

RETROVISOR
RETROVISOR
RETROVISOR
RETROVISOR

EL CONSUMO DEL PASADO

Retrovisor: el consumo del pasado

Somos un grupo de graduados en Historia pertenecientes a diferentes centros de estudios (European University Institute y Universidad Autónoma de Madrid). Queremos realizar un congreso que aúne los diferentes tipos de consumo que se da hoy en día de la Historia: redes sociales, cine, público, didáctica y mercantilización, principalmente.

Quiénes somos:

Luis Parras Camacho: Historiador y estudiante del Máster en El Mundo Ibérico Medieval: Hispania, al-Andalus y Sefarad.

Josu Asarta Armendáriz: Historiador y doctorando en el European University Institute.

Ángel Benavente Serra: Historiador y doctorando en la Universidad Autónoma de Madrid

Lucía Casas Rubio: Historiadora y estudiante del Máster en Educación Secundaria obligatoria y Bachillerato.

¿A quién nos dirigimos?

Este congreso se dirige principalmente a **estudiantes de grado, máster y doctorandos** que compartan nuestra motivación y quieran mostrar sus trabajos dando un salto al mundo académico

¿Dónde y cuándo?

El congreso se llevará a cabo entre el **15 y el 21 de junio en la Universidad Autónoma de Madrid**

Requisitos para las propuestas

Buscamos temas que contengan un anclaje entre el pasado y el consumo que se hace hoy de este. No nos limitamos a un tiempo en específico. Aceptamos propuestas desde la Prehistoria hasta la Edad Contemporánea.

Se puede participar como firmante de máximo 2 ponencias y cada una podrá tener hasta 3 firmantes.

Máximo 400 palabras en formato pdf. Debe incluir:

- Nombre completo del/la/los ponentes.
- Vinculación institucional.
- Datos de contacto.
- Resumen de la ponencia.
- Palabras clave.
- Bibliografía esencial.

Se trata de un congreso **presencial con modalidad online**. Cualquier cuestión, no dudéis en dirigiros al correo electrónico.

Fecha límite para la entrega de propuestas: 3 de mayo



retrovisor.congreso@gmail.com

Líneas temáticas



1

Academia entre algoritmos y el sesgo.

¿Cómo llegamos al público general con la divulgación? Estamos viendo como las dinámicas de internet y redes sociales se introducen en la modernidad líquida, apartando el pensamiento, la reflexión y la crítica.

Todo ello se une al sesgo de la información. Desde el águila de San Juan hasta la *Carta de Indias*, los vídeos de 30 segundos han supuesto la excusa perfecta para sesgar información, algo que desde el mundo académico siempre ha generado disputa.

En este maremágnum de información, ¿seremos capaces de llegar al público desde lo académico? ¿Cómo frenamos el sesgo de las fuentes en estos videos de 30 segundos?



Pasado a la carta: público para la Historia

Hobsbawm propuso 4 eras: las revoluciones para los inquietos, los imperios para los nostálgicos y el capital para los cryptobros. En nuestra era de extremos, cada persona se interesa por aspectos diversos de cada era.

Hoy tenemos un público segmentado, como en política o en el mercado, cada vez todo más separado y polarizado.

¿Cómo podemos identificar a este público? ¿Qué les interesa y por qué?

2



¡Pasen y vean!: la Historia como recurso económico

En este parque temático encontrarán toda la diversión que buscan: desde rutas escalofriantes por ciudades históricas y sus leyendas, hasta recreaciones de cruzadas o degustar menús gastronómicos para viajar al pasado. ¿Por qué todo ello limita el conocimiento de la Historia a una experiencia?

3

