

(Extracto de la Guía Académica 2009/2010)

V. FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL INSTITUCIONAL

COMITÉ DIRECTIVO

Decano: Prof. Diego Contreras
Vicedecano: Rev. Prof. José María La Porte
Coordinador de estudios: Prof. Enrique Fuster
Secretario: Ldo. Sergio Destito

PROFESORES

Estables

CONTRERAS Diego
GARCÍA-NOBLEJAS Juan José
GONZÁLEZ GAITANO Norberto
JIMÉNEZ CATAÑO Rafael
LA PORTE José María
MILÁN Jorge

Encargados

ARASA Daniel
BAILLY-BAILLIERE Alfonso
BARILLARI Antonello
BÜHREN Ralph van
CALOGERO Francesco
CANTONI Lorenzo
CARROGGIO Marc
DE LA CIERVA Yago
DOLZ Michele
ESPOZ César
FUSTER Enrique
GRAZIANI Nicola
GRONOWSKI Dariusz
MACCARINI Andrea
MASTROIANNI Bruno
MORA Juan Manuel
POLENGHI Giancarlo
ROMOLO Roberto

RUIZ Lucio Adrián
SHAW Russell
TAPIA Sergio
TRIDENTE Giovanni
WAUCK John

Visitantes

BETTETINI Gianfranco
DORIA Giovanni
FUMAGALLI Armando
GAMALERI Gianpiero
LECARÓS María José
LIVI François
NAVARRO-VALLS Joaquín
NIETO Alfonso

Asistentes

TARASIUK Wojciech

Instructores

BELLIA Teo
GAGLIARDI Francesco
JIMÉNEZ Alfonso
PILAVAKIS Michalakis
RUSSO Mario

La Facultad de Comunicación Institucional se propone formar profesionales que sean capaces de trabajar en el ámbito de la comunicación en instituciones eclesiales. Con este fin, el programa de estudios ofrece a los estudiantes una sólida formación en cuatro puntos esenciales:

1. Profundización en la naturaleza de la comunicación y de los elementos en los que se basa. En esta sección se proponen materias sobre los procesos de creación de la opinión pública, sobre la estructura de las agencias informativas y sobre el lenguaje propio de los diferentes medios de comunicación (radio, televisión, prensa y medios basados en las nuevas tecnologías).
2. El estudio del ámbito cultural en el que la Iglesia propone su mensaje y encarna la fe en permanente diálogo con las mujeres y hombres de cada siglo. Se investiga sobre el modo en el que la Iglesia ha desarrollado a través de los siglos el mensaje cristiano, haciéndolo ser levadura de cultura. Asignaturas como *Historia de las ideas contemporáneas*, *Arte cristiana y comunicación de la fe*, *Literatura universal y comunicación de la fe o Iglesia y sociedad medieval: historia y prejuicios* buscan individuar modos de proponer una fe que hace cultura en el mundo actual.
3. El conocimiento en profundidad de los contenidos de la fe y de la identidad de la Iglesia como institución. En este ámbito se ofrecen cursos de naturaleza teológica, filosófica y canónica.
4. Aplicación concreta de las teorías, prácticas y técnicas de la comunicación institucional a la Iglesia Católica, teniendo en cuenta su identidad peculiar. Para conseguir el objetivo de los cursos de esta área se presta particular atención a la gestión de los departamentos de comunicación, a los modos de comunicar con los diversos interlocutores de la Iglesia y a la presentación de los contenidos de la fe en el ámbito de la opinión pública.

Se pueden inscribir a la Facultad de Comunicación Social Institucional sacerdotes, religiosas y laicos, hombre y mujeres. En la mayor parte de los casos los estudiantes son invitados por Obispos diocesanos, o por los Superiores eclesiásticos, que conocen la necesidad de disponer, en el futuro, de colaboración de profesionales de la comunicación.

El curriculum de los estudiantes de la Facultad está dividido en tres ciclos:

- a) el primer ciclo, de carácter propedéutico, dura dos años y permite el acceso al segundo ciclo; quien tiene ya cursados los estudios institucionales de filosofía y teología puede concluir el primer ciclo en un solo año (denominado *Curso Integrado*);
- b) el segundo ciclo, de contenido más específico, tiene una duración de dos años y se concluye con el grado académico de Licenciatura en Comunicación Social Institucional;
- c) el tercer ciclo, de perfeccionamiento de la formación científica a través de la elaboración de una tesis doctoral, se concluye con el grado de Doctor en Comunicación Social Institucional.

La fecha límite de la petición de admisión es el 15 de septiembre pero se aconseja presentar la petición antes del 30 de junio por el reducido número de plazas disponibles. Se aconseja a los nuevos estudiantes de la Facultad de Comunicación Social Institucional, participar en el curso de italiano que tendrá lugar del 3 al 30 de septiembre (no tienen que participar los estudiantes de lengua madre italiana ni los estudiantes que tengan un título oficial de italiano). Además del curso de italiano, durante el mes de septiembre los nuevos admitidos a la Facultad de Comunicación tendrán que frecuentar algunas

lecciones de Tecnología Informática (fundamentos de uso del ordenador) - para familiarizarse con la metodología didáctica de la Facultad – y tendrán un encuentro con el Coordinador de Estudios de la Facultad para que les informe sobre los horarios y otros aspectos académicos.

Aparte del Coordinador de Estudios, existen otros profesores *coordinadores de curso*, que son los siguientes:

- Ciclo I: Rev. Prof. José María La Porte
- Ciclo II, Año I: Prof. Jorge Milán
- Ciclo II, Año II: Prof. Enrique Fuster
- Ciclo III: Prof. Rafael Jiménez Cataño

1. PRIMER CICLO

Los cursos del primer ciclo tienen una duración de dos años y ofrecen las bases para entender la comunicación institucional de la Iglesia y su relación con los medios de comunicación social. Son los que deciden los argumentos para las discusiones de la opinión pública y contribuyen a crear y conformar el diálogo social. Además de los conceptos fundamentales de comunicación social, se estudian también en este ciclo los fundamentos teológicos y filosóficos de la identidad de la Iglesia. Quien ya ha terminado los estudios institucionales de filosofía y teología puede concluir el primer ciclo en un solo año (*Curso Integrado*), presentando la petición de convalidación de las asignaturas ya cursadas (cfr. en esta Guía Académica, I. NORMAS GENERALES § 1.3 Reconocimiento de estudios realizados anteriormente).

1.1. Condiciones de admisión a los estudios de primer ciclo

Para ser admitido como estudiante ordinario del primer ciclo se necesita haber conseguido el diploma de estudios de educación secundaria, es decir, el documento requerido para la admisión a la universidad en el país de procedencia del estudiante. Tener un título de lengua inglesa equivalente al “First Certificate” o de nivel superior se considera de forma positiva en la valoración de la petición de admisión.

1.2. Plan de estudios

PRIMER AÑO - 1º SEMESTRE	créditos ¹
5D24 Teología fundamental I (G. Tanzella-Nitti)	4 (6)
iTS4 Teoría e historia del cinema (E. Fuster)	4 (6)
3EF4 Ética fundamental (J.A. Lombo)	4 (6)
1FU3 Filosofía del hombre I (A. Malo)	3 (5)
iFR4 Fundamentos de la retórica (anual) (R. Jiménez Cataño)	2 (3)
iFC5 Fundamentos de la comunicación institucional (anual) (J.M. La Porte)	3 (6)
1FR2 Filosofía de la religión (M. Porta)	2 (3)

¹ Entre paréntesis, los créditos ECTS

PRIMER AÑO - 2º SEMESTRE

6G13 Teología moral fundamental I (A. Rodríguez Luño e P. Agulles)	3 (4)
iST2 Historia de las ideas contemporáneas (C. Pioppi)	2 (3)
6D32 Teología fundamental II (G. Tanzella-Nitti)	2 (3)
4EA4 Ética aplicada (G. Faro)	4 (6)
iFR4 Fundamentos de la retórica (anual) (R. Jiménez Cataño)	2 (3)
iFC5 Fundamentos de la comunicación institucional (anual) (J.M. La Porte)	2 (4)

SEGUNDO AÑO - 1º SEMESTRE

7G23 Teología moral fundamental II (A. Rodríguez Luño e P. Agulles)	3 (4)
iDC2 Doctrina de la Iglesia sobre comunicación (F. Calogero)	2 (3)
iAP4 Análisis y práctica de la información I (anual) (D. Contreras e W. Tarasiuk)	2 (5)
7K22 Teología dogmática: eclesiología y ecumenismo I (P. Goyret)	2 (3)
iTI3 Tecnología informática I (A. Barillari)	3 (5)
ISM2 Iglesia y sociedad medieval: historia y prejuicios (C. Pioppi)	2 (3)
iTE3 Tecnología informática II (anual) (A. Barillari)	1 (1)

Materia opcional I

1) iFM1 <i>La comunicación de la fe a través de la música</i> (M. Frisina)	1 (1)
2) iIS1 <i>La comunicación de la fe a través de la imagen sagrada</i> (M. Dolz)	1 (1)
3) iAF2 <i>Christian Art and Communication of the Faith</i> (R. van Bühren, en inglés)	2 (3)

SEGUNDO AÑO - 2º SEMESTRE

2FU3 Filosofía del hombre II (F. Russo)	3 (5)
iOP3 Opinión pública (N. González Gaitano y G. Tridente)	3 (5)
8K12 Teología dogmática: eclesiología y ecumenismo II (P. Goyret)	2 (3)
iAP4 Análisis y práctica de la información I (anual) (D. Contreras y W. Tarasiuk)	2 (5)
iTE3 Tecnología informática II (anual) (A. Barillari)	2 (3)
iCU4 Comunicación audiovisual (J. Milán y C. Espoz)	4 (6)
iSG1 Sociología general (A. Maccarini)	1 (2)
iTG4 Teoría general de la comunicación (J.J. García-Noblejas e D. Gronowski)	4 (6)
iGB1 Great Books I (J.M. La Porte)	1 (1)

Materia opcional II

1) iBV1 *Bioética y cuestiones sobre el final de la vida*
(P. Requena)

1 (1)

1.3. Descripción de los cursos del primer ciclo

PRIMER AÑO - 1º SEMESTRE

5D24 TEOLOGÍA FUNDAMENTAL I

Introducción general al tratado de Teología Fundamental: finalidad, objeto y breve perfil histórico. Teología de la Revelación, Religión, misterio de Dios y Revelación. Introducción a las nociones de Relación (Antiguo y Nuevo Testamento, Padres de la Iglesia, teología medieval). Naturaleza y formas de la Revelación en la enseñanza del Magisterio de la Iglesia hasta el Concilio Vaticano II. La naturaleza y las características de la Revelación según la constitución dogmática *Dei Verbum*. La Revelación que Dios hace de sí mismo y del misterio de su amor salvífico: la tradición y la experiencia religiosa del pueblo de Israel. La encarnación del Verbo en Cristo y su misterio pascual, cumplimiento y plenitud de la Revelación. El Espíritu Santo y su misión en la Iglesia en la economía de la Revelación trinitaria. La Fe, don de Dios y respuesta del hombre. Reflexión antropológica-teológica sobre la fe. La fe en la Sagrada Escritura. La fe según el Magisterio de la Iglesia. El valor cristológico y el valor eclesial de la fe. La transmisión de la Revelación en la Iglesia. La relación entre Revelación e Iglesia. La Iglesia guardián de la Revelación y sujeto de su transmisión: las nociones de Tradición y sus relaciones con las Sagradas Escrituras. Revelación y Magisterio: indefectibilidad de la Iglesia y infalibilidad del Magisterio. Inmutabilidad y desarrollo del dogma: la relación de las formulaciones dogmáticas con la filosofía y el lenguaje.

Prof. G. Tanzella-Nitti

ITS4 TEORÍA E HISTORIA DEL CINE

A. *El cine como arte e industria*. Aspecto industrial del cine. La “Teoría del Autor” y sus límites. Aproximación al cine como arte: guión, puesta en escena, interpretación, fotografía, montaje, sonido.
B. *Panorámica de la historia del cine*. La invención del cine (1895- 1918): presupuestos y precursores; desde los Lumière a Méliès; el cine americano y David Wark Griffith. Últimos años del mudo (1919-1929): impresionismo y expresionismo, la escuela soviética, el estilo internacional y Carl Theodor Dreyer, las otras vanguardias. El cine documental; Robert Flaherty y el documental exótico, el cine-ojo de Dziga Vertov, Leni Riefenstahl y el cine de propaganda. El Studio-System en Hollywood (1930-1945): estructura de la industria, innovación continua, la larga sombra de Orson Welles, transformación de los géneros. El cine americano de la posguerra (1946-1967): el caso Paramount, cambios sociales y culturales, retos de la censura y el “macartismo”, historia y estilismo, maduración y crisis de los géneros. El cine europeo de la posguerra: el neo-realismo italiano. Nuevas propuestas y cinematografías jóvenes (1958-1967): del Free Cinema a la Nouvelle Vague y las otras corrientes. Los años 70: el renacimiento de Hollywood. Tendencias del cine contemporáneo.

Prof. E. Fuster

3EF4 ÉTICA FUNDAMENTAL

Introducción a la ética filosófica: naturaleza y objeto de la Ética. La constitución de la Ética como disciplina filosófica. Los principales proyectos de fundación e interpretación filosófica de la moral. Relación de la Ética con otros saberes. El sujeto moral: la persona como sujeto de la actividad moral. Teoría de la acción. La libertad. El orden moral: el bien moral como fin de la voluntad: la vida buena.

El bien moral como regla de la voluntad: recta razón, virtud y normas. La realización de la orden moral: estudio psicológico de la virtud. El conocimiento práctico: prudencia y consciencia. Los criterios por el juicio moral.

Prof. J.A. Lombo

1FU3 FILOSOFÍA DEL HOMBRE I

Naturaleza, objeto y método de la antropología filosófica; la relación con las otras ciencias. La vida y sus grados. Las nociones del alma o principio vital: forma y materia. La corporeidad: el cuerpo como sistema. Las facultades o principios operativos: acto y operación. El conocimiento humano: el plano sensible y el plano intelectual; lenguaje y pensamiento; la inteligencia artificial; el problema mente-cuerpo. Las tendencias sensibles y la voluntad. Las acciones y la libertad. Los hábitos. La dinámica afectiva. Espiritualidad e inmortalidad del sujeto humano.

Prof. A. Malo

IFR4 FUNDAMENTOS DE RETÓRICA

Naturaleza de la retórica. Cortesía. Tropos y figuras. Verdad y sus formulaciones. Elementos del sistema clásico: géneros, cánones, estilos, medios de persuasión. Demostración y argumentación. Lugares dialécticos y retóricos. Esquemas argumentativos. Falacias. Tipología del diálogo.

Prof. R. Jiménez Cataño

IFC5 FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La comunicación en las organizaciones. Comunicación y acción directiva. El Departamento de Comunicación: tareas, posición en el organigrama, criterios de profesionalidad. Los contratos externos. El Director de Comunicación: cualidad, tareas, formación, Elaboración de un programa de Comunicación: análisis interno y externo, estrategia y formulación de objetivos; valoración. Los públicos: concepto y tipología. Comunicación interna: públicos, objetivos, técnicas, instrumentos. Identidad e imagen de una institución. La relación con los medios de comunicación. Comunicación de crisis.

Prof. J.M. La Porte

1FR2 FILOSOFÍA DE LA RELIGIÓN

Premisas metodológicas para una filosofía de la religión. Definición externa de la esencia de la religión. Filosofía moral. Filosofía moral y filosofía de la religión. Las ciencias de la religión. Los fundamentos antropológicos de la religión. Relación entre el hombre con lo sagrado. Expresiones de la respuesta humana al divino. Dimensiones corporales y sociales de la religiosidad: símbolos, mitos, ritos. Historia de las religiones. Las constantes religiosas. Religiones tradicionales. Religiones de la India: Hinduismo, Budismo; religiones de China: Confucianismo. Taoísmo. Judaísmo. Cristianismo. El Islam. Los nuevos movimientos religiosos.

Prof. M. Porta

PRIMER AÑO - 2º SEMESTRE

6G13 TEOLOGÍA MORAL FUNDAMENTAL I

La teología moral: nociones, metodología y conexión con las otras disciplinas teológicas. Relación con la ética filosófica y con las otras ciencias humanas. Especificidad de la moral cristiana; fundamentos bíblicos. La vocación del hombre a participar a la vida trinitaria en Cristo. Moralidad: esencia y fundamento. Sabiduría y Providencia de Dios con respecto a los hombres: la ley divina. Las diferentes participaciones de la ley eterna: orden natural y orden sobrenatural. Relación entre ley natural y ley

evangélica. Imitación de Cristo, ley del Espíritu Santo y mandamientos. La mediación de la Iglesia. El Magisterio, guardia e intérprete auténtico de la verdad moral. La conciencia moral: nociones teológicas. Conciencia, ley divina y Magisterio: autonomía y heteronomía. Actuar según la propia conciencia: principios morales. Responsabilidad personal en la formación de la conciencia.

Prof. A. Rodríguez Luño e P. Agulles

ISI4 HISTORIA DE LAS IDEAS CONTEMPORÁNEAS

El curso quiere crear una visión de los orígenes de la cultura contemporánea, ámbito en el que se desarrollará el trabajo de un comunicador institucional de la Iglesia. El hilo conductor del curso es el proceso de secularización en sus diversos aspectos. Se da una particular atención al diálogo entre Iglesia y mundo moderno, con la finalidad de comprender cristianamente la cultura contemporánea. Los temas específicos que se tratan son: La Modernización: secularización y secularidad. El Nuevo Mundo y la época moderna: del buen salvaje al ciudadano. Reforma protestante y libertad de conciencia. Del Antiguo al Nuevo régimen. Los orígenes filosóficos de la Modernidad ideológica: Liberalismo, Nacionalismo, Marxismo, Cientificismo. La crisis de la cultura de la Modernidad: el pensamiento cristiano del siglo XX, el nihilismo, la sociedad permisiva. Los movimientos contraculturales: feminismo, ecología, neo maltusianismo. La Iglesia Católica y el mundo contemporáneo: Iglesia y revolución, el Concilio Vaticano II, los últimos pontificados.

Prof. C. Pioppi

6D32 TEOLOGÍA FUNDAMENTAL II

La credibilidad de la Revelación. La dimensión apologética de la teología fundamental; mirada de conjunto. Los motivos de credibilidad del cristianismo; comprensión teológica de la credibilidad y enseñanza del Magisterio. El auto-testimonio de Dios en el Primer Testamento: la credibilidad de la palabra divina entre promesa y cumplimiento. La persona de Jesús de Nazareth, centro de la credibilidad de la Revelación cristiana. El testimonio histórico de Jesús de Nazareth. La psicología de Jesús. Los *signos* de Jesús: la llamada a creer motivado por las obras y los milagros. La verdad de la resurrección de Jesucristo, entre fe e historia. La razón de frente al testimonio de la resurrección de Jesucristo transmitida por el Nuevo Testamento. La Iglesia, testigo de la caridad de Jesucristo y de la resurrección, en la economía de los motivos de credibilidad de la Revelación. La tradición clásica de la *viae historica, notarum y empirica*: la evolución de su comprensión en época contemporánea. La continuidad entre el evento cristiano y la transmisión del su mensaje salvífico en la Iglesia Católica. El testimonio, categoría constituida y motivo de credibilidad de la Revelación. La revelación cristiana en relación con las religiones. La singularidad de la Revelación judeo-cristiana y sus relaciones extrabíblicas. Unicidad y originalidad de la mediación del Cristo en un contexto interreligioso. El documento de la CTI, *El cristianismo y las religiones* (1996). Los puntos de referencia doctrinales del documento de la CDF, *Dominus Iesus* (2000). Profundización filosófico-teológico sobre la naturaleza de la religión en relación al evento cristiano.

Prof. G. Tanzella-Nitti

4EA4 ÉTICA APLICADA

El destino humano en la fundación de la ética individual y social. La antropología dual y relacional a la base de la ética del actuar humano: dimensión horizontal y vertical de la autotranscendencia humana. El principio personalista en género. El principio personalista aplicado a tres grandes dimensiones sociales: 1. La familia y la comunidad amistosa; 2. La comunidad profesional y laboral, 3. La comunidad política. Persona y sociedad civil. El orden jurídico: moral y política. Los sujetos de la educación ética. La comunidad internacional. Algunas cuestiones de actualidad.

Prof. G. Faro

IFR4 FUNDAMENTOS DE RETÓRICA

Ver primer semestre.

Prof. R. Jiménez Cataño

IFC5 FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN INSTITUZIONAL

Ver primer semestre.

Prof. J.M. La Porte

SEGUNDO AÑO - 1º SEMESTRE

7G23 TEOLOGÍA MORAL FUNDAMENTAL II

La vocación del hombre a participar de la vida trinitaria en Cristo. La conducta moral como respuesta del hombre a la llamada divina. El sujeto moral. Los elementos de la antropología moral: la naturaleza, estructura y valoración de la acción moral; las pasiones y los sentimientos; las virtudes teologales, las virtudes morales y los dones del Espíritu Santo; la libertad cristiana y la gracia. El pecado y la conversión.

Prof. A. Rodríguez Luño e P. Agulles

IDC2 DOCTRINA DE LA IGLESIA SOBRE COMUNICACIÓN

Presentación y análisis de los principales documentos del magisterio conciliar y pontificio reciente sobre medios de comunicación social (prensa, cine, radio, televisión, nuevos medios), colocados en su contexto histórico y doctrinal.

Prof. F. Calogero

IAP4 ANÁLISIS Y PRÁCTICA DE LA INFORMACIÓN I

Introducción teórica y práctica al proceso de elaboración de los textos periodísticos informativos. La actividad periodística. La producción de la noticia. El contexto, el texto y el estilo de la información. Utilidad y limitación de la tradicional distinción entre géneros periodísticos informativos, complementarios y de opinión. Monitorización de la información publicada sobre los principales medios informativos.

Prof. D. Contreras e W. Tarasiuk

7K22 TEOLOGÍA DOGMÁTICA: ECLESIOLOGÍA Y ECUMENISMO I

El tratado sobre la Iglesia en la historia de la teología. Origen de la Iglesia en la Trinidad. La Iglesia en el diseño salvífico del Padre; las fases preparatorias de la Iglesia en la historia de la salvación; la actualización del diseño sobre la Iglesia por obra de Cristo; la acción del Espíritu Santo en el nacimiento y en el desarrollo de la Iglesia. La misión de la Iglesia continuación de la misión de Cristo: la Eucaristía síntesis de la misión; la Iglesia y el Reino; la salvación de los hombres; empapar y perfeccionar el orden de la realidad temporal con el espíritu evangélico como fin de la misión de la Iglesia. Iglesia en cuanto misterio: el lenguaje bíblico con respecto a la Iglesia en cuanto misterio; Pueblo de Dios, Cuerpo de Cristo, Esposa de Cristo, Templo de Dios, Familia de Dios, Madre de los fieles. La Iglesia, misterio de comunión. El estado de la Iglesia peregrina: la Iglesia, sacramento de la comunión; la comunión de la Iglesia peregrina, unidad, santidad, catolicismo y apostolado como propiedades de la Iglesia. La Iglesia en su realización escatológica. María, madre e icono de la Iglesia.

Prof. P. Goyret

ITI3 TECNOLOGÍA INFORMÁTICA I

Introducción al conocimiento de la informática y al uso práctico de la instrumentalización. Editor de textos (Word), hojas de cálculo (Excel), gestión de bases de datos (FileMaker), realización y presentación gráficas (Power Point), etc. Las redes telemáticas de difusión mundial, los servicios de Internet (correo electrónico, World Wide Web, aplicaciones Web 2.0); acceso a las principales bases de datos internacionales.

Prof. A. Barillari

ISM2 IGLESIA Y SOCIEDAD MEDIEVAL: HISTORIA Y PREJUICIOS

El curso se propone hacer un recorrido por las relaciones entre Iglesia y Estado, cristianismo y sociedad, desde la época de Constantino hasta la Paz de Westfalia, con especial atención a las relaciones entre Papado y Sagrado Imperio Romano. Se presentarán además, los momentos fundamentales del nacimiento y del desarrollo del poder temporal del pontífice. También se expondrá el proceso de cristianización de la sociedad a lo largo de la Edad Media y los primeros pasos de la superación del modelo de *societas christiana*, que tuvo lugar al inicio de la Edad Moderna. En la exposición del curso, se ofrecen los instrumentos para favorecer un conocimiento del periodo medieval, que sepa ser crítico respecto a algunos aspectos de la representación que de tales épocas se ha producido en la imaginación colectiva del hombre contemporáneo.

Prof. C. Pioppi

ITE3 TECNOLOGÍA INFORMÁTICA II

Proyección y realización de paginas web. El lenguaje HTML y sus posibilidades: textos, imágenes, sonidos, vídeos, trato de la imagen estática. Los tags del lenguaje HTML. Uniones y recursos hipermediales. Ejercicios de escritura en HTML. Escritura de páginas web: editor, modalidad de visualización, introducción de una imagen, establecimiento del *frameset* en el lenguaje HTML. Los lenguajes XHTML, PHP, ASP. Estructura de la página: arquitectura, búsqueda de estilo, creación del archivo de objetos gráficos. Varios ejercicios individuales y de grupo de realización de páginas de distintas naturalezas (presencia on line, noticias, bienes y servicios, páginas para usuarios móviles) Applet Java sobre documentos HTML.

Prof. A. Barillari

MATERIA OPCIONAL I

Los estudiantes de comunicación Social Institucional, antes de obtener la Licenciatura, tienen que obtener al menos 3 créditos de la asistencia a cursos opcionales. Las materias opcionales se pueden elegir entre ordinarias o especiales previstas en el plan de estudios de la Facultad de Comunicación Institucional, Teología, Derecho Canónico y Filosofía. Cada estudiante tendrá que elegir la materia opcional de acuerdo con el Coordinador de Estudios de la Facultad. La lista definitiva de los cursos opcionales que se ofrecen en la Facultad de Comunicación Institucional serán conocidas al inicio del año académico. Hasta ahora, los cursos confirmados y válidos como materias opcionales para el primer semestre son tres:

1) IFM1 *LA COMUNICACIÓN DE LA FE A TRAVÉS DE LA MÚSICA*

El curso se propone guiar a la comprensión del fenómeno musical tanto en el ámbito de la evangelización como en el de los géneros del espectáculo y entretenimiento contemporáneo como el cine, la televisión y el teatro. El curso además ofrece claves prácticas sobre cómo elaborar técnicamente la música en este ámbito.

Prof. M. Frisina

2) ISI1 *LA COMUNICACIÓN DE LA FE A TRAVÉS DE LA IMAGEN SAGRADA*

Se estudia qué usos de la imagen ha hecho la Iglesia en orden a la comunicación de los contenidos de la fe. El problema que suscitó la imagen sagrada en los primeros Padres, el retorno de la cuestión en el Concilio de Nicea II. Los diferentes usos de la imagen: catequesis, celebraciones, oraciones y culto.

Prof. M. Dolz

3) IAF2 *CHRISTIAN ART AND COMMUNICATION OF THE FAITH*

Introducción a la arquitectura y a la imagen sagrada como expresiones de fe. Contexto histórico-filosófico del siglo XX. Influencia del Arte Moderno y del Movimiento Litúrgico. La renovación del Concilio Vaticano II. Legislación litúrgica postconciliar. Recepción actual de la doctrina conciliar sobre el arte y sobre los artistas. Arte cristiana como comunicación. Obras maestras. Lectura de una obra de arte y sus posibilidades en la liturgia, la homilía, la piedad popular, la catequesis, la enseñanza de religión en la escuela, las visitas guiadas en las iglesias, por internet, etc. Iconografía del arte sagrado: ejemplos concretos y ejercicios prácticos de todas las épocas. Valoraciones actuales de los bienes culturales de la Iglesia en la pastoral de la cultura y en la nueva evangelización. El curso incluye diversas salidas con fines didácticos.

Prof. R. van Bühren

SEGUNDO AÑO - 2º SEMESTRE

2FU3 FILOSOFÍA DEL HOMBRE II

La persona humana: perspectiva metafísica y fenomenológica: propiedades metafísicas de la persona; señas históricas sobre las nociones de persona. Persona y libertad: la tarea de realizarse a sí mismo; autenticidad, espontaneidad y madurez personal; la experiencia de la libertad; la experiencia del mal; el fundamento personalístico de la libertad; la autotranscendencia de la persona humana. Sociabilidad de la persona; el hombre social por naturaleza; concepciones individualistas y concepciones colectivistas; tendencias socializadoras y virtud social; la sociedad y el perfeccionamiento de la persona. Persona y cultura: raíces semánticas del término cultura; elementos fundamentales de la cultura; cultura y sociedad. Persona y valores; modelos y valores del actuar humano; análisis y fundaciones de las nociones de valor; valor, bien y verdad. Persona y trabajo: el trabajo como actividad específicamente humana; sentido subjetivo y sentido objetivo del trabajo; la técnica y la relación con la naturaleza; el juego y la fiesta. Persona e historia: la temporalidad humana y sus dimensiones; concepción cíclica y concepción lineal de la historia; el curso de la historia; el hombre en el tiempo.

Prof. F. Russo

IOP3 OPINIÓN PÚBLICA

Fundamentos para un conocimiento general de la historia y del estado actual de la disciplina: teoría y corrientes doctrinales. Naturaleza y definición de la opinión pública. Las diferentes teorías sobre los efectos de los medios de comunicación (impacto directo, efectos limitados, agenda setting, espiral del silencio, teoría de la cultivo, etc.) Sistemas de encuestas de la opinión pública con particular atención a los sondeos (fiabilidad, límites, efectos socio-políticos y culturales, uso periodístico de los sondeos). Procesos de formación de la opinión pública y la Iglesia Católica.

Prof. N. González Gaitano e G. Tridente

8K12 TEOLOGÍA DOGMÁTICA: ECLESIOLOGÍA Y ECUMENISMO II

La estructura fundamental de la Iglesia peregrina: la doble modalidad del sacerdocio cristiano; la diversificación carismática ulterior en la *communio fiddelium*; la estructura de la Jerarquía eclesiástica; la dimensión universal-particular de la Iglesia; las estructuras pastorales interdiocesanas; la articulación interna de la Iglesia particular. La actuación de la misión de la Iglesia como participación y

continuación del triple oficio de Cristo en la fuerza de su Espíritu; la participación diferenciada de todos los fieles en la misión de la Iglesia; indefectibilidad e infalibilidad de la Iglesia y en la Iglesia; comentarios sobre algunos grandes temas de la pastoral contemporánea. El ecumenismo: señas históricas sobre las causas de la división en la Iglesia; los intentos de unificación y el movimiento ecuménico; los principios católicos del ecumenismo y sus líneas de desarrollo; el diálogo con las diversas Iglesias y comunidades eclesiales cristianas; nociones básicas sobre las principales cuestiones doctrinales.

Prof. P. Goyret

IAP4 ANÁLISIS Y PRÁCTICA DE LA INFORMACIÓN I

Ver primer semestre.

Prof. D. Contreras e W. Tarasiuk

ITE3 TECNOLOGÍA INFORMÁTICA II

Ver primer semestre.

Prof. A. Barillari

ICU4 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Introducción al medio audiovisual. La comunicación institucional a través de la televisión y el vídeo. El trabajo en la televisión. Las diferentes tareas de la comunicación audiovisual. El lenguaje audiovisual. Géneros y tipos de programas, con especial referencia a los de información. El proceso de elaboración de un programa: pre-producción, producción, distribución. El format, el guión, la conducción de los programas, la parrilla, la medición de audiencias. Parte práctica: grabación de entrevistas y debates sobre temas que tienen relación con la comunicación institucional de la Iglesia; escritura, grabación y montaje de noticias para un telediario; grabación de reportajes informativos; grabación de programas de actualidad.

Prof. J. Milán e C. Espoz
Instructor: A. Jiménez

ISG1 SOCIOLOGÍA GENERAL

El curso tiene un doble objetivo: por un lado, introducir al estudiante en el modo específico de pensar de la sociología; por otro, ofrecer a través del estudio de los conceptos fundamentales de esta disciplina, una imagen sintética y peculiar de la sociedad, con referencia en particular a la sociedad compleja altamente modernizada. Se tratan, además, algunas cuestiones epistemológicas y teóricas generales relativas a qué es lo social y a qué tipo de conocimiento ofrece la sociología.

Prof. A. Maccarini

ITG4 TEORÍA GENERAL DE LA COMUNICACIÓN

La Teoría General de la Comunicación se detiene en torno a dos áreas de trabajo. La primera es de carácter descriptivo y considera el análisis de los modelos ofrecidos hasta hoy para explicar los fenómenos de la comunicación pública. La segunda área es de carácter sistemático y estudia el tipo de conocimiento y el objeto específico de la comunicación pública, de modo que se pueda hablar verdaderamente de al menos una “ciencia de la comunicación”. En esta materia se describen las “teorías” y se analizan los aspectos “prácticos” (políticos, éticos, estéticos, retóricos y poéticos) de la comunicación pública. Son aspectos que tienen que ver con la libertad de las personas, de los ciudadanos y de los profesionales de la comunicación, en términos de “saber”, no de “poder”.

Con la Teoría General de la Comunicación se estudia lo que es propio de los “profesionales de la comunicación” buscando unir las diferentes tareas periodísticas, publicitarias, propagandísticas, o de la

ficción y el entretenimiento. Se busca también entender el papel de los diferentes soportes materiales y las exigencias comunicativas de esta profesión, tanto a nivel local, como a nivel de dirección general (corporación multimedial internacional). La Teoría General de la Comunicación tiene que ver, predominantemente, con el estudio de las exigencias profesionales necesarias para tomar decisiones, y se relaciona menos con los hechos técnicos de tareas sin una directa responsabilidad social. Por lo tanto, se detiene más en el ámbito de los trabajos en puestos creativos y directivos, y un poco menos en los que son solamente ejecutivos.

Prof. J.J. García-Noblejas e D. Gronowski

IGBI GREAT BOOKS I

Análisis y valoración de los trabajos hechos durante el primer ciclo de cinco obras de particular importancia en el ámbito de la literatura y del pensamiento. La asignatura de Great Books I no implica la asistencia a lecciones. La lectura de estas obras está integrada en el programa de las siguientes materias de primer ciclo: *Teoría e historia del cine*, *Fundamentos de Retórica*, *Fundamentos de comunicación institucional*, *Análisis y práctica de la información I* y *Opinión pública*.

Prof. J.M. La Porte

MATERIA OPCIONAL II

Los estudiantes de comunicación Social Institucional, antes de terminar la Licenciatura, tienen que obtener al menos 3 créditos de la asistencia a cursos opcionales. Las materias opcionales se pueden elegir entre ordinarias o especiales previstas en el plan de estudios de la Facultad de Comunicación Institucional, Teología, Derecho Canónico y Filosofía. Cada estudiante tendrá que elegir la materia opcional de acuerdo con el Coordinador de Estudios de la Facultad.

La lista definitiva de los cursos opcionales que se ofrecen en la Facultad de Comunicación Institucional será publicada al inicio del año académico. Hasta ahora, el único curso confirmado y válido como materia opcional para el segundo semestre es:

1) IBV1 *BIOÉTICA Y CUESTIONES DEL FINAL DE LA VIDA*

Los cambios que la biotecnología ha provocado en la medicina se han reflejado en el modo de concebir y afrontar la enfermedad y la muerte en el contexto sanitario actual. No son pocos los problemas morales que se encuentran para resolver adecuadamente el modo de tratar el dolor y de reducir al máximo posible el sufrimiento humano, sobre todo en las fases terminales de la vida. En esta materia se estudian algunos problemas como la eutanasia, el encarnizamiento terapéutico, la suspensión de los tratamientos fútiles, la sedación terminal, los criterios neurológicos para la comprobación de la muerte, etc. Desde el punto de vista médico y moral, intentando tratar las dificultades que presenta su cobertura mediática.

Prof. P. Requena

2. SEGUNDO CICLO (LICENCIATURA)

El segundo ciclo ofrece una profundización en los conceptos de la comunicación social así como una formación específica en comunicación institucional. No se trata solamente de conocer las técnicas adecuadas de comunicación, sino también de saber presentar el mensaje cristiano en el mundo contemporáneo, hacerlo inteligible a los medios de comunicación y participar en el foro del diálogo público a través de las vías de comunicación más adecuadas a la naturaleza de la Iglesia y a sus instituciones. La formación ofrece, junto a los conocimientos teóricos, la preparación práctica necesaria. Para ser admitidos a los cursos de Licenciatura los estudiantes tienen que haber completado los estudios del primer ciclo.

2.1. Stage

Antes de concluir los estudios de Licenciatura, los estudiantes deben completar un *stage* en una institución informativa (oficina de prensa, periódico, departamento de comunicación diocesano, emisora radiotelevisiva, página web, etc.). Contactar con una institución es tarea del propio estudiante, las prácticas tienen que tener una duración de al menos 4 semanas laborables. Después de haber realizado las prácticas, el estudiante tiene que pedir la convalidación en la Secretaría Académica, presentando el certificado concedido por la institución donde ha hecho las prácticas.

2.2. Inglés

Para obtener el grado de licenciatura es necesario el conocimiento del inglés. Los estudiantes tienen que adquirir el conocimiento de esta lengua al nivel del “First Certificate”. Todos los que no son de madre lengua inglesa tienen que realizar un examen al inicio del primer año para determinar el nivel de inglés en el que se encuentran. La Universidad organiza un curso al que pueden acceder, a través de una inscripción específica, los alumnos interesados.

2.3. Plan de estudios

PRIMER AÑO - 1º SEMESTRE créditos²

iMR4 Media relations (anual) (B. Mastroianni)	2 (4)
iLU4 Literatura universal y comunicación de la fe (anual) (J. Wauck)	2 (3)
iAI4 Análisis y práctica de la información II (anual) (N. Graziani)	2 (3)
iSI3 Estructura de la información (anual) (G. Gamaleri e A. Bailly-Bailliere)	2 (4)
iMG2 Comunicación institucional y management (J.M. Mora e M. Carroggio)	2 (3)
iEO4 Economía de la comunicación institucional (A. Nieto)	4 (6)
iCR4 Comunicación radiofónica (anual) (J. Milán)	2 (3)
iCO2 Comunicación digital I (L. Ruiz)	2 (3)

Materia opcional I

1) iFM1 <i>La comunicación de la fe a través de la música</i> (M. Frisina)	1 (1)
2) iIS1 <i>La comunicación de la fe a través de la imagen sagrada</i> (M. Dolz)	1 (1)
3) iAF2 <i>Christian Art and Communication of the Faith</i> (R. van Bühren, en inglés)	2 (3)

PRIMER AÑO - 2º SEMESTRE

iMR4 Media relations (annuale) (B. Mastroianni)	2 (4)
iLU4 Literatura universal y comunicación de la fe (anual) (J. Wauck)	2 (3)
iMS3 Marketing de servicios (G. Polenghi)	3 (5)
iTD3 Técnicas del discurso oral (S. Tapia)	3 (5)
iCG3 Comunicación digital II (L. Cantoni e D. Arasa)	3 (5)

² Entre paréntesis, los créditos ECTS

iAI4 Análisis y práctica de la información II (anual) (N. Graziani)	2 (3)
iSI3 Estructura de la información (anual) (G. Gamaleri e A. Bailly-Bailliere)	1 (1)
iSC1 Sociología de la comunicación (A. Maccarini)	1 (2)
iCR4 Comunicación radiofónica (anual) (J. Milán)	2 (3)

Materia opcional II

1) iBV1 Bioética y cuestiones del finnal de la vida (P. Requena)	1 (1)
--	-------

SEGUNDO AÑO - 1º SEMESTRE

iAN3 Análisis y práctica de la información III (D. Contreras)	3 (5)
iCP3 Comunicación preventiva y gestión de crisis (Y. de la Cierva y R. Romolo)	3 (5)
iDP3 Desktop publishing (D. Contreras e M. Pilavakis)	3 (5)
iEL3 Ética informativa y legislación de la prensa (N. González Gaitano y G. Tridente)	3 (5)
iSA5 Guión audiovisual (J.J. García-Noblejas y E. Fuster)	5 (8)
iME1 Metodología de la investigación (R. Jiménez Cataño)	1 (1)
iGO1 Great Books II (J.M. La Porte)	1 (1)

SEGUNDO AÑO - 2º SEMESTRE

iMT6 Media Training (J.M. La Porte, R. Jiménez Cataño, F. Calogero y S. Tapia)	6 (8)
---	-------

El estudiante trabaja, además, en la elaboración de la tesis de licenciatura (10 créditos, 20 créditos ECTS) y tiene que realizar el examen de grado (2 créditos, 5 créditos ECTS).

2.4. Normas para la realización de la tesis de Licenciatura

Cada estudiante del segundo ciclo debe realizar una tesis de Licenciatura en el área de la comunicación, bajo la dirección de un docente de la Facultad. La tesis puede tener dos modalidades: un proyecto práctico o un trabajo de investigación científica.

El *proyecto práctico* tiene como finalidad la proyección de una idea que se pueda realizar en la realidad. En esta modalidad de tesis se busca el desarrollo de las capacidades prácticas del estudiante para programar y llevar a cabo proyectos comunicativos similares a los que tendrá que desarrollar al finalizar los estudios. El estudiante tiene que elaborar una idea original en el campo de la comunicación, ajustándola un plan para su realización práctica. La idea tiene que fundarse en datos específicos (audiencias, estadísticas, budget, programación, etc.), tiene que tener relación con uno de los medios de comunicación y debe incluir el estudio de su fiabilidad.

El *trabajo de investigación*, sin embargo, está dirigido hacia el estudio sistemático y teórico de un tema dentro del área de intereses de la facultad. Su finalidad es la de ofrecer una contribución científica útil para la enseñanza de los cursos fundamentales de la comunicación institucional, con un planteamiento de tipo teórico. A quien está interesado en continuar los estudios del tercer Ciclo, se le anima a elegir esta opción, si bien no implica una automática admisión en el programa de Doctorado.

El tema lo elige el estudiante bajo la guía de uno de los profesores de la Facultad. El trabajo tiene que tener una extensión de unas 70 páginas (doble espacio).

Normas generales y fechas de entrega del proyecto práctico y el trabajo de investigación científica:

- antes del *15 de enero 2010*: presentación en Secretaría Académica de la propuesta del proyecto o investigación, aprobada por el director, siguiendo las indicaciones dadas en el módulo previsto;
- antes del *12 de febrero 2010*: respuesta del Decano a la petición de aprobación. Los proyectos no aprobados podrán ser modificados antes de los 10 días sucesivos. Durante este periodo los estudiantes pueden presentar un nuevo proyecto;
- para la discusión de la tesis de licenciatura en la sesión de junio se necesita entregar las copias antes del *28 de mayo del 2010*; para la sesión de septiembre, antes del *13 de septiembre del 2010*. Se presentan en Secretaría Académica 5 copias encuadernadas del trabajo escrito (y el material audiovisual complementario, en su caso), con la firma del director en la primera página. Después de poner el sello de la Universidad sobre la portada, la Secretaría Académica devuelve una copia de la tesis o proyecto práctico. Además de las copias impresas solicitadas, el estudiante tiene que entregar el trabajo en formato digital (CD, DVD, etc.);
- durante el mes de *junio* cada estudiante discute públicamente su trabajo delante de una Comisión de tres profesores de la Facultad. La nota tiene en cuenta también la presentación pública, que se desarrolla en italiano (o en inglés o español, con el permiso del Tribunal) en unos 20 minutos.

2.5. Examen de grado

Después de la defensa de la tesis de Licenciatura, ya sea el proyecto práctico o el trabajo de investigación científica, el estudiante debe realizar un examen, con el cual se concluyen los estudios del segundo ciclo y se obtiene el grado de Licenciatura en Comunicación Social Institucional.

El examen, consistente en una prueba oral, versará sobre un listado de temas que representan una síntesis del programa completo de la Licenciatura. El estudiante se inscribe al examen de Licenciatura y paga la tasa en el momento de la entrega en la Secretaría académica de las copias del proyecto práctico o del trabajo de investigación.

La valoración final para el grado de Licenciatura en Comunicación Social Institucional viene determinada por la suma de las notas de todos los exámenes del segundo ciclo: 3/6 de la media de los exámenes de cada curso; 2/6 de la nota de la tesis de Licenciatura; 1/6 de la nota de la prueba oral final.

2.6. Descripción de los cursos del segundo ciclo

PRIMER AÑO - 1º SEMESTRE

IMR4 MEDIA RELATIONS

El curso estudia la relación entre institución y medios de comunicación a través del análisis del papel que en esta relación desempeña el encargado de comunicación. Todo el curso se desarrolla con una particular atención a las relaciones de las instituciones de la Iglesia con los medios de comunicación.

Incluso tratándose de una dimensión específica de la comunicación institucional, las relaciones con los medios tienen una función transversal. Las actividades de la oficina de prensa, de hecho, implican a un público particular (los periodistas) ocupado constantemente en informar a todos los diversos públicos de las instituciones. El curso tiene una parte teórica y una práctica. La primera estudia el papel del encargado de comunicación como constructor de relaciones de calidad con los periodistas y con el propio vértice institucional, para mediar entre dos intereses: el de la institución para comunicarse a sí

misma y el de los medios de comunicación para dar una información completa. La segunda parte se concentra en el uso de los instrumentos de la oficina de comunicación (comunicado de prensa, entrevista, declaración, etc.) también a través de ejercicios prácticos.

Prof. B. Mastroianni
Instructor: F. Gagliardi

ILU4 LITERATURA UNIVERSAL Y COMUNICACIÓN DE LA FE

El curso tiene en consideración los diferentes modos en los que la poesía, la narrativa y el teatro se convierten en vehículo del mensaje cristiano (la alegoría, la fábula, la sátira, biografía y autobiografía, etc.). Se dedicará una atención especial al papel de la narrativa en la comunicación de la verdad religiosa, desde los pasajes bíblicos hasta la novela moderna.

Prof. J. Wauck

IAI4 ANÁLISIS Y PRÁCTICA DE LA INFORMACIÓN II

Se profundiza en los conceptos estudiados en el curso anterior (Análisis y práctica de la información I), con un trabajo práctico más intenso.

Prof. N. Graziani

ISI3 ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

Los objetivos del curso son principalmente cuatro: a) ofrecer algunas pautas sobre la dinámica de formación de grupos de comunicación; b) conocer los grupos de comunicación más importantes del mundo; c) aprender a buscar información sobre estos grupos; d) tener una visión general de los medios de comunicación católicos. El contenido se desarrolla en ocho unidades: 1. Introducción: contexto y conceptos fundamentales sobre los medios de comunicación. 2. Aspectos históricos: nacimiento y evolución de los medios de comunicación. 3. Características empresariales de los medios de comunicación. 4. Características específicas de los medios de comunicación. 5. Conceptos relativos a la programación y a las audiencias de los medios (*ratings and shares*). 6. La concentración informativa. Tipologías, causas y efectos. 7. Principales grupos mediáticos. Estructura de los grupos en los diferentes países. 8. Medios católicos.

Prof. G. Gamaleri e A. Bailly-Bailliere

IMG2 COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y MANAGEMENT

1. Introducción. 2. Cualidades directivas. Responsabilidad, iniciativa, espíritu emprendedor, liderazgo y creatividad; capacidad de agregar. 3. Tareas de dirección. Decidir, organizar, comunicar y motivar, valorar e innovar. 4. Dirección estratégica. 5. La comunicación institucional como proceso. Fases, requisitos, resultados. 6. Sujetos y responsabilidad. Papel de los directivos, funciones del departamento de comunicación. 7. Competencias del departamento de comunicación. 8. Organización de las competencias de línea. Programación, proyectos, presupuestos. 9. Organización de las competencias del staff y de los recursos de terceros. 10. Creación y gestión de equipos. 11. El departamento en la institución. 12. *Case study* 1: Planificación y dirección de una campaña italiana en defensa de la vida. El comité "Scienza e Vita" y el referendun sobre la fecundación asistida. 13. *Case study* 2: Departamentos diocesanos de comunicación: áreas, funciones, objetivos. La diócesis de Macerata. 14. *Case study* 3: La Iglesia, el Opus Dei y el Código Da Vinci. 15. *Case study* 4: Gestión de la comunicación durante la enfermedad y muerte de Juan Pablo II. 16. Dirección y gestión de proyectos. Nociones generales. Planificación, control, impulso.

Prof. J.M. Mora e M. Carroggio

IEO4 ECONOMÍA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

El curso ofrece en primer lugar las bases teóricas y aplicativas sobre la estructura, la organización y la actividad económica de la comunicación de la institucional, en particular de las no gubernamentales. En este ámbito, se hace referencia a las relaciones económicas y a sus sujetos (mediadores, promotores, etc.). Sigue el análisis del mercado de la comunicación y del mecanismo oferta / demanda que caracteriza a los medios tradicionales y los nuevos medios. Para finalizar, se explican los sistemas de organizaciones y de administraciones contables y el análisis del balance.

Prof. A. Nieto

ICR8 COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

El medio radiofónico: nacimiento, evolución. Broadcasting - Podcasting. Radio e Internet. El lenguaje de la radio. Instrumentos de la comunicación radiofónica: micrófono, mixer, grabadoras, sistemas de montaje analógicos y digitales. Realización de un programa radiofónico: recursos humanos, financieros y técnicos. Tipos de emisoras radiofónicas. El clock. Los formatos en la radio. La parrilla. Los programas de información: el informativo radiofónico, la entrevista, el documental, la transmisión en directo de un evento. Los programas no informativos. El poder magnético de la radio: música y efectos. Parte práctica: grabación de debates, entrevistas e informativos radiofónicos, programas experimentales.

Prof. J. Milán

Instructores: T. Bellia e M. Russo

ICO2 COMUNICACIÓN DIGITAL I

La comunicación indirecta de los sistemas informativos – y en particular la realizada sobre la red Internet – está adquiriendo un papel siempre mayor dentro de las organizaciones y en sus relaciones con el mundo externo, así como en toda la cultura y por lo tanto, en la Iglesia. El curso muestra las principales modalidades de presencia en la red, la proyección de productos hipermediales on line, la comunicación integrada, el conocimiento de las tecnologías y de los dispositivos digitales que componen los sistemas de telecomunicaciones, el análisis y la valoración de su uso, conceptos fundamentales y criterios de valoración y discernimiento. Para finalizar, el curso presenta cómo analizar, crear y gestionar proyectos digitales en el ámbito eclesial y ofrecer algunas pautas tecnológicas para su creación.

Prof. L.A. Ruiz

MATERIA OPCIONAL I

Los estudiantes de comunicación Social Institucional, antes de obtener la Licenciatura, tienen que obtener al menos 3 créditos de la asistencia a cursos opcionales. Las materias opcionales se pueden elegir entre ordinarias o especiales previstas en el plan de estudios de la Facultad de Comunicación Institucional, Teología, Derecho Canónico y Filosofía. Cada estudiante tendrá que elegir la materia opcional de acuerdo con el Coordinador de Estudios de la Facultad. La lista definitiva de los cursos opcionales que se ofrecen en la Facultad de Comunicación Institucional serán conocidas al inicio del año académico.

Hasta ahora, los cursos confirmados y válidos como materias opcionales para el primer semestre son tres:

1) IFM1 *LA COMUNICACIÓN DE LA FE A TRAVÉS DE LA MÚSICA*

Ver primer ciclo (primer semestre).

Prof. M. Frisina

2) ISI1 *LA COMUNICACIÓN DE LA FE A ATRAVÉS DE LA IMAGEN SAGRADA*

Ver primer ciclo (primer semestre).

Prof. M. Dolz

3) IAF2 *CHRISTIAN ART AND COMMUNICATION OF THE FAITH*

Ver primer ciclo (primer semestre).

Prof. R. van Bühren

PRIMER AÑO. 2º SEMESTRE

IMR4 MEDIA RELATIONS

Ver primer semestre.

Prof. B. Mastroianni
Instructor: F. Gagliardi

ILU4 LITERATURA UNIVERSAL Y COMUNICACIÓN DE LA FE

Ver primer semestre.

Prof. J. Wauck

IMS3 MARKETING DE SERVICIOS

Partiendo de una exposición de los fundamentos del servicio en la economía del libre mercado, y del marketing de servicios, el curso se adentrará en la peculiaridad del marketing, interno y externo, en entes y organizaciones no gubernamentales y de voluntariado. Se estudiarán en particular las lógicas y las acciones del marketing de los servicios que están en relación directa, y que tienen reflejo sobre la comunicación institucional y sobre la imagen de organizaciones con finalidad de progreso social. El análisis del “Marketing de las ideas y de los comportamientos” cierra el programa del curso.

Prof. G. Polenghi

ITD3 TÉCNICAS DEL DISCURSO ORAL

La materia presenta los elementos fundamentales de una comunicación oral eficaz. Las cualidades personales de los oradores y las actitudes profundas sobre las que se apoya la comunicación oral. Las diversas situaciones comunicativas en función de los tipos de públicos a los que se dirige, y de los medios de comunicación utilizados. Las modalidades para construir un discurso eficaz en base al fin perseguido: informar, comentar, presentar un tema, etc. Las partes estructurales del discurso a la luz de los principios de elocuencia.

Prof. S. Tapia

ICG3 COMUNICACIÓN DIGITAL II

El curso busca comprender la comunicación en Internet, especialmente la que es a través del website. Particularmente, se focaliza sobre la valoración de páginas web, su promoción y mantenimiento. Entre los diversos aspectos operativos, se presenta un modelo de análisis para los sitios web, la promoción de la página web sea online se offline, el análisis de los file de log y la gestión profesional de e-mail.

Prof. L. Cantoni e D. Arasa

IAI4 ANÁLISIS Y PRÁCTICA DE LA INFORMACIÓN

Ver primer semestre.

Prof. N. Graziani

ISI3 ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

Ver primer semestre.

Prof. G. Gamaleri e A. Bailly-Bailliere

ISC1 SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

El curso tiene como tema principal el papel de las religiones –con especial referencia a la Iglesia católica– en la esfera pública de la sociedad global. El objetivo es presentar algunas coordenadas fundamentales del debate sobre religión y esfera pública, sobre las formas de la comunicación pública religiosa y sobre las culturas civiles que dan forma a la participación de las religiones católicas en el espacio público, político y mediático, global. El curso tiene un corte comparativo y se concentra en el enfrentamiento entre las dinámicas de las sociedades europeas y las de la sociedad norteamericana. La tesis de fondo es que las formas típicamente modernas de la comunicación pública, como indicadores de la cultura civil y de la secularidad expresa de las religiones, coexisten con formas simbólicas y comunicativas emergentes, que manifiestan una intuición diversa de la relación entre Iglesia y esfera secular.

Prof. A. Maccarini

ICR8 COMUNICAZIONE RADIOFONICA

Ver primer semestre.

Prof. J. Milán

Instructores: T. Bellia e M. Russo

MATERIA OPCIONAL II

Los estudiantes de comunicación Social Institucional, antes de obtener la Licenciatura, tienen que obtener al menos 3 créditos de la asistencia a cursos opcionales. Las materias opcionales se pueden elegir entre ordinarias o especiales previstas en el plan de estudios de la Facultad de Comunicación Institucional, Teología, Derecho Canónico y Filosofía. Cada estudiante tendrá que elegir la materia opcional de acuerdo con el Coordinador de Estudios de la Facultad. La lista definitiva de los cursos opcionales que se ofrecen en la Facultad de Comunicación Institucional será hecha pública al inicio del año académico.

Hasta ahora, el curso confirmado y válido como materia opcional para el segundo semestre es:

1) iBV1 *BIOÉTICA Y CUESTIONES DEL FINAL DE LA VIDA*

Ver primer ciclo (segundo semestre).

Prof. P. Requena

SEGUNDO AÑO. 1º SEMESTRE

IAN3 ANÁLISIS Y PRÁCTICA DE LA INFORMACIÓN III

El objetivo del curso es profundizar, en la parte teórica, los criterios que se deben seguir en la elaboración de textos periodísticos de calidad. Con este propósito, el programa se concentra sobre algunos aspectos de la *lingüística textual* y del *análisis del discurso*, que son particularmente útiles para la escritura y para el análisis de textos periodísticos. A lo largo del curso se introduce a los estudiantes en la metodología específica del análisis de textos periodísticos.

En la parte práctica se focaliza la atención en la escritura de comentarios de texto de opinión sobre cuestiones de actualidad. Los trabajos personales serán publicados en forma de *blog*; los trabajos de grupo serán publicados en formato *podcast*. A través de los ejercicios, se quiere conseguir que los estudiantes adquieran el sentido de la inmediatez y del respeto de las fechas de entrega, esenciales en el trabajo periodístico.

Prof. D. Contreras

ICP2 COMUNICACIÓN PREVENTIVA Y GESTIÓN DE CRISIS

1. *El contexto social y cultural*: factores que favorecen las crisis; los medios, catalizadores de las crisis; deberes y responsabilidades de las instituciones. 2. *La comunicación de crisis*: definición, características y clasificaciones de crisis institucionales; gestión y comunicación de crisis; el tribunal de la opinión pública vs. el tribunal legal. 3. *Los principios de la comunicación de crisis*: las percepciones son tan relevantes como los hechos; distinguir entre ira racional e irracional es imprudente; la auto-relevancia nace del respeto por la verdad; coherencia con la naturaleza de la institución; aceptar las propias responsabilidades; la profesionalidad como deber ético. 4. *Los públicos de la institución de frente a una crisis*: públicos primarios o partícipes, internos y externos; relación con las víctimas; los públicos secundarios; los medios de comunicación. 5. *La prevención de la crisis*: el análisis de los riesgos; la atención a las reclamaciones; errores y rectificaciones, rumores y fugas de noticias; la comunicación durante una negociación. 6. *La preparación: el plan de crisis*: naturaleza y objetivos; modelos; procesos de elaboración, contenidos; organización del comité de crisis; procedimientos de trabajo. 7. *La comunicación durante la crisis*: cómo programar la respuesta institucional; elaboración del mensaje; elección del portavoz; asumir la iniciativa; control de los tiempos. 8. *Instrumentos de las comunicaciones más adaptadas a las crisis. Indicaciones específicas para algunas crisis*: oposición de un antagonista en la opinión pública; boicots; ataques ilegales; valores erróneos de la organización; comportamientos ilícitos de la organización. 9. *Valoración de la respuesta a la crisis*: procedimientos para valorar la eficacia en la gestión de la crisis; declaración de una salida de la crisis; el periodo post-crisis. 10. *El gestor de la crisis*: ¿quién debe gestionar una crisis institucional?; papel del comunicador institucional en la crisis; el gestor de crisis como promotor del cambio; la función de los consultores externos.

Prof. Y. De La Cierva y R. Romolo

IDP3 DESKTOP PUBLISHING

Introducción al diseño periodístico. Ejercitaciones en el uso de los programas informáticos más difundidos en este campo.

Prof. D. Contreras
Instructor: M. Pilavakis

IEL3 ÉTICA INFORMATIVA Y LEGISLACIÓN DE PRENSA

I. La ética de la comunicación social y la información: la verdad en la información y sus subrogados. La desinformación, la ocultación y la omisión informativa. El deber de documentación y las funciones de la documentación. II. La información y los valores humanos: el servicio del periodista a los ciudadanos y a la comunidad política. La vocación profesional y las virtudes del periodista. La inteligencia del periodista. La naturaleza prudente del periodismo. III. La ética de la comunicación social y la justicia: la libertad de expresión y sus límites. La información sobre la violencia: el terrorismo, la crónica negra de sucesos y la información sobre el dolor. El secreto profesional. La clausula de conciencia. El derecho-deber de rectificar. Los delitos contra el honor: la calumnia y la difamación. Interioridad, discreción y publicidad de las acciones políticas. Periodismo de investigación y procesos judiciales. La independencia profesional y las formas de corrupción. El sensacionalismo. IV. La información no periodística: Ética de la Publicidad. Ética de las Relaciones Públicas. V. Pautas sobre el derecho de los medios de comunicación social.

Prof. N. González Gaitano y G. Tridente

ISA5 GUIÓN AUDIOVISUAL

Los fundamentos para escribir un guión para el cine y para la televisión. El primer bosquejo. El argumento. El tratamiento. La estructura del guión en tres actos: el planteamiento, el desarrollo y la resolución. Trama principal y multiplicidad de otras tramas. La raíz dramática de la ficción audiovisual.

Arquetipos y modelos de héroes clásicos. Caracterización, identidad y credibilidad de los personajes: sentimientos, acciones, hábitos, virtudes, vicios. Cómo valorar un guión. Cómo hacer que se aprecie un guión y hacerlo comercial.

Prof. J.J. García-Noblejas y E. Fuster

IME1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Sesiones teórico-prácticas sobre la metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación y sobre la metodología de la elaboración de la tesis de licenciatura.

Prof. R. Jiménez Cataño

IGO1 GREAT BOOKS II

Análisis y valoración de los trabajos hechos durante el segundo ciclo de cinco obras de particular importancia en el ámbito de la literatura y del pensamiento. La asignatura de Great Books II no implica la asistencia a lecciones. La lectura de estas obras está integrada en el programa de las siguientes materias del segundo ciclo: *Literatura universal y comunicación de la fe, Técnicas del discurso oral, Estructura de la información, Teoría general de la comunicación y Ética informática y legislación de prensa.*

Prof. J.M. La Porte

SEGUNDO AÑO - 2º SEMESTRE

IMT4 MEDIA TRAINING

Preparación de debates sobre temas doctrinales de actualidad. El desarrollo de la argumentación. La preparación para la intervención. La adaptación del razonamiento a las particularidades de cada medio, con especial atención a la radio y a la TV. Las sesiones grabadas se visualizan y comentan con el profesor responsable.

Prof. J.M. La Porte, R. Jiménez Cataño, F. Calogero y S. Tapia

El segundo semestre también se dedica a la elaboración de la tesis de Licenciatura (10 créditos, 20 créditos ECTS), en su modalidad de proyecto práctico o de trabajo de investigación científica. El estudiante debe, además, realizar el examen de grado (2 créditos, 5 créditos ECTS).

3. TERCER CICLO (DOCTORADO)

El tercer ciclo ofrece un recorrido de búsqueda especializada en Comunicación Social Institucional, *dirigido sobre todo al trabajo de enseñanza y de investigación universitaria.* Cada estudiante debe frecuentar cursos monográficos por un total de 5 créditos (15 ECTS). Bajo la guía de un doctor de la Facultad, el estudiante prepara la tesis doctoral que debe aportar una contribución efectiva a la investigación en este ámbito científico.

El título de Doctor se concede según las normas establecidas (cfr. en esta guía, I NORMAS GENERALES § 3.3. Títulos).

3.1. Condiciones de admisión a los estudios de Doctorado

Para acceder al tercer ciclo los estudiantes deben tener el título de Licenciatura en Comunicación Social Institucional, conseguido con la nota mínima de *Magna cum laude* (9.0) y haber obtenido la nota mínima de 9.4 en la tesis de Licenciatura.

La admisión en el programa de Doctorado tiene como requisito previo la realización de un trabajo propedéutico de investigación en relación con el proyecto de tesis Doctoral que se quiera desarrollar. En el caso de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social Institucional, normalmente este trabajo coincide con la tesis de licenciatura de tipo teórico (cfr. 2. SECONDO CICLO (LICENZA) § 2.4. Normas para redacción de la tesis de Licenciatura).

3.2. Normas para la redacción de la tesis de Doctorado

a) Después de conseguir el título de Licenciatura, el estudiante debe presentar en Secretaría Académica la petición para pedir la aprobación del tema de la tesis de Doctorado. Con el título del proyecto de investigación, aceptado por el director, se indican otros datos que tienen relación con los objetivos, metodología y la bibliografía básica. Con el fin de la aprobación de tema, además del interés del director, se tienen en cuenta las líneas de investigación establecidas periódicamente por la Facultad. El tema tiene una validez de cinco años, tras los cuales es necesario pedir de nuevo la renovación anual y abonar la tasa establecida.

b) Cada año, antes del *31 de mayo*, el estudiante del tercer ciclo debe presentar en la Secretaría Académica una relación sobre el modo en el que procede la investigación y sobre la situación de la tesis, firmada por el director.

c) Cada capítulo de la tesis debe examinarlo también el codirector, que es nominado por el Decano en el momento de la aprobación del tema. El método de trabajo es similar para cada capítulo: una vez el estudiante ha introducido las indicaciones del director, el estudiante tiene que entregarlo al director, que a su vez, se lo entrega al codirector. El codirector dispone de 15 días laborables para comunicar al interesado, a través, del director, sus observaciones sobre el capítulo leído. Una vez completada la redacción de la tesis, y antes de proceder a la impresión definitiva y a la encuadernación, el estudiante entrega una copia del trabajo en Secretaría Académica para recibir del Coordinador de estudios el apto para la discusión, según las reglas vigentes.

d) El estudiante tiene que entregar en Secretaría Académica cinco copias encuadernadas de la tesis, con la firma del director en la primera página, con el recibo del pago de la tasa prevista. La Secretaría Académica pone el sello de la Universidad en la portada de la tesis y devuelve una copia al estudiante. Además de las copias impresas solicitadas, el estudiantes tiene que entregar el trabajo en formato digital (CD, DVD, etc.).

e) La discusión de la tesis de Doctorado tiene lugar en una sesión pública delante de una comisión de docentes, en el periodo incluido entre octubre y junio. La fecha (no antes de 15 días de la entrega de la tesis) y la hora lo comunica la Secretaría Académica.

f) Para la publicación de la tesis, ver las Normas generales (cfr. I NORMAS GENERALES § 3.3. Títulos).

3.3. Cursos monográficos de Doctorado

La lista definitiva de los cursos de Doctorado y su horario de lecciones se hará pública durante el primer semestre académico. Por lo general, los cursos doctorales tienen lugar durante los primeros meses del segundo semestre (marzo-abril).

3.4 Congresos

Los estudiantes de Doctorado que participan en el *Congreso de la Facultad* pueden obtener un crédito, con petición previa de convalidación presentada en la Secretaría Académica.

4. PUBLICACIONES DE LA FACULTAD

La Facultad de Comunicación Social Institucional ha publicado hasta ahora los siguientes volúmenes:

1. D. CONTRERAS (ed.), *Chiesa e comunicazione. Metodi, valori, professionalità*, Libreria Editrice Vaticana, Roma 1998.
2. J. MILÁN - J. WAUCK (ed.), *Comunicazione e cultura della vita*, Libreria Editrice Vaticana, Roma 1999.
3. R. SHAW - T.L. MAMMOSER - F.J. MANISCALCO, *Dealing with Media for the Church*, Apollinare Studi, Roma 1999.
4. N. GONZÁLEZ GAITANO (ed.), *Comunicazione e luoghi della fede*, Libreria Editrice Vaticana, Roma 2001.
5. M. CARROGGIO - J.M. LA PORTE (ed.), *Comunicazione di qualità fra Chiesa e media. Gli uffici stampa delle diocesi e delle conferenze episcopali*, Edusc, Roma 2002.
6. R. JIMÉNEZ CATAÑO – J.J. GARCÍA-NOBLEJAS (ed.), *Poetica & Cristianesimo*, Atti del Convegno *Poetica & cristianesimo* 28-29 Aprile 2003, Edusc, Roma 2004.
7. M. FAZIO, *Storia delle idee contemporanee. Una lettura del processo di secolarizzazione*, Edusc, Roma 20052.
8. R. JIMÉNEZ CATAÑO (ed.), *Il ritorno a casa*, Atti del Convegno *Poetica & cristianesimo* 28-29 Aprile 2005, Edusc, Roma 2006.
9. G. TRIDENTE, *Attacco all'informazione. Un approccio etico alla copertura mediatica del terrorismo*, Apollinare Studi, Roma 2006.
10. A. NIETO, *Economia della comunicazione istituzionale*, FrancoAngeli, Milano 2006.
11. J. MORA - D. CONTRERAS - M. CARROGGIO (ed.), *Direzione strategica della comunicazione nella Chiesa*, Edusc, Roma 2007.
12. N. GONZÁLEZ GAITANO (ed.), *Famiglia e Media. Il detto e il non detto*, Edusc, Roma 2008.
13. D. ARASA, *Church Communications Through Diocesan Websites. A Model of Analysis*, Edusc, Roma 2008.
14. Y. DE LA CIERVA, *La comunicazione di crisi nella Chiesa*, Edusc, Roma 2008.
15. C.S. BRENES, *Recepción poética del cine. Una aproximación al mundo de Frank Capra*, Edusc, Roma 2008.
16. E. FUSTER, *El cine de Graham Greene*, Eiunsa, Pamplona 2008.
17. J.M. LA PORTE (ed.), *Introduzione alla Comunicazione Istituzionale della Chiesa*, Edusc, Roma 2009.
18. J. MORA - M. CARROGGIO, *La Chiesa, l'Opus Dei e il Codice Da Vinci*, Edusc, Roma 2009.
19. R. JIMÉNEZ CATAÑO - I. YARZA (ed.), *Mimesi, verità e fiction*, Atti del Convegno *Poetica & cristianesimo* 29-30 Marzo 2007, Edusc, Roma 2009.
20. J. MILÁN FITERA, *Religión en TV. Argumentación y representación en los documentales de la RAI*, Edusc, Roma 2009.

En la colección *Dissertationes - Series de Communicatione Sociali* (Edusc) han sido publicadas hasta ahora las siguientes tesis doctorales:

I. A.S. KOOTTIYANIYIL, *Role of the Media in Malcom Muggeridge's Pilgrimage to the Catholic Faith*, 2006.

II. M. SZCZEPANIAK, *Il Giubileo e la Stampa. Analisi dell'informazione apparsa sulla stampa internazionale sul Grande Giubileo dell'anno 2000*, 2004.

III. E.A. MITCHELL, *Artist and Image. Artistic Creativity and Personal Formation in the Thought of Edith Stein*, 2004.

IV. D. GRONOWSKI, *L'impatto dei Media sulla Chiesa secondo Marshall McLuhan*, 2003.

V. K. MUNDADAN, *Religious Tolerance and the Role of the Press. A critical Analysis of the News Coverage on the Christian Minority Issues in India*, 2002.