en Aula 3** de Edificio de Amigos
- Prácticas. El día del examen el alumno deberá entregar un nuevo relato como el realizado en las clases prácticas. (20 %)

La Facultad de Comunicación promueve el uso ético de las fuentes documentales y los recursos informativos.

Por este motivo, en esta asignatura no se admite el plagio. Será sancionada toda copia en trabajos, ejercicios o exámenes. Se considera plagio la presentación de un trabajo que, en su totalidad o en parte, reproduce sin la debida atribución contenidos textuales, gráficos y/o audiovisuales ajenos.

Asimismo, no se admite el fraude. Será sancionado cualquier engaño, simulación o falsificación empleado para mejorar, por vías ilegítimas, los resultados académicos.

Los trabajos y exámenes deberán observar la debida corrección ortográfica y gramatical. Este factor incidirá en la evaluación.

Los trabajos académicos que empleen libros, artículos, películas, sitios web o cualquier otro tipo de contenido como recurso documental, deberán detallar las fuentes consultadas. Para eso, cuando corresponda, se recomienda emplear el estilo de citación de la American Psychological Association (APA).

### HORARIOS DE ATENCIÓN

Dr. [Josean Pérez Aguirre](#)

[jpaguirre@unav.es](mailto:jpaguirre@unav.es)

Despachito 1611 (Bibliotecas)

Jueves de 10 a 13 horas.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA



## Universidad de Navarra

- Anderson Imbert, E., *Teoría y técnica del cuento*, Barcelona: Ariel, 1999 (3ª).
- Beatty, J., *The Norton Introduction to Fiction*, New York: Norton, 1995.
- Booth, W. C., *Retórica de la ficción*, Barcelona: A. Boch, 1974.
- Calvino, I., *Seis propuestas para el próximo milenio*, Madrid: Siruela, 1989.
- Carther, W., *Para mayores de cuarenta años*, Madrid: Alba, 1996
- Carver, R., *La vida de mi padre, cinco ensayos y una reflexión*, Bogotá: Norma, 1995.
- Chéjov, A., *Consejos a un escritor*, Madrid: Fuentetaja, 2004.
- Sin trama y sin final*, Barcelona: Alba, 2005.
- Corbett, David, *El arte de crear personajes*, Madrid: Alba, 2018.
- Forster, E. M., *Aspectos de la novela*, Madrid: Debate, 1990.
- Gardner, J., *El arte de la ficción*, Madrid: Fuentetaja, 2001.
- Jiménez Lozano, J., *El narrador y sus historias*, Madrid: Residencia de Estudiantes, 2003.
- May, Ch. E. (Ed.) (1994). *New short stories theory*. Ohio State U. P.
- Salter, John, *El arte de la ficción*, Barcelona: Salamandra, 2018.
- Storr, Will, [La ciencia de contar historias](#), Madrid: Capitán Swing, 2022.