FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE SOCIALE ISTITUZIONALE

25°

Pontificia
Università
della
SANTA
CROCE

AUTORITÀ ACCADEMICHE

Decano	Prof. Daniel Arasa
Vicedecano	Prof. Enrique Fuster
Coordinatore degli studi	Rev. Prof. Sergio Tapia-Velasco
Segretario	Dott. Sergio Destito

DOCENTI

Emeriti
García-Noblejas Juan José

Ordinari
González Gaitano Norberto
Jiménez Cataño Rafael

Straordinari
Arasa Daniel
Contreras Diego
Fuster Enrique
La Porte José María
Milán Jorge

Associati
Bergamino Federica
Bühren Ralph van
Carroggio Marc
Tapia-Velasco Sergio
Wauck John

Incaricati
Cárdenas, Jaime
de la Cierva Santiago
Dolz Michele
Espoz César
Frisina Marco
Graziani Nicola
Narbona Juan
Petricone, Francesco
Pujol Jordi
Ruiz Lucio Adrián
Russo Mario
Sánchez Manuel F.
Tridente Giovanni
Velásquez César Mauricio
Zazzerini Giovanni

Visitanti
Banús Enrique
Brenes Carmen Sofía
Cantoni Lorenzo
Fumagalli Armando
Gili Guido
Gamaleri Gianpiero
Gil Alberto
Herrero Mónica
Lecarós María José
Maccarini Andrea
Mora Juan Manuel
Pérez-Latre Francisco Javier
Shaw Russell

Ricercatori
Bellido Gema
O´Brien Bernadette

Assistenti
Díaz Dorronsoro José María

Istruttori
Buscemi Raffaele
Gagliardi Francesco
Jiménez Alfonso
Noronha Ashley Renée
Noronha John Peter
Piana Federico
Pilavakis Michalakis

COORDINATORI DI CORSO

– Ciclo I	Prof. Ralf van Bühren
– Ciclo II, Anno I	Prof.ssa Federica Bergamino
– Ciclo II, Anno II	Prof. Jordi Pujol
– Ciclo III	Prof. Alberto Gil

La Facoltà di Comunicazione Istituzionale si propone di formare professionisti in grado di operare nell'ambito della comunicazione presso le istituzioni ecclesiali. A questo scopo, il programma degli studi offre agli studenti una solida formazione articolata in quattro punti essenziali:

1. Approfondimento della comunicazione nella sua natura e nei suoi elementi fondanti. Le materie proposte in questo ambito trattano dei fondamenti teorici della comunicazione istituzionale, dei processi di formazione dell'opinione pubblica e dell'etica dell'informazione. Vengono anche approfondite le basi della linguistica testuale e della transculturalità per comprendere la comunicazione istituzionale nella sua universalità, ma anche nella sua identità culturale. A tale scopo, i corsi di questa area prestano particolare attenzione alla riflessione e alla metodologia scientifica. Le materie sugli elementi costitutivi della comunicazione introducono anche al linguaggio proprio dei vari media (radio, televisione, stampa e mezzi basati sulle nuove tecnologie) integrandosi con gli altri insegnamenti sulla gestione della comunicazione istituzionale.

2. Studio del tessuto culturale in cui la Chiesa propone il suo messaggio e incarna la fede, in un dialogo permanente con le donne e gli uomini di ogni secolo. Si indaga sul modo in cui la Chiesa ha sviluppato lungo i secoli il messaggio cristiano facendolo diventare lievito della cultura. Corsi come *Storia delle idee contemporanee, Arte cristiana e comunicazione della fede, Letteratura universale e comunicazione della fede* o *Chiesa e società medievale*, cercano di individuare modi di proporre una fede che si fa cultura nel mondo odierno.

3. La conoscenza approfondita dei contenuti della fede e dell'identità della Chiesa come istituzione. In questo ambito si offrono materie di natura teologica, filosofica e canonistica.

4. Applicazione particolare delle teorie, pratiche e tecniche della comunicazione istituzionale alla Chiesa Cattolica, tenendo conto della sua peculiare identità. A tale scopo, i corsi di quest'area prestano particolare attenzione all'impostazione degli uffici di comunicazione, ai modi di comunicare con i diversi interlocutori della Chiesa e alla presentazione dei contenuti della fede nell'ambito dell'opinione pubblica.

Possono iscriversi alla Facoltà di Comunicazione Istituzionale sacerdoti, religiosi e laici, uomini e donne. Nella maggior parte dei casi gli studenti sono inviati da vescovi diocesani, oppure da superiori ecclesiastici, che av-

vertono la necessità di disporre in futuro della collaborazione di professionisti della comunicazione.

Il *curriculum* degli studi della Facoltà è diviso in tre cicli:

a) Il primo ciclo, di carattere propedeutico istituzionale, si protrae per tre anni e permette l'accesso al secondo ciclo; non si conclude con un grado accademico. Gli studenti che hanno terminato gli studi istituzionali di filosofia e teologia possono chiedere la convalida delle materie sostenute;
b) il secondo ciclo, di contenuto specialistico, ha una durata di due anni e si conclude con il grado accademico di Licenza, o Laurea Specialistica, in Comunicazione Sociale Istituzionale;
c) il terzo è un ciclo di perfezionamento della formazione scientifica attraverso l'elaborazione della tesi dottorale, e si conclude con il grado di Dottore in Comunicazione Sociale Istituzionale.

I nuovi studenti della Facoltà di Comunicazione Istituzionale sono tenuti a frequentare il corso di lingua italiana che avrà luogo nel mese di settembre (sono esentati dal corso soltanto gli studenti di madrelingua italiana, o quelli in possesso di un attestato di conoscenza della lingua italiana). Oltre al corso di italiano, durante il mese di settembre, i nuovi ammessi alla Facoltà di Comunicazione dovranno sostenere un colloquio con il Coordinatore degli Studi della Facoltà per essere informati sugli orari e su altri aspetti accademici.

1. PRIMO CICLO

I corsi del primo ciclo hanno la durata di tre anni e offrono le basi per comprendere la comunicazione istituzionale della Chiesa e il suo rapporto con i mezzi di comunicazione sociale, che propongono i temi da inserire nell'agenda dell'opinione pubblica e contribuiscono a creare e veicolare il dialogo sociale. Oltre alle nozioni fondamentali di comunicazione sociale, in questo ciclo si studiano i fondamenti teologici e filosofici dell'identità della Chiesa. Chi ha concluso gli studi istituzionali di filosofia e teologia può presentare la richiesta di convalida delle materie già sostenute. È possibile ridurre la durata del primo ciclo anche per gli altri studenti, a seconda del numero di materie che vengono convalidate (cfr. Norme generali § 1.3. Riconoscimento di studi precedentemente svolti).

1.1. CONDIZIONI DI AMMISSIONE AGLI STUDI DEL PRIMO CICLO

Per essere ammesso come studente ordinario al primo ciclo occorre aver conseguito il diploma di studi medi superiori richiesto per l'ammissione all'Università nel proprio Paese di provenienza.

1.2. LINGUA INGLESE

La conoscenza dell'inglese è necessaria per ottenere il grado di Licenza. Tutti coloro che non sono di madrelingua inglese, o che non abbiano ottenuto il livello *First Certificate*, o il B2 del *Common European Framework of Reference* o un titolo equivalente, devono sostenere un esame all'inizio del primo anno per determinare il proprio livello di conoscenza della lingua. L'Università organizza un corso a cui possono accedere, previa specifica iscrizione, gli studenti interessati.

La convalida della lingua inglese, o il superamento del livello richiesto, ha una validità di 8 crediti ECTS.

1.3. STAGE

Prima di concludere gli studi del primo ciclo, gli studenti devono completare uno *stage* (20 crediti ECTS) presso un'istituzione informativa (ufficio stampa, giornale, ufficio di comunicazione diocesano, emittente radiotelevisiva, sito internet, ecc). È compito dello studente contattare un'istituzione di proprio interesse per fare lo *stage*, che dovrà avere una durata minima di quattro settimane lavorative. Dopo aver concluso lo *stage*, lo studente deve chiederne la convalida in Segreteria Accademica presentando l'attestato rilasciato dall'ente.

1.4. PIANO DI STUDI

Legenda

ECTS Crediti ECTS (*European Credit Transfer System*).
Un credito equivale a 25 ore di studio, incluse le ore di lezione.

ORE Ore di lezione settimanali.

Primo Anno

	1° SEMESTRE		ECTS	ORE
5D24	Teologia fondamentale I	G. Tanzella-Nitti	6	4
iAC2	Arte cristiana e architettura cristiana come mezzi di comunicazione	R. van Bühren	3	2
iAP4	Analisi e pratica dell'informazione I (annuale)	D. Contreras	4	2
iEO2	Economia della comunicazione istituzionale	C. Mendoza	3	2
iFC4	Fondamenti della comunicazione istituzionale I (annuale)	D. Arasa	4	1
iFM1	La comunicazione della fede attraverso la musica	M. Frisina	2	1
iIA1	Introduzione alla comunicazione audiovisiva	J. Milán	2	1
iMI1	Industrie e mercati dell'informazione	J. Narbona	2	1
iSM2	Chiesa e società medievale	C. Pioppi	3	2
iTI3	Tecnologia informatica	J. Noronha	3	3

	2° SEMESTRE		ECTS	ORE
2FU3	Filosofia dell'uomo I	A. Malo	4,5	3
6D32	Teologia fondamentale II	G. Tanzella-Nitti	3	2
6G13	Teologia morale fondamentale I	A. Rodríguez Luño A. Bellocq	4	3
iAP4	Analisi e pratica dell'informazione I (annuale)	D. Contreras	4	2
iCT5	Comunicazione televisiva	J. Milán C. Espoz A. Jiménez	8	5
iFC4	Fondamenti della comunicazione istituzionale I (annuale)	D. Arasa	4	2

Secondo Anno

	1° SEMESTRE		ECTS	ORE
7G23	Teologia morale fondamentale II	A. Rodríguez Luño A. Bellocq	4	3
7H13	Teologia morale speciale: virtù teologali, prudenza e religione	J.M. Galván	4	3
7K22	Teologia dogmatica: Ecclesiologia ed Ecumenismo I	Ph. Goyret	3	2
iCO2	Comunicazione digitale I	L. A. Ruiz	3	2
iCR5	Comunicazione radiofonica (annuale)	J. Milán M. Russo F. Piana	5	3
iMS2	Marketing dei servizi	G. Zazzerini	3	2
iPS3	Public Speaking (annuale)	S. Tapia-Velasco	3	2

	2° SEMESTRE		ECTS	ORE
2SO2	Introduzione alle scienze sociali	J.A. Mercado	3	2
8K12	Teologia dogmatica: Ecclesiologia ed Ecumenismo II	M. de Salis Amaral	3	2
8M23	Storia della Chiesa: Età moderna e contemporanea	L. Martínez Ferrer	4	3
iBI1	Bioetica e questioni di inizio vita	P. Agulles	2	1
iCR5	Comunicazione radiofonica (annuale)	J. Milán. M. Russo F. Piana	3	2
iGP1	Gestione e promozione del patrimonio culturale-religioso	E. Banús S. Tapia-Velasco	2	1
iPS3	Public Speaking (annuale)	S. Tapia-Velasco	2	1
iSG2	Sociologia generale e della comunicazione	F. Petricone	3	2
iTS3	Teoria e storia del cinema	E. Fuster	5	3

Terzo Anno

	1° semestre		ECTS	ORE
1IC3	Introduzione al mistero cristiano	M. Vanzini	4,5	3
3FU3	Filosofia dell'uomo II	F. Russo	4,5	3
5FS2	Filosofia sociale e politica	M.A. Ferrari	3	2
iFR4	Fondamenti della retorica (annuale)	R. Jiménez Cataño	2	1

	2° semestre		ECTS	ORE
iAL1	Antropologia e Letteratura I	F. Bergamino	3	1
iBV1	Bioetica e questioni di fine vita	P. Requena	2	1
iFR4	Fondamenti della retorica (annuale)	R. Jiménez Cataño	3	2
iOP3	Opinione Pubblica	N. González Gaitano	5	3
iST2	Storia delle idee contemporanee	C. Pioppi	3	2
iTG2	Teoria generale della comunicazione	G. Gili	3	2

1.5. DESCRIZIONE DEI CORSI DEL PRIMO CICLO

Primo anno. 1º semestre

5D24 TEOLOGIA FONDAMENTALE I

Introduzione generale al trattato di Teologia Fondamentale: finalità, oggetto e breve profilo storico.

Teologia della Rivelazione. Religione, mistero di Dio e Rivelazione. Introduzione alla nozione di Rivelazione (Antico e Nuovo Testamento, Padri della Chiesa, teologia medioevale). Natura e forme della Rivelazione nell'insegnamento del Magistero della Chiesa fino al Concilio Vaticano II. La natura e le caratteristiche della Rivelazione secondo la costituzione dogmatica Dei Verbum. La Rivelazione che Dio fa di se stesso e del mistero del suo amore salvifico: la tradizione e l'esperienza religiosa del popolo di Israele. L'incarnazione del Verbo in Cristo e il suo mistero pasquale, compimento e pienezza della Rivelazione. Lo Spirito Santo e la sua missione nella Chiesa nell'economia della Rivelazione trinitaria.

La Fede, dono di Dio e risposta dell'uomo. Riflessione antropologico-teologica sulla fede. La fede nella Sacra Scrittura. La fede secondo il Magistero della Chiesa. La valenza cristologica e la valenza ecclesiale della fede.

La trasmissione della Rivelazione nella Chiesa. Il rapporto fra Rivelazione e Chiesa. La Chiesa, custode della Rivelazione e soggetto della sua trasmissione: la nozione di Tradizione e i suoi rapporti con la Sacra Scrittura. Rivelazione e Magistero: indefettibilità della Chiesa e infallibilità del Magistero.

prof. G. Tanzella-Nitti

iAC2 ARTE CRISTIANA E ARCHITETTURA CRISTIANA COME MEZZI DI COMUNICAZIONE

Introduzione: comunicare la fede con l'arte. La comunicazione organizzativa della Chiesa, come anche il giornalismo multimediale, hanno bisogno di esperti di arte e cultura. Linguaggio narrativo e simbolico dell'arte cristiana. Retorica dei gesti e della mimica nell'arte figurativa. Comunicazione nel turismo religioso.

Motivi per cui la Chiesa ha bisogno dell'arte cristiana: come espressione della fede, per la celebrazione liturgica, per motivi pastorali: come risposta alla sensibilità estetica dei fedeli, per la conoscenza della "condizione umana", etc.

Il "vocabolario iconografico" per comprendere l'arte cristiana come linguaggio visivo: iconografia e iconologia, tre gradi interpretativi dell'opera d'arte secondo Erwin Panofsky. Comunicatori come interpreti: scrivere e parlare sulle immagini e sull'architettura delle chiese.

L'architettura sacra nei secoli XX e XXI: l'influsso del movimento liturgico (1903-1962) e della nascita dell'architettura civile contemporanea (ca. 1880-ca. 1930), l'importanza del Concilio Vaticano II (1962-1965) e della riforma liturgica (dal 1964), l'architettura sacra nel primo (1965-1985) e secondo periodo postconciliare (1985-2019). Dibattito: quale sarà il futuro dell'architettura sacra?

Il corso prevede visite didattiche in diverse chiese di Roma.

È richiesta un'attiva partecipazione all'analisi delle opere d'arte.

prof. R. van Bühren

iAP4 ANALISI E PRATICA DELL'INFORMAZIONE I

Introduzione teorica e pratica al processo di elaborazione dei testi giornalistici. L'attività giornalistica. La produzione della notizia. Il contesto, il testo e lo stile dell'informazione. L'interpretazione giornalistica dell'attualità. Le fonti di informazione. Utilità e limiti della tradizionale distinzione tra generi giornalistici informativi, complementari e di opinione. Monitoraggio dell'informazione pubblicata sui principali mezzi informativi.

prof. D. Contreras

iEO2 ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Il corso si propone di fornire agli studenti gli elementi necessari per comprendere gli aspetti specifici del funzionamento dell'economia e per utilizzare gli strumenti di comunicazione in uso in ambito politico, nelle aziende e nelle organizzazioni non-profit. Queste conoscenze verranno successivamente sviluppate per definire le strategie di comunicazioni che riguardano le strutture gerarchiche della Chiesa: della Santa Sede, delle Diocesi, delle comunità dei fedeli e di ogni singolo fedele attraverso la riflessione sullo stewardship. L'uso di casi pratici e di esperienze che riguardano dipartimenti di promozione di Istituzioni cattoliche e di Diocesi, nonché l'analisi di problematiche vicine alla necessaria trasparenza e rendicontazione delle strutture della Chiesa, permetterà agli studenti di avere un criterio per pronunciarsi nella sfera pubblica.

I capitoli della dispensa, che sarà lasciata a disposizione degli studenti, riguardano pertanto: lo studio dell'attualità economica e l'enfasi che il magistero recente ha messo su di essa; gli strumenti di comunicazione del pubblico e del privato nella sfera pubblica; la Santa Sede e i suoi strumenti d'amministrazione patrimoniale; le Diocesi e i dipartimenti di sviluppo diocesano; la comunità dei fedeli e la promozione delle attività dei consigli di affari economici; lo stewardship o corresponsabilità come una risposta alla trasparenza.

prof. C. Mendoza

iFC4 FONDAMENTI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE I

La comunicazione nelle organizzazioni. Comunicazione e azione direttiva. Il Dipartimento di Comunicazione: competenze, posizione nell'organigramma, criteri di professionalità. La contrattazione esterna. Il Direttore di Comunicazione: qualità, compiti, formazione. Elaborazione di un programma di comunicazione: analisi interna ed esterna; strategia e formulazione di obiettivi; valutazione. I pubblici: concetto e tipologia. Comunicazione interna: pubblici, obiettivi, tecniche, strumenti. Identità e cultura di un'istituzione. Comunicazione esterna: pubblici, obiettivi, tecniche, strumenti. Identità e immagine di un'istituzione. Il rapporto con i mezzi di comunicazione. Comunicazione di crisi.

prof. D. Arasa

iFM1 LA COMUNICAZIONE DELLA FEDE ATTRAVERSO LA MUSICA

Il corso si propone di guidare alla comprensione del fenomeno musicale all'interno sia dell'evangelizzazione che dei generi di spettacolo e intrattenimento contemporaneo come il cinema, la televisione e il teatro. Il corso,

inoltre, offre spunti pratici su come si elabora tecnicamente la musica in questi ambiti.

prof. M. Frisina

iIA1 INTRODUZIONE ALLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA

Natura e caratteristiche dei media audiovisivi (radio e televisione). Breve storia della radio e della tv. Modelli di stazioni radio televisive. Caratteristiche del linguaggio audiovisivo. Generi e tipi di programmi. La comunicazione istituzionale attraverso la radio, la televisione e il video.

prof. J. Milán

iMI1 INDUSTRIE E MERCATI DELL'INFORMAZIONE

Gli obiettivi del corso sono principalmente tre: a) offrire alcuni cenni sulla dinamica di formazione dei gruppi di comunicazione; b) conoscere i gruppi di comunicazione più importanti del mondo; c) imparare a cercare informazioni su questi gruppi.

Il programma si sviluppa in otto punti: 1. Introduzione: contesto e concetti fondamentali sui mass media. 2. Aspetti storici: nascita ed evoluzione dei mass media. 3. Caratteristiche imprenditoriali dei mass media. 4. Caratteristiche specifiche dei mass media. 5. Concetti relativi alla programmazione e all'audience dei media (ratings and shares). 6. La concentrazione informativa. Tipologie, cause ed effetti. 7. Principali gruppi mediatici. 8. Media cattolici.

prof. J. Narbona

iSM2 CHIESA E SOCIETÀ MEDIEVALE

Il corso si propone di ripercorrere le relazioni tra Chiesa e stato, cristianesimo e società, dall'epoca di Costantino sino alle paci di Westfalia, con particolare attenzione ai rapporti tra Papato e Sacro Romano Impero. Si presenteranno altresì i momenti fondamentali della nascita e dello sviluppo del potere temporale del pontefice. Verrà inoltre esposto il processo di cristianizzazione della società verificatosi lungo il medioevo e i primi passi del superamento del modello di societas christiana, avvenuti agli inizi dell'età moderna. Nell'esposizione del corso, si offriranno inoltre degli strumenti per favorire un approccio alla conoscenza del periodo medievale, che sappia essere critica rispetto ad alcuni aspetti della rappresentazione che di tale epoca si è prodotta nell'immaginario collettivo dell'uomo contemporaneo.

prof. C. Pioppi

iTI3 TECNOLOGIA INFORMATICA

Introduzione alla conoscenza dell'informatica e all'utilizzo pratico della strumentazione di laboratorio. Acquisizione della terminologia propria della disciplina. Software applicativo: editor di testi (MSWord), fogli di calcolo (MSExcel), realizzazioni e presentazioni grafiche (MSPower Point), ecc. Le reti telematiche di diffusione mondiale, i servizi internet (e-mail, Web 2.0); applicazioni Cloud Computing - Dropbox, Google Drive e Office OneDrive; metodologia di lavoro per progetto. Progettazione e realizzazione di pagine web. Il linguaggio HTML e le sue possibilità: testi, immagini, suoni, filmati; cenni al trattamento delle immagini – procedure di acquisizione immagini e relativi diritti di utilizzo. Aspetti base del diritto d'autore. Scrittura di pagine web: editor, modalità di visualizzazione, inserimento di oggetti, CSS nel linguaggio HTML. Struttura del sito: architettura, ricerca di stile, creazione archivio oggetti grafici. Metodologia di lavoro per progetto. Dalla ricerca dello spazio web alla registrazione del dominio, alla gestione della Dashboard, al controllo e analisi delle statistiche. Soluzioni all-in-one presenti in rete: WordPress. Progettazione di siti dinamici.

dott. J. Noronha

Primo anno. 2º semestre

2FU3 FILOSOFIA DELL'UOMO I

Importanza, oggetto e metodo dell'antropologia filosofica; il rapporto con le altre scienze. Il corpo materiale, organico, senziente e spiritualizzato. La nozione di anima o principio dell'unità della persona. La vita e i suoi gradi. Le facoltà o principi operativi: atto e operazione. La dinamica desiderativa. La conoscenza umana: il piano sensibile e il piano intellettuale; linguaggio e pensiero; l'intelligenza artificiale; il problema mente-corpo. La volontà. L'azione e la libertà. Gli abiti. Condizione sessuata. Spiritualità ed immortalità del soggetto umano.

prof. A. Malo

6D32 TEOLOGIA FONDAMENTALE II

La credibilità della Rivelazione. La dimensione apologetica della teologia fondamentale: sguardo d'insieme. I "motivi" di credibilità e la loro collocazione intrinseca alla Rivelazione. Il ruolo dei praeambula fidei in un programma teologico-fondamentale. Sul rapporto fra credibilità, segno e testimonianza. L'auto-testimonianza di Dio nel Primo Testamento: la credibilità della parola divina fra promessa e compimento. La persona di Gesú di Nazaret, centro della credibilità della Rivelazione cristiana. Le testimonianze

storiche su Gesú di Nazaret. La psicologia di Gesú. I segni di Gesú: l'appello a credere, motivato dalle opere e dai miracoli. La verità della resurrezione di Gesú Cristo, fra fede e storia. Le obiezioni al risuscitamento di Gesú di Nazaret . La Chiesa, testimone della carità di Gesú Cristo e della sua resurrezione, nell'economia dei motivi di credibilità della Rivelazione. La trattazione classica delle viae historica, notarum ed empirica: l'evoluzione della loro comprensione in epoca contemporanea. La continuità fra l'evento cristiano e la trasmissione del suo messaggio salvifico nella Chiesa cattolica. La testimonianza, categoria costitutiva e motivo di credibilità della Rivelazione.

La rivelazione cristiana in rapporto con le religioni. La singolarità della Rivelazione giudeo-cristiana e i suoi tratti caratteristici in rapporto alle tradizioni extrabibliche. Unicità e originalità della mediazione del Cristo in un contesto interreligioso. Il documento della CTI, Il cristianesimo e le religioni (1996). I punti di riferimento dottrinali del documento della CDF, Dominus Iesus (2000). Approfondimento filosofico-teologico sulla natura della religione in rapporto all'evento cristiano.

prof. G. Tanzella-Nitti

6G13 TEOLOGIA MORALE FONDAMENTALE I

La teologia morale: nozione, metodologia e connessione con le altre discipline teologiche. Rapporto con l'etica filosofica e con le altre scienze umane. Specificità della morale cristiana: fondamenti biblici. La vocazione dell'uomo a partecipare alla vita trinitaria in Cristo. Moralità: essenza e fondamento. Sapienza e provvidenza di Dio riguardo agli uomini: la legge divina. Le diverse partecipazioni alla legge eterna: ordine naturale e ordine soprannaturale. Rapporto fra legge naturale e legge evangelica. Imitazione di Cristo, legge dello Spirito e comandamenti. La mediazione della Chiesa. Il Magistero, custode e interprete autentico della verità morale. La legge civile e i principi dell'etica politica. La coscienza morale: nozione teologica. Coscienza, legge divina e Magistero: autonomia ed eteronomia. Agire secondo la propria coscienza: principi morali. Responsabilità personale nella formazione della coscienza.

proff. A. Rodríguez Luño, A. Bellocq

iAP4 ANALISI E PRATICA DELL'INFORMAZIONE I

Vedi primo semestre.

prof. D. Contreras

iCT5 COMUNICAZIONE TELEVISIVA

Evoluzione del mezzo televisivo. Aree di lavoro della comunicazione televisiva: la regia, lo studio, le sale di montaggio, i locali ausiliari. Strumenti tecnici per la comunicazione televisiva: le telecamere, i videoregistratori, i mixer, i software di montaggio. Elementi del linguaggio televisivo: le inquadrature, i movimenti della telecamera, le transizioni, la scenografia, l'illuminazione, l'abbigliamento, movimenti, gesti e parole delle persone. Il processo di elaborazione di un programma: pre-produzione, produzione (e post-produzione), distribuzione. La pre-produzione: le risorse umane e finanziarie, il format, la scaletta. La produzione: la conduzione dei programmi (specie quelli d'informazione); le riprese, il missaggio, il montaggio. La distribuzione: le fasce orarie, il palinsesto televisivo, le tecniche di programmazione, la misurazione dell'audience. Parte pratica in studio: registrazione di interviste e dibattiti; scrittura, presentazione, registrazione e montaggio di notizie, reportage e rubriche.

proff. J. Milán, C. Espoz / istruttore: A. Jiménez

iFC4 FONDAMENTI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE I

Vedi primo semestre.

prof. D. Arasa

SECONDO ANNO. 1º SEMESTRE

7G23 TEOLOGIA MORALE FONDAMENTALE II

La vocazione dell'uomo a partecipare alla vita trinitaria in Cristo. La condotta morale come risposta dell'uomo alla chiamata divina. Il soggetto morale. Gli elementi dell'antropologia morale: natura, struttura e valutazione dell'azione morale; le passioni e i sentimenti; le virtù teologali, le virtù morali e i doni dello Spirito Santo; la libertà cristiana e la grazia. Il peccato e la conversione.

proff. A. Rodríguez Luño, A. Bellocq

7H13 TEOLOGIA MORALE SPECIALE: VIRTÙ TEOLOGALI, PRUDENZA E RELIGIONE

La natura della morale speciale. La religione come richiesta della cultura odierna. La virtù morale della religione: fondamento biblico, natura e atti, peccati contrari. La vita teologale, realizzazione piena del naturale essere religioso della persona umana. Vita della grazia e virtù teologali. La fede soprannaturale: attualità, fondamento biblico, natura, atti e atti contrari. La

speranza soprannaturale: ruolo dello sperare umano nella società odierna; risposta biblica, natura e atti della speranza, peccati contrari. La carità soprannaturale: la crisi contemporanea dell'amore umano e la risposta rivelata. La carità verso Dio: natura e atti. La carità verso la persona umana: base biblica, natura, atti e manifestazioni più importanti. I peccati contro la carità. La virtù morale della prudenza: fondamento biblico, natura e atti, vizi opposti.

prof. J.M. Galván

7K22 TEOLOGIA DOGMATICA: ECCLESIOLOGIA ED ECUMENISMO I

L'articolo ecclesiologico del simbolo della fede. L'ecclesiologia nella storia e nell'insieme della teologia. La Chiesa nel disegno salvifico del Padre e la sua preparazione nella storia della salvezza. L'attuazione del disegno del Padre sulla Chiesa ad opera del Figlio Incarnato. L'opera dello Spirito Santo nella formazione e nello sviluppo della Chiesa. La Chiesa de unitate Patris et Filii et Spiritus Sancti plebs adunata. Il mistero della Chiesa. Le immagini bibliche. Popolo di Dio, Corpo di Cristo e Tempio dello Spirito. La Chiesa, mistero di comunione. La sacramentalità della Chiesa. Necessità della Chiesa per la salvezza e appartenenza. La communio sanctorum. Maria, prefigurazione, icona e consumazione del mistero della Chiesa. Le proprietà della Chiesa come doni e come compiti. Evoluzione storica, configurazione attuale e rapporto reciproco. Unità, santità, cattolicità e apostolicità della Chiesa nella loro singolarità.

prof. Ph. Goyret

iCO2 COMUNICAZIONE DIGITALE I

La comunicazione mediata dai sistemi informatici – e in particolare quella realizzata sulla rete Internet – sta acquisendo un ruolo sempre maggiore all'interno delle organizzazioni e nei loro rapporti con il mondo esterno, così come nell'intera cultura e quindi anche nella Chiesa. Il corso illustra i principali strumenti per la progettazione della comunicazione integrata e le dinamiche del cloud computing; la conoscenza delle tecnologie e dei dispositivi digitali che compongono i sistemi di telecomunicazione, l'analisi e la valutazione del loro utilizzo, i concetti fondamentali e i criteri di valutazione e di discernimento. Infine, il corso presenta come analizzare, creare e gestire progetti digitali in ambito ecclesiale e offre alcuni accenni teologici per la loro fondamentazione.

prof. L.A. Ruiz

iCR5 COMUNICAZIONE RADIOFONICA

Evoluzione del mezzo radiofonico. Aree di lavoro della comunicazione radiofonica: la regia, lo studio, i locali ausiliari. Strumenti tecnici per la comunicazione radiofonica: microfoni, mixer, registratori, sistemi di montaggio digitali. Elementi del linguaggio radiofonico: voce, musica, effetti sonori. Il processo di elaborazione di un programma radiofonico: pre-produzione, produzione, distribuzione. La pre-produzione: le risorse umane e finanziarie, la scaletta, la scrittura delle notizie, la ricerca delle basi musicali ed effetti sonori. La produzione: tecniche di parlato radiofonico (dizione, articolazione, espressione, respirazione), il missaggio alla console, il montaggio audio digitale con software multi-traccia. La distribuzione: il palinsesto radiofonico, il clock, le emittenti di formato. Parte pratica in studio: registrazione di dibattiti, interviste e giornali radio; scrittura, presentazione, registrazione e montaggio di notizie, giornale radio, inchieste radiofoniche e jingles; creazione di una radio e di un palinsesto.

proff. J. Milán, M. Russo / istruttore: F. Piana

iMS2 MARKETING DEI SERVIZI

Obiettivi - Il corso si propone di: Definire un quadro di riferimento che permetta di conoscere i fondamenti e le potenzialità del marketing; Approfondire le specificità del marketing dei servizi: la progettazione dell'offerta, la definizione e misurazione della qualità dei servizi nonché la customer satisfaction; Sviluppare competenze specifiche nella gestione strategica, tattica ed operativa delle organizzazioni non-profit.

Programma - L'insegnamento prevede un'articolazione sui seguenti temi: 1. L'orientamento al mercato. Verrà presentato e discusso il marketing come approccio che mette il consumatore, o il fruitore dei servizi, al centro dei processi decisionali aziendali. Le imprese marketing oriented analizzano così la domanda di mercato, i bisogni, i problemi dei consumatori, per riuscire a offrire prodotti, servizi e soluzioni, in modo migliore rispetto alla concorrenza. 2. La strategia di marketing. La definizione di una strategia di marketing si fonda sulla natura del vantaggio competitivo – differenziazione o leadership di costo - che rispetto alla segmentazione del mercato, alla selezione del target e all'individuazione del posizionamento, permette di contraddistingue un brand dai concorrenti. 3. Dal prodotto al servizio. Le politiche di prodotto considerando le specificità dei servizi interessano: la progettazione e la gestione dei processi di produzione e di erogazione del servizio, gli elementi core e i servizi supplementari, il miglioramento della qualità del servizio, la gestione delle relazioni e le strategie di fidelizzazione. 4. Il marketing per il non-profit. Si declinano le tecniche e gli strumenti del marketing - pianificazione strategica, gestione e organizzazione delle risor-

se, definizione del marketing mix – in favore delle organizzazioni non-profit. Si approfondisce inoltre la responsabilità sociale delle imprese, per comprendere le logiche del profit e riflettere su possibili collaborazioni capaci di far convergere esigenze aziendali e sociali. 5. Il web marketing. La Rete offre elevate opportunità per il marketing soprattutto in termini di innovazione, comunicazione, interazione e fidelizzazione. Le proprietà di Internet come le esternalità di rete e la convergenza ad esempio contribuiscono a disegnare nuovi modelli di business e a completare il marketing mix delle organizzazioni più tradizionali.

prof. G. Zazzerini

iPS3 PUBLIC SPEAKING

La materia presenta gli elementi fondamentali di una comunicazione orale efficace. Le qualità personali dell'oratore e gli atteggiamenti profondi su cui poggia la comunicazione orale. Le diverse situazioni comunicative in funzione dei tipi di pubblico a cui ci si rivolge e dei mezzi di comunicazione utilizzati. Le modalità per costruire un discorso efficace in base al fine perseguito: informare, persuadere, intrattenere, ecc. Il corso si struttura prevalentemente in due parti. Nella prima sezione si studiano in modo pratico i principi della oratoria classica di Aristotele, Quintiliano e Cicerone. Nella seconda parte si analizza il contenuto dei discorsi alla luce delle moderne tecniche del Public Speaking e della "Psicologia della persuasione".

prof. S. Tapia-Velasco

Secondo anno. 2º semestre

2SO2 INTRODUZIONE ALLE SCIENZE SOCIALI

1. La nozione di scienza e la nascita delle scienze sociali. Scienze sociali o scienze umane? 2. La storia contro i concetti universali (la Methodenstreit). Von Savigny (1779-1861) e la Scuola Storica. W. Dilthey (1833-1911). La reazione di Carl Menger (1840-1921). Il neokantismo. E. Durkheim (1858-1917), V. Pareto (1848-1923) e Max Weber (1865-1920). 3. I metodi quantitativi. È possibile una conoscenza descrittiva e avalutativa della società? 4. Sviluppo della politica e dell'economia. Teorie politiche e teorie economiche. 5. Società e cultura nel novecento: a) Psicologia e interpretazione sociale della psicoanalisi. La nascita della psicologia sperimentale. Psicologia della forma. Comportamentismo. S. Freud (1856-1939), C.G. Jung (1875-1961) ed E. Fromm (1900-1980). G. Allport (1897-1967) e la psicologia sociale; b) Antropologia filosofica e biologia. H. Plessner (1892-1985), A. Gehlen

(1904-1976), N. Ellias (1897-1990); c) Società, sistema e sistemi. T. Parsons (1902-1979) e N. Luhmann (1927-1998). 6. Sviluppo dei popoli e demografia: a) Etnologia e antropologia culturale; b) Demografia ed economia politica. 7. Società e linguaggio. La linguistica. Lo strutturalismo e i suoi sviluppi.

prof. J.A. Mercado

8K12 TEOLOGIA DOGMATICA: ECCLESIOLOGIA ED ECUMENISMO II

La struttura della Chiesa pellegrina sulla terra. La communio fidelium strutturata dalla duplice modalità del sacerdozio cristiano. L'ulteriore diversificazione nella communio fidelium come risultato delle grandi linee carismatiche. La struttura gerarchica della Chiesa: il ministero episcopale, il primato romano e le "realtà intermedie". La dimensione universale-particolare della Chiesa. Le strutture pastorali interdiocesane. L'articolazione interna della Chiesa particolare.

La missione salvifica della Chiesa e la sua attuazione. Natura missionaria della Chiesa pellegrinante e i suoi diversi aspetti. Il soggetto e i soggetti della missione. Dinamiche di attuazione. L'ecumenismo nella storia della Chiesa e l'attuale movimento ecumenico. Inquadramento teologico e principi dottrinali. Pratica dell'ecumenismo.

prof. M. de Salis Amaral

8M23 STORIA DELLA CHIESA: ETÀ MODERNA E CONTEMPORANEA

Il pontificato di Bonifacio VIII: crisi di un'epoca. I Papi di Avignone. Lo Scisma d'Occidente. Nascita e sviluppo dell'Umanesimo. L'Inquisizione. Riforma cattolica prima di Trento. La separazione dei protestanti e degli anglicani. Il Concilio di Trento e i Papi riformatori. La Chiesa nell'epoca barocca. Scoperta ed evangelizzazione di nuove terre. La Chiesa nel "secolo dei lumi". La Rivoluzione Francese e il periodo della Restaurazione. Le missioni in America, Africa e Asia nel XIX e XX secolo. Chiesa e liberalismo. La fine dello Stato Pontificio. I cattolici e la questione sociale. Il Concilio Vaticano I. I pontefici dell'epoca contemporanea.

prof. L. Martínez Ferrer

iBI1 BIOETICA E QUESTIONI DI INIZIO VITA

Le questioni etiche che riguardano la vita umana nel suo inizio sono state da sempre oggetto di interesse da parte dell'opinione pubblica. Gli sviluppi della biotecnologia in questo ambito hanno influenzato una riflessione bioetica specifica, che prende in esame sia i temi classici, come l'aborto nelle sue diverse forme, sia altri, come quelli riguardanti le tecniche di procreazione assistita. In questo corso verranno studiate queste problematiche dal punto di vista clinico e bioetico, alla luce degli insegnamenti della dottrina cristiana.

Saranno affrontati argomenti di grande attualità, quali: lo statuto dell'embrione umano e il rispetto che merita; alcune questioni riguardanti l'aborto e la contraccezione (inclusa la cosiddetta pillola del giorno dopo); la procreazione artificiale; la crioconservazione degli embrioni; la ricerca con le cellule staminali.

prof. P. Agulles

iCR5 COMUNICAZIONE RADIOFONICA

Vedi primo semestre.

proff. J. Milán, M. Russo / istruttore: F. Piana

iGP1 GESTIONE E PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE-RELIGIOSO

Il patrimonio culturale europeo è costituito in gran parte da un patrimonio religioso, di cui una parte importante è proprietà della Chiesa. Non è soltanto un patrimonio materiale (edifici e opere d'arte), ma anche immateriale (musica sacra e sacre rappresentazioni, feste, pellegrinaggi, ecc.). Il valore culturale di questo patrimonio non è in contraddizione con il fine fondamentale di questi oggetti o attività, cioè l'evangelizzazione. Il moderno approccio alla gestione dei beni culturali è ben consapevole della necessità di rendere visibile e accessibile la storia narrata da questo patrimonio che, nel caso di quello religioso, è la Storia della Salvezza. Questo racconto, realizzato in modo professionale, può diventare uno strumento di evangelizzazione e permettere ai fedeli di comprendere meglio i contenuti della fede (intelligo ut credam). Allo stesso tempo, può anche aprire a persone non particolarmente vicine alla fede (ad esempio, turisti o persone con interessi artistici o musicali) vie di comprensione e di approccio alla fede. il corso si propone pertanto di illustrare le potenzialità del patrimonio religioso per l'evangelizzazione e di fornire criteri per la loro gestione professionale.

proff. E. Banús, S. Tapia-Velasco

iPS3 PUBLIC SPEAKING

Vedi primo semestre.

prof. S. Tapia-Velasco

iSG2 SOCIOLOGIA GENERALE E DELLA COMUNICAZIONE

Il Corso di Sociologia Generale e della Comunicazione si propone due obiettivi.

Il primo è riuscire ad inquadrare la Sociologia rispetto ad altre discipline – Filosofia, Scienza, Economia, Politica - per comprenderne peculiarità e differenze. Al termine del Corso si richiede agli studenti di saper spiegare: i

meccanismi di reciproca influenza fra Sociologia e altre discipline; i caratteri fondamentali e le regole della sociologia contemporanea; la sua storia e le sue origini concettuali. Specifica attenzione è assegnata a: distinzione tra comportamento antisociale e deviante; razzismo; fenomeno migratorio.

Il secondo obiettivo è quello di consentire agli studenti di saper rileggere il fenomeno sociale con la lente di ingrandimento dei mezzi di comunicazione e informazione. Un approfondimento specifico è dedicato all'analisi dei processi sociologici di creazione e sviluppo dei mass media. Si intende accrescere la consapevolezza degli studenti per i nuovi comportamenti sociali generati dai social media, nelle loro diverse forme espressive e comportamentali. Verranno considerate le tematiche relative all'agenda setting, alla cosiddetta spirale del silenzio, e alle dinamiche sociologiche della sfera politica e morale.

Il Corso si articolerà attraverso lo svolgimento di elaborati scritti e di una ricerca sociologica tramite sondaggio da parte degli studenti.

prof. F. Petricone

iTS3 TEORIA E STORIA DEL CINEMA

A. Il cinema come arte e industria. The Movie Industry: l'Industria a Hollywood; Hollywood fino al 1948 (Studio-System); un'eccezione: Walt Disney; il fallimento dello Studio-System; The New Hollywood; il valore strategico dei contenuti; altri dati importanti dalla New Hollywood; l'esempio di un film "di successo"; non è il denaro l'unico elemento che conta; l'industria del cinema fuori da Hollywood. La "Teoria dell'Autore" e i suoi limiti. Approccio al cinema come arte: la sceneggiatura, la messa in scena, gli attori, la fotografia, il montaggio, il sonoro.

B. Breve panoramica della storia del cinema. L'invenzione del cinema (1895-1918): presupposti e precursori; dai Lumière a Méliès; il cinema americano e David Wark Griffith. Ultimi anni del muto (1919-1929): impressionismo ed espressionismo, la scuola sovietica, lo stile internazionale e Carl Theodor Dreyer, le altre avanguardie. Il cinema documentario: Robert Flaherty e il documentario esotico, il cine-occhio di Dziga Vertov, Leni Riefenstahl e il cinema di propaganda. Lo Studio-System a Hollywood (1930-1945): struttura dell'industria, innovazione continua, la lunga ombra di Orson Welles, trasformazione dei generi. Il cinema americano del dopoguerra (1946-1967): il caso Paramount, mutamenti sociali e culturali, sfide alla censura e il "maccarthismo", storie e stili, maturazione e crisi dei generi. Il cinema europeo del dopoguerra: il Neorealismo italiano. Nuove proposte e cinematografie giovani (1958-1967): dal Free Cinema alla Nouvelle Vague e le altre ondate. Gli anni 70: la rinascita di Hollywood. Tendenze del cinema contemporaneo.

prof. E. Fuster

Terzo anno. 1° semestre

1IC3 INTRODUZIONE AL MISTERO CRISTIANO

Il Corso si pone come raccordo tra gli studi filosofici e quelli teologici e ha come principali finalità: 1) cogliere la singolarità del mistero cristiano sullo sfondo dell'esperienza religiosa e del pensiero filosofico; 2) mostrare il raccordo tra il cammino religioso (come preparazione evangelica) e quello filosofico, da una parte, e la teologia che sorge come riflessione sulla Rivelazione, dall'altra; 3) mettere in luce altresì l'eccedenza del mistero rivelato rispetto alle acquisizioni della sola ragione o del solo senso religioso; 4) riconoscere la significatività e la ragionevolezza dell'annuncio salvifico cristiano per l'uomo di ogni tempo, ripercorrendo in modo critico le principali obiezioni rivolte al cristianesimo nella storia e individuando le istanze con cui esso è chiamato a confrontarsi nell'attuale contesto secolarizzato; 5) mostrare la possibilità e la convenienza del dialogo fra teologia e scienza su alcuni temi di particolare rilievo. Chiude il Corso una riflessione sul mistero cristiano come luce capace di illuminare l'enigma della condizione umana.

prof. M. Vanzini

3FU3 FILOSOFIA DELL'UOMO II

La nozione di persona umana: prospettiva metafisica e prospettiva fenomenologica; proprietà metafisiche della persona; cenni storici sulla nozione di persona. Persona e libertà: il compito di realizzare se stessi; autenticità, spontaneità e maturità personale; l'esperienza della libertà; l'esperienza del male e il ruolo del dolore; il fondamento personalistico della libertà; l'autotrascendenza della persona umana. Relazionalità della persona: l'uomo sociale per natura; concezioni individualistiche e concezioni collettivistiche; tendenze socializzanti e virtù sociali; la società e il perfezionamento della persona. Persona e cultura: radici semantiche del termine cultura; elementi fondamentali della cultura: la lingua e il linguaggio, i costumi e i valori delle tradizioni culturali; cultura e società. Persona e valori: modelli e valori dell'agire umano; analisi e fondazione della nozione di valore; valore, bene e verità. Persona e lavoro: il lavoro come attività propriamente umana; senso soggettivo e senso oggettivo del lavoro; la tecnica e il rapporto con la natura; il gioco e la festa. Persona e storia: la temporalità umana e le sue dimensioni; concezione ciclica e concezione lineare della storia; il corso della storia; l'uomo nel tempo.

prof. F. Russo

5FS2 FILOSOFIA SOCIALE E POLITICA

Razionalità etica delle relazioni sociali. Società civile e bene comune politico. Ideologie contemporanee e relativismo. Sussidiarietà e Stato democratico. Il principio di sussidiarietà come presupposto per il rispetto della dignità della persona e della società civile. Necessità e limiti delle leggi civili nell'attuazione del bene comune politico. Gli agenti dell'educazione etico-politica. Società politica e religione. Principio di tolleranza. Secolarizzazione e principio di laicità.

prof.ssa M.A. Ferrari

iFR4 FONDAMENTI DELLA RETORICA

Natura della retorica. Cortesia. Tropi e figure. Verità e sue formulazioni. Elementi del sistema classico: generi, canoni, stili, mezzi di persuasione. Dimostrazione e argomentazione. Luoghi dialettici e retorici. Schemi argomentativi. Fallacie. Tipologia del dialogo.

prof. R. Jiménez Cataño

TERZO ANNO. 2º SEMESTRE

iAL1 ANTROPOLOGIA E LETTERATURA I

Questa materia prevede la lettura guidata di alcune opere di narrativa considerate significative nella formazione della cultura umanista del nostro tempo. Il percorso di letture ha l'obiettivo di far conoscere "in diretta" diversi autori e opere sia del passato che contemporanei, sviluppando nello studente il pensiero narrativo che abbraccia una logica legata alle azioni umane (desideri, emozioni, affetti, credenze) e alle interazioni tra individui (regole e motivazioni sociali), in un atteggiamento di ascolto ma anche di critica costruttiva rispetto ai diversi modi di pensare e di esistere proposti nei testi.

Molti argomenti di comunicazione della Chiesa presuppongono questioni legate all'antropologia e a una determinata concezione dell'essere umano da individuare non in astratto ma nel concreto della vita e degli eventi; nella lettura delle opere letterarie lo studente, entrando in contatto con la vita dei personaggi nelle diverse prospettive degli autori, ha l'opportunità di confrontarsi e dialogare su temi antropologici che appartengono intrinsecamente alla fede cristiana e alla sua comunicazione, in una modalità concreta ed esistenziale.

prof.ssa F. Bergamino

iBV1 BIOETICA E QUESTIONI DI FINE VITA

I cambiamenti che la biotecnologia ha provocato nella medicina si sono riflettuti nel modo di concepire e affrontare la malattia e la morte nel contesto sanitario attuale. Non sono pochi i problemi morali che si pongono sull'obbligatorietà delle cure, così come sul modo di trattare il dolore e di ridurre il più possibile le sofferenze umane, soprattutto nelle fasi terminali della vita. In questo corso si studiano alcuni problemi quali l'eutanasia, l'ostinazione terapeutica, la sospensione dei trattamenti futili, la sedazione terminale, i criteri neurologici per l'accertamento della morte, ecc. dal punto di vista medico e morale, tentando di mettere a fuoco le difficoltà presentate dalla loro trattazione mediatica.

prof. P. Requena

iFR4 FONDAMENTI DELLA RETORICA

Vedi primo semestre.

prof. R. Jiménez Cataño

iOP3 OPINIONE PUBBLICA

Fondamenti per una conoscenza generale della storia e dello stato attuale della disciplina: teoria e correnti dottrinali. Natura e definizione dell'opinione pubblica. Le diverse teorie sugli effetti dei mezzi di comunicazione (impatto diretto, effetti limitati, agenda setting, spirale del silenzio, teoria della coltivazione, ecc.). Sistemi di rilevamento dell'opinione pubblica con particolare attenzione ai sondaggi (affidabilità, limiti, effetti socio-politici e culturali, uso giornalistico dei sondaggi). Processi di formazione dell'opinione pubblica e Chiesa cattolica.

Gli obiettivi del corso di Opinione Pubblica sono quattro: 1. Riuscire a capire la differenza fra opinione pubblica e opinione pubblicata e comprendere i meccanismi di reciproca influenza fra queste due realtà. Perciò si presta speciale attenzione alla dimensione discorsiva della opinione pubblica (l'opinione pubblica come processo comunicativo) e alla dimensione psico-sociale di essa (l'opinione pubblica come forma di controllo sociale). 2. Dare notizia delle principali linee di ricerca sugli effetti sociali dei media, in particolare modo dell'agenda setting, della spirale del silenzio ed il framing. 3. Acquisire una competenza nella lettura critica dei sondaggi di opinione – metodi più abituali per misurare la distribuzione delle opinioni –, così come le notizie giornalistiche che ne rendono conto. 4. Integrare queste conoscenze nella comprensione dei processi di formazione dell'opinione pubblica nei confronti della Chiesa Cattolica.

prof. N. González Gaitano

iST2 STORIA DELLE IDEE CONTEMPORANEE

Il corso intende fornire una visione delle origini della cultura contemporanea, ambito in cui si svolgerà il lavoro di un comunicatore istituzionale della Chiesa. Il filo conduttore del corso è il processo di secolarizzazione nei suoi diversi aspetti. Particolare attenzione si darà al dialogo tra Chiesa e mondo moderno, con la finalità di comprendere cristianamente la cultura contemporanea. I temi specifici che vengono trattati sono: La Modernità: secolarizzazione e secolarità. Il Nuovo Mondo e l'epoca moderna: dal buon selvaggio al cittadino. Riforma Protestante e libertà di coscienza. Dal Vecchio al Nuovo Regime. Le origini filosofiche della Modernità. Illuminismo, Romanticismo e Idealismo. La Modernità ideologica: Liberalismo, Nazionalismo, Marxismo, Scientismo. La crisi della cultura della Modernità: il pensiero cristiano del XX secolo, il nichilismo, la società permissiva. I movimenti controculturali: femminismo, ecologia, neomaltusianismo. La Chiesa Cattolica e il mondo contemporaneo: Chiesa e rivoluzione, il Concilio Vaticano II, gli ultimi pontificati.

prof. C. Pioppi

iTG2 TEORIA GENERALE DELLA COMUNICAZIONE

Comunicare è la più normale, comune e diffusa attività umana e l'intera vita sociale è intessuta di comunicazione. Al tempo stesso però la comunicazione si rivela sempre una scommessa e un rischio, un evento "improbabile" che richiede molteplici condizioni perché accada e abbia successo. Il corso affronta il problema della comunicazione umana e sociale, della sua natura e del suo funzionamento, attraverso un percorso di otto domande.

1. Che cosa significa comunicare? Tre definizioni. Il concetto di relazione comunicativa. 2. Di che cosa è fatta la comunicazione? La struttura della relazione comunicativa e i suoi elementi costitutivi: soggetti-agenti, messaggi e significati, segni e codici, canali e media, scopi e norme, contesti. 3. Come avviene la comunicazione? La comunicazione come processo: codifica e decodifica, l'attività interpretativa, interesse e coinvolgimento, la comunicazione come atto fiduciario. 4. Perché comunichiamo? Le funzioni della comunicazione: conoscere e rappresentare la realtà, la comunicazione come legame sociale, la comunicazione come azione, la presentazione dell'identità, la comunicazione sulla comunicazione. 5. Come comunichiamo? Le forme della comunicazione. La comunicazione linguistica e la comunicazione non verbale: differenze, specificità, complementarità. 6. Cosa sono e come funzionano i media e le reti di comunicazione? I media come estensioni dell'uomo e come "apparati socio-tecnici". Scrittura, stampa, media elettronici e digitali. Reti a nodi e reti a centri. Media, conoscenza, potere. Le principali teorie sul rapporto media-società (paradigma degli effetti limi-

tati, teoria critica, paradigma tecnologico, agenda setting, teoria della coltivazione, spirale del silenzio, teoria del knowledge gap, teoria situazionale, Cultural studies, teoria dei media events). 7. Quando e perché la comunicazione fallisce? Il rumore: fattori e condizioni che minacciano e ostacolano la comunicazione. Rumore fisico, semantico e relazionale. Mezzi e strategie per contrastare il rumore. I "benefici" del rumore. 8. Che significa "saper comunicare"? Competenza linguistica e competenza comunicativa. Livelli e aspetti della competenza comunicativa. L'assunzione e il riconoscimento della "prospettiva" dell'altro.

prof. G. Gili

2. SECONDO CICLO (LICENZA)

Il secondo ciclo, della durata di due anni, fornisce un approfondimento dei concetti della comunicazione sociale, oltre ad una formazione specifica in comunicazione istituzionale. Vengono acquisite le tecniche adeguate per presentare il messaggio cristiano al mondo contemporaneo, nel linguaggio caratteristico dei mass media.

Per accedere a questo ciclo è necessario aver completato il primo ciclo di studi in Comunicazione Istituzionale, della durata di tre anni. I sacerdoti, che hanno già compiuto gli studi istituzionali teologici, possono completare il primo ciclo in un anno, grazie alla convalida dei corsi di Teologia e Filosofia. È possibile ridurre la durata del primo ciclo anche per gli altri studenti, a seconda del numero di materie che vengono convalidate. Al termine del secondo ciclo si ottiene il titolo di Licenza in Comunicazione Sociale Istituzionale, una volta difesa la tesi e superato l'esame di grado.

2.1. PIANO DI STUDI

Legenda

ECTS Crediti ECTS (*European Credit Transfer System*).
Un credito equivale a 25 ore di studio, incluse le ore di lezione.

ORE Ore di lezione settimanali.

PRIMO ANNO

	1° SEMESTRE		ECTS	ORE
3FR2	Filosofia della religione	L. Romera	3	2
iAL2	Antropologia e Letteratura II	F. Bergamino	3	1
iEI3	Etica informativa	N. González Gaitano J. Pujol	5	3
iFI4	Fondamenti della comunicazione istituzionale II (annuale)	J.M. Mora F.J. Pérez-Latre T. Bonaventura	4	2
iGI2	Comunicazione e governo delle istituzioni	M. Carroggio	3	2
iMR4	Media relations (annuale)	M.F. Sánchez F. Gagliardi	3	2
iTC2	Trasculturalità e comunicazione	A. Gil	4	2

Materia opzionale (scegliere una)				
iDV2	Documentario e video istituzionale	J. Milán	3	2
iSP2	Competenze di comunicazione per la crescita e lo sviluppo delle persone	F. Bergamino	3	2

	2° SEMESTRE		ECTS	ORE
iAI2	Analisi e pratica dell'informazione II	N. Graziani	3	2
iCG3	Comunicazione digitale II	J. Narbona L. Cantoni	5	3
iFI4	Fondamenti della comunicazione istituzionale II (annuale)	J.M. Mora F.J. Pérez-Latre T. Bonaventura	4	2
iLC2	Linguistica applicata e comunicazione istituzionale	A. Gil	4	2
iMR4	Media relations (annuale)	M.F. Sánchez F. Gagliardi	3	2
Materia opzionale (scegliere una)				
iCI1	La Chiesa nei rapporti istituzionali: strategie e protocolli	C.M. Velásquez	2	1
iIF2	Introduzione al fotogiornalismo	D. Contreras	3	2

Secondo Anno

	1° SEMESTRE		ECTS	ORE
iAN2	Analisi e pratica dell'informazione III	D. Contreras	4	2
iCP4	Comunicazione preventiva e gestione di crisi	S. de la Cierva M. Herrero P. Studnicki	6	4
iDC2	Dottrina della Chiesa sulla comunicazione	J.M. La Porte J.M. Díaz Dorronsoro	3	2
iDP3	Desktop publishing	D. Contreras M. Pilavakis	5	3
iED3	Diritto della Comunicazione	J. Pujol	5	3
iLU3	Letteratura universale e comunicazione della fede	J. Wauck	5	3
iME1	Metodologia della ricerca	S. Tapia-Velasco R. van Bühren	1	1
iPP2	Position Papers	G. Tridente	4	2
iSA3	Sceneggiatura audiovisiva	E. Fuster	5	3

Materia opzionale (scegliere una)				
iBC2*	Bibbia e comunicazione della fede (*corso non attivo nell'a.a. 2020-21)	F. Rosini	3	2
iCV2	Comunicazione sociale negli scenari di violenza	J. Cárdenas	3	2
iSO2	Strategie di comunicazione on-line per le istituzioni: strumenti e applicazioni	R. Buscemi	3	2

	2° SEMESTRE		ECTS	ORE
0H33	Teologia morale speciale: Morale sociale e dottrina sociale della Chiesa	C. Mendoza	4	3
iMT5	Media Training	S. Tapia-Velasco *(coord.)*	8	5
Materia opzionale (facoltativa)				
iDI1	Fondamenti del dialogo interreligioso	S. Tapia-Velasco	2	1
Lo studente lavora, inoltre, all'elaborazione della **tesi di Licenza** (20 crediti ECTS) e deve sostenere l'**esame di grado** (2 crediti ECTS).				

2.2. NORME PER LA STESURA DELLA TESI DI LICENZA

Ogni studente del secondo ciclo deve redigere una tesi di Licenza nel campo della comunicazione, sotto la guida di un docente della Facoltà. La tesi può essere presentata come progetto pratico o lavoro di ricerca scientifica.

Il progetto pratico ha come scopo l'ideazione di un progetto originale nel campo della comunicazione, fondato su dati specifici (audience, statistiche, budget, programmazione ecc.) oppure la realizzazione di un prodotto (ad esempio un video istituzionale o un sito web diocesano). L'obiettivo è sviluppare le capacità pratiche dello studente per impostare e portare avanti progetti comunicativi simili a quelli che dovrà svolgere al termine degli studi. Il numero di pagine varierà a seconda delle necessità: di solito avrà un minimo di 50 (interlinea doppia) ma a volte, come nel caso dell'elaborazione di un documentario, basteranno poche cartelle per presentare e spiegare la realizzazione del progetto.

Il lavoro di ricerca, invece, è indirizzato allo studio sistematico e teorico di un argomento all'interno delle aree tematiche della Facoltà. La sua finalità è quella di offrire un contributo scientifico utile per l'insegnamento dei corsi fondamentali della comunicazione istituzionale, con una impostazione

di tipo teorico. Chi è interessato a proseguire gli studi nel terzo Ciclo, è invitato a scegliere questo percorso, che tuttavia non implica un'automatica ammissione al programma di Dottorato e dovrà indicare al momento della presentazione del tema che intende proseguire con gli studi del terzo ciclo. Il tema della tesi viene scelto dallo studente sotto la guida di uno dei docenti della Facoltà. Il lavoro deve avere un'estensione limitata tra le 50-70 pagine (interlinea doppia) e ha un valore di 20 ECTS.

Norme generali e date di scadenza per il progetto pratico e il lavoro di ricerca scientifica:

- entro il 27 novembre 2020: presentazione in Segreteria Accademica della proposta del progetto o ricerca, approvato dal relatore, seguendo le indicazioni riportate nell'apposito modulo;
- entro l'11 dicembre 2020: risposta del Decano alla domanda di approvazione. I progetti non approvati potranno essere modificati nei dieci giorni successivi. In questo lasso di tempo gli studenti hanno la possibilità di presentare un nuovo progetto;
- per la discussione della tesi di Licenza nella sessione di giugno è necessario consegnare le copie entro il 24 maggio 2021; per la sessione di settembre, entro il 6 settembre 2021. Vanno presentate in Segreteria Accademica 4 copie rilegate di un lavoro scritto (e il materiale audiovisivo complementare), con la firma del relatore sulla prima pagina. Dopo aver apposto il timbro dell'Università sul frontespizio, la Segreteria Accademica restituisce una copia della tesi o del progetto pratico allo studente. Oltre alle copie stampate richieste, lo studente deve consegnare il lavoro in formato digitale (PDF, CD, DVD, ecc.);

2.3. ESAME DI GRADO

Per conseguire il grado di Licenza in Comunicazione Sociale Istituzionale lo studente dovrà discutere oralmente il tema della tesi (o progetto pratico) di fronte ad una Commissione che di norma sarà composta da tre professori della Facoltà. La presentazione pubblica, che si svolge in italiano, ha una durata orientativa tra i 20 e 30 minuti. Il voto ha un valore di 2 ECTS.

Lo studente si iscrive all'esame di Licenza consegnando in Segreteria Accademica, insieme alle copie del progetto pratico o del lavoro di ricerca, la quietanza del pagamento della relativa tassa.

La valutazione finale per il grado di Licenza in Comunicazione Sociale Istituzionale viene determinata dalla media ponderata degli esami sostenuti, inclusa la tesi di Licenza e l'esame di grado.

2.4. DESCRIZIONE DEI CORSI DEL SECONDO CICLO

PRIMO ANNO. 1º SEMESTRE

3FR2 FILOSOFIA DELLA RELIGIONE

Premesse metodologiche. Religione e filosofia. La filosofia della religione: nascita, sviluppo, oggetto, metodo. Filosofia e scienze della religione. L'essenza della religione. La religione nello sviluppo del pensiero filosofico. Il rapporto dell'uomo con il sacro. I fondamenti antropologici della religione. Realtà e trascendenza del sacro. L'esperienza religiosa. Simboli, miti, riti. Le tipologie e le costanti religiose. Breve presentazione e analisi filosofica delle principali religioni: Induismo, Buddismo, Confucianesimo, Taoismo, Giudaismo, Cristianesimo, Islam. I nuovi movimenti religiosi.

prof. L. Romera

iAL2 ANTROPOLOGIA E LETTERATURA II

Questa materia prevede la lettura guidata di alcune opere di narrativa considerate significative nella formazione della cultura umanista del nostro tempo. Il percorso di letture ha l'obiettivo di far conoscere "in diretta" diversi autori e opere sia del passato che contemporanei, permettendo allo studente di sviluppare un pensiero narrativo che abbraccia una logica legata alle azioni umane (desideri, emozioni, affetti, credenze) e alle interazioni tra individui (regole e motivazioni sociali), in un atteggiamento di ascolto ma anche di critica costruttiva rispetto ai diversi modi di pensare e di esistere proposti nei testi.

Molti argomenti di comunicazione della Chiesa presuppongono questioni legate all'antropologia e a una determinata concezione dell'essere umano da individuare non in astratto ma nel concreto della vita e degli eventi; nella lettura delle opere letterarie lo studente, entrando in contatto con la vita dei personaggi nelle diverse prospettive degli autori, ha l'opportunità di confrontarsi e dialogare su temi antropologici che appartengono intrinsecamente alla fede cristiana e alla sua comunicazione, in una modalità concreta ed esistenziale.

Per gli studenti di altre facoltà che vogliano iscriversi al corso: occorre iscriversi al corso prima dell'estate precedente l'inizio delle lezioni, così nella stagione estiva gli alunni avranno il tempo di leggere il romanzo sul quale si lavorerà all'inizio dell'anno accademico.

prof.ssa F. Bergamino

iEI3 ETICA INFORMATIVA

I. Rapporto Etica-Informazione. La professione giornalistica e il suo campo d'azione. Deontologia giornalistica. II. Verità dell'informazione e verità filoso-

fica. Obiettività, imparzialità, neutralità e verità nell'informazione giornalistica. III. Libertà e indipendenza d'informazione. Libertà di stampa, libertà informativa e libertà d'espressione. I limiti morali alla libertà di espressione nell'informazione. I limiti della libertà di espressione artistica. IV. Il diritto-dovere di rettifica. V. La giustizia come virtù fondamentale del lavoro informativo. Relazione tra giustizia, libertà e verità. La calunnia. La lealtà e i limiti nella pubblicazione delle informazioni. Informazione e diritti umani. VI. Intimità, privacy e informazione giornalistica. VII. Il sensazionalismo moderato ed esagerato. Occultamento, omissione, tergiversazione, plagio, corruzione e servilismo. Le supposizioni e i diversi modi di sottrarsi alla responsabilità. VIII. Informazione e violenza. Il terrorismo e la propaganda terroristica. Giornalismo e conflitti. Giornalismo per la pace e giornalismo di pace. IX. Il segreto professionale. Natura del segreto professionale giornalistico: diritto o dovere. Il problema della legalizzazione del segreto professionale dell'informazione. Analisi comparata dei vari codici deontologici e delle leggi. X. Comunicazione e informazione. La distinzione aristotelica degli usi del linguaggio. Una distinzione chiave per caratterizzare le professioni dell'informazione e della comunicazione.

proff. N. González Gaitano, J. Pujol

iFI4 FONDAMENTI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE II

Sviluppo dei contenuti presentati nel corso di Fondamenti della Comunicazione Istituzionale I. Analisi del concetto di "valore intangibile" e della sua importanza per le istituzioni. Studio particolare della reputazione e della fiducia, valori intangibili indispensabili nella vita sociale e in particolare nelle organizzazioni, anche religiose. Riflessione sulla natura, la genesi, la perdita e il recupero della reputazione. Il governo e la direzione dei valori intangibili delle organizzazioni. Considerazioni sul "change management" o direzione del cambiamento organizzazionale. Comunicazione di eventi ecclesiali o di natura religiosa. Analisi della pubblicità di alcuni brand commerciali che possono arricchire la comunicazione ecclesiale.

proff. J.M. Mora, F.J. Pérez-Latre, T. Bonaventura

iGI2 COMUNICAZIONE E GOVERNO DELLE ISTITUZIONI

Parte I: Azione manageriale. Qualità manageriali: definizione, acquisizione, tipi. Ruolo del coaching. Leadership: responsabilità, spirito intraprendente, creatività, personalità, prudenza. Capacità di gestione: ordine e pianificazione, organizzazione del tempo, auto-controllo. Compiti manageriali. Presa di decisioni. Direzione di persone. Innovazione.

Parte II: La comunicazione istituzionale. La comunicazione istituzionale come processo. Fasi, requisiti, risultati. La gestione degli intangibili e della reputazione.

Parte III. I dirigenti e la comunicazione istituzionale. Comunicazione personale (management communication). Comunicazione corporativa (corporate communication).

Parte IV. Direzione del Dipartimento di comunicazione (communication management). Competenze di linea: tipi, gestione per programmi, progetti e preventivi. Competenze di staff (collaborazione con altri dipartimenti): azioni di supporto diretto; strategie integrate. Struttura del dipartimento: gestione delle risorse esterne, gestione di squadre. Le strategie e le tattiche. Livelli di competenza: dal tecnico allo stratega. Integrazione del dipartimento nell'istituzione. Ubicazione nell'organigramma, rapporti con gli altri dipartimenti, profilo del direttore.

Parte V. La gestione di progetti. Direzione e gestione di progetti. Gestione del flusso di lavoro. Nozioni generali. Pianificazione, controllo, impulso.

Parte VI. Case studies: a) Pianificazione e direzione di una campagna italiana in difesa della vita. Il comitato "Scienza e Vita" e il referendum sulla fecondazione assistita; b) Dipartimenti diocesani di comunicazione: aree, funzioni, obiettivi. Analisi di un caso; c) Un caso di comunicazione globale: la Chiesa e il Codice Da Vinci.

prof. M. Carroggio

iMR4 MEDIA RELATIONS

Il corso ha come obiettivo lo studio delle relazioni con i media intese come attività di mediazione tra un'istituzione e i mezzi di comunicazione. Il corso studia la dinamica di queste relazioni anche nei suoi aspetti critici di apparente conflitto tra logiche inconciliabili (gli interessi dell'istituzione e il modo di agire dei media) per arrivare a delineare un modello di media relations capace di favorire il dialogo e la reciproca comprensione per il bene del pubblico. Al centro dello studio vi è il tema dei nuovi media e dell'evoluzione dell'ufficio stampa nell'era digitale, mantenendo comunque il focus sulle tecniche e gli strumenti classici di diffusione dei messaggi: il comunicato stampa, l'intervista, le dichiarazioni, la conferenza stampa, gli articoli di opinione, la partecipazione dibattiti o talk shows, le rettifiche e le smentite, ecc. Lungo il corso, i diversi argomenti sono affrontati considerando in particolare le sfide e le implicazioni che riguardano le istituzioni della Chiesa nel coltivare le relazioni con i media.

prof. M.F. Sánchez / istruttore: F. Gagliardi

iTC2 TRASCULTURALITÀ E COMUNICAZIONE

Gli elementi basilari della comunicazione istituzionale hanno una dimensione universale, fondata sulla teoria della comunicazione, sulla retorica, sul giornalismo, nella testologia, etc. Da questa base comune emergono

però diverse sfaccettature della comunicazione secondo i differenti paesi e culture. E queste sono molto importanti, perché sempre si comunica in un ambiente culturale determinato e non in contesto astratto. Questo fenomeno ha due dimensioni: l'interculturalità e la transculturalità.

L'interculturalità come disciplina accademica studia le diverse culture secondo i criteri di similarità e diversità; si tratta del paragone tra le culture. La transculturalità si occupa dei processi trasformazionali delle culture, quando gli aspetti culturali sono portati da una cultura all'altra, cioè la transculturalità studia le forme e i risultati della ricezione o della traduzione tra le culture.

Nel corso vengono esposte le conoscenze scientifiche fondamentali sulla comparazione tra le culture, sulla trasposizione di valori da una cultura all'altra e sugli aspetti della traduzione, nel senso più ampio del concetto, che sono connessi a questi fenomeni transculturali.

prof. A. Gil

Materie opzionali (1º semestre)

iDV2 DOCUMENTARIO E VIDEO ISTITUZIONALE

Prima Parte: Definizione e caratteristiche del documentario. Tipologia e funzioni del documentario lungo la storia. La transizione dal cinema alla TV. Definizione e caratteristiche del video istituzionale. Tipologia e funzioni del video istituzionale nell'attualità. Supporti e canali di trasmissione. *Seconda Parte*: Suggerimenti per realizzare un video istituzionale di stile documentario. Pianificazione a seconda del target, del budget e degli obiettivi. Risorse narrative e persuasive. Trovare il filo conduttore. Consigli per le riprese e il montaggio. Errori da evitare. *Elaborati*: Sono previsti tre elaborati: i primi due scritti, uno per ogni parte del programma. Il terzo, di carattere pratico: riprese e montaggio (lavoro di gruppo con altri due studenti) di un breve video istituzionale, con stile documentario.

prof. J. Milán

iSP2 COMPETENZE DI COMUNICAZIONE PER LA CRESCITA E LO SVILUPPO DELLE PERSONE

Il corso ha per tema l'analisi di alcune competenze di comunicazione interpersonale nell'ottica di sviluppare alcune capacità individuali e di riflessione sul modo di governare se stessi e gli altri. Si basa sulla consapevolezza che la relazione interpersonale, la gestione delle emozioni e la piena comprensione di ciò che si vuole, siano capisaldi fondamentali nel processo di apprendimento e quindi di sviluppo della persona. È diretto a coloro che si occupano di formazione e vogliono approfondire e sviluppare abilità per aiutare gli altri a crescere; il corso si rivolge dunque principalmente a possibili formatori,

e a persone che si occuperanno di governo, leadership e lavoro di squadra. Avrà una parte teorica - breve - di analisi e fondamento antropologico delle competenze, e una parte pratica di esercitazioni negli strumenti utili ad acquisire tali competenze. Il corso è a numero chiuso per poter seguire in modo adeguato gli studenti nei momenti di esercitazione pratica. Il numero massimo di partecipanti è 15. L'esame del corso consisterà nella partecipazione alla materia stessa.

prof.ssa F. Bergamino

Primo anno. 2º semestre

iAI2 ANALISI E PRATICA DELL'INFORMAZIONE II

Si approfondiscono i concetti studiati nel corso precedente (Analisi e pratica dell'informazione I), con una più intensa esercitazione pratica.

prof. N. Graziani

iCG3 COMUNICAZIONE DIGITALE II

Il corso cerca di comprendere la comunicazione su Internet, specie quella attraverso i website e le reti sociali. Particolarmente, si focalizza sulla valutazione dei siti web, la loro promozione e manutenzione. Tra i vari aspetti operativi, si presenta un modello di analisi dei siti web, la promozione di siti web sia online sia offline, l'analisi delle statistiche e la gestione professionale dell'e-mail. Inoltre, si offrono elementi per la strategia di utilizzo delle reti sociali da parte delle istituzioni della Chiesa.

proff. J. Narbona, L. Cantoni

iFI4 FONDAMENTI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE II

Vedi primo semestre.

proff. J.M. Mora, F.J. Pérez-Latre, T. Bonaventura

iLC2 LINGUISTICA APPLICATA E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Il lavoro della comunicazione istituzionale si basa sulla produzione e recezione di testi sia scritti come orali. Questi sono da una parte una realtà intenzionale del mittente, ma dall'altra un prodotto dell'interpretazione del ricevente. La linguistica testuale cerca di studiare tutte le dimensioni della testualità: la tessitura dei testi, il testo come occorrenza comunicativa, l'espresso e l'implicito, i processi cognitivi della produzione e della recezione testuale, la struttura dell'informazione etc.

Nel corso si propone una visione sistematica delle differenti prospettive del testo secondo la linguistica testuale, nel nostro caso applicata alla comunicazione istituzionale, con un approccio transculturale, perché la testualità cerca sempre di essere efficace nell'ambiente culturale dove si sviluppa la comunicazione.

prof. A. Gil

iMR4 MEDIA RELATIONS

Vedi primo semestre.

prof. M.F. Sánchez / istruttore: F. Gagliardi

Materie opzionali (2º semestre)

iCI1 LA CHIESA NEI RAPPORTI ISTITUZIONALI: STRATEGIE E PROTOCOLLI

Nel corso vengono esaminati i rapporti che la Chiesa – Santa Sede, Conferenze episcopali, Diocesi e Parrocchie – deve stabilire e mantenere con le principali istituzioni religiose, civili, politiche e militari a livello locale, nazionale e internazionale. Il programma tratterà, tra l'altro, i seguenti punti: la Chiesa nel mondo; la Santa Sede negli organismi internazionali; i rapporti con gli Stati; il disegno di una strategia di rapporti istituzionali; lo studio dei protocolli; le principali istituzioni con le quali la Chiesa deve mantenere dei rapporti; le sfide e i possibili conflitti; alcuni casi pratici.

prof. C.M. Velásquez

iIF2 INTRODUZIONE AL FOTOGIORNALISMO

La finalità della materia è trasmettere ai responsabili della comunicazione istituzionale, a diversi livelli, le necessarie sensibilità e conoscenze che li aiutino a valorizzare la fotografia come mezzo di espressione. Oltre alle imprescindibili nozioni tecniche, il corso offre strumenti di analisi e valutazione critica per un uso informativo e creativo dell'immagine grafica. Lo studente acquisisce una significativa conoscenza delle opere dei fotografi più rilevanti degli ultimi decenni.

prof. D. Contreras

SECONDO ANNO. 1º SEMESTRE

iAN2 ANALISI E PRATICA DELL'INFORMAZIONE III

Lo scopo del corso è di approfondire, nella parte teorica, i criteri che si devono seguire nell'elaborazione di testi giornalistici di qualità. Con questo proposito, il programma si concentra su alcuni aspetti della linguistica testuale e dell'analisi del discorso che sono particolarmente utili per la scrittura e per l'analisi di testi giornalistici. Durante il corso, gli studenti sono introdotti a una metodologia specifica di analisi di testi giornalistici. Nella parte pratica si focalizza l'attenzione sulla scrittura di commenti e testi di opinione su questioni di attualità. I lavori personali saranno pubblicati in forma di blog; i lavori di gruppo saranno elaborati in formato podcast. Attraverso le esercitazioni, si desidera che gli studenti acquisiscano il senso della tempestività e del rispetto delle scadenze, essenziali nel lavoro giornalistico.

prof. D. Contreras

iCP4 COMUNICAZIONE PREVENTIVA E GESTIONE DI CRISI

In questa materia vengono affrontati i principi e gli orientamenti pratici della comunicazione durante le crisi che possono coinvolgere qualsiasi istituzione ecclesiale: diocesi, conferenze episcopali, ordini e congregazioni religiose, movimenti, ospedali, università cattoliche, ecc.

Il programma consta di quattro parti: prevenzione (come evitare che una crisi accada), pianificazione (come prepararsi al suo eventuale verificarsi), comunicazione (come rispondere durante la crisi) e recupero (come impostare il rinnovamento post-crisi). Questi quattro blocchi sono preceduti da alcune considerazioni relative al contesto e alla nozione di crisi, all'analisi dei principi operativi durante la crisi e allo studio dei pubblici delle istituzioni durante le situazioni critiche. Il corso si conclude con alcune considerazioni trasversali sul comunicatore di crisi.

Il metodo pedagogico è l'analisi del caso-tipo: situazioni concrete che aiutano a comprendere meglio la dinamica reale delle crisi. Dopo le prime lezioni, dedicate alla parte dottrinale così come viene sviluppata nel manuale, la maggior parte del tempo a disposizione viene dedicata alla risoluzione di casi concreti.

proff. S. de la Cierva, M. Herrero, P. Studnicki

iDC2 DOTTRINA DELLA CHIESA SULLA COMUNICAZIONE

Presentazione ed analisi dei principali documenti del magistero conciliare e pontificio recente sui mezzi di comunicazione sociale (stampa, cinema, radio, televisione, nuovi media), collocati nel loro contesto storico e dottrinale.

proff. J.M. La Porte, J.M. Díaz Dorronsoro

iDP3 DESKTOP PUBLISHING

Introduzione al disegno giornalistico. Esercitazione nell'uso dei programmi informatici più diffusi in questo campo.

prof. D. Contreras / istruttore: M. Pilavakis

iED3 DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE

Si affronteranno i principali argomenti legali che riguardano la Chiesa in ambito pubblico, organizzati in cinque aree tematiche: 1. Informazione: si esaminerà il panorama legale sulla custodia del segreto e la trasparenza dell'informazione all'interno della Chiesa, e il diritto a sapere sulla Chiesa in ambito pubblico; 2. Abusi sessuali: si studieranno i dati e le cause del fenomeno degli abusi sessuali da parte dei chierici, quale è stata la risposta da parte della Chiesa -giuridica e comunicativa-, e l'evoluzione della normativa canonica in merito. 3. Buon governo: aspetti dell'organizzazione e l'identità della Chiesa che hanno rilievo giuridico e impatto comunicativo. 4. Tutela dei dati personali: nel contesto digitale nel quale viviamo la Chiesa si trova a trattare molti dati sensibili dei fedeli e membri della Chiesa. Si esamineranno le sfide che pone la protezione dei dati personali e l'impatto delle normative nella Chiesa. 5. Aspetti economici: saranno brevemente studiati gli aspetti giuridici relativi all'amministrazione e al sostegno della Chiesa cattolica. Nozioni come la stewardship, la corresponsabilità e la comunione nella gestione (acquisizione, amministrazione, alienazione, ecc.) dei beni temporali della Chiesa.

In considerazione dei problemi che si pongono in questi ambiti, riteniamo che il dipartimento di comunicazione istituzionale (di una diocesi o di una istituzione della Chiesa), deve sviluppare una certa mentalità giuridica, e avere un certo livello di dimestichezza con la normativa (canonica e civile) relativa a questi ambiti. Nel contesto attuale, la comunicazione della Chiesa -per essere completamente efficace- deve mettere in campo anche una sensibilità giuridica. Per comunicare e tutelare la reputazione della Chiesa "diritto" e "comunicazione" devono lavorare in sintonia.

prof. J. Pujol

iLU3 LETTERATURA UNIVERSALE E COMUNICAZIONE DELLA FEDE

Il corso analizza i diversi modi in cui la poesia, la narrativa e il teatro diventano veicolo del messaggio cristiano (l'allegoria, la favola, la satira, biografia e autobiografia, ecc.). Particolare attenzione sarà dedicata al ruolo della narrativa nella comunicazione della verità religiosa, dai racconti biblici al romanzo moderno.

prof. J. Wauck

iME1 METODOLOGIA DELLA RICERCA

Sessioni teorico-pratiche sulla metodologia della ricerca nell'ambito della comunicazione e sulla metodologia di elaborazione della tesi di Licenza.

proff. S. Tapia-Velasco, R. van Bühren

iPP2 POSITION PAPERS

Lo scopo del corso è di fornire gli elementi di base per la realizzazione di un efficace position paper (articolo d'opinione) su tematiche dottrinali e questioni pubblicamente dibattute, in modo da rendere attraente la verità delle proprie convinzioni e formulazioni. Lo studente acquisirà la capacità di intervenire nel dibattito pubblico in maniera positiva e ben argomentata, con padronanza e spirito collaborativo, provando a superare la contrapposizione con gli altri protagonisti della discussione.

Oltre alla definizione teorica del tipo di testo in questione, alle sue varianti e ai tipi di applicazione, scopi ed usi, sarà riservato ampio spazio alle esercitazioni pratiche, in particolare alla redazione di scritti pensati per vari tipi di pubblico e piattaforme, e all'analisi/valutazione di interventi autorevoli. Sarà offerto materiale utile di riferimento e saranno simulate discussioni durante le lezioni.

prof. G. Tridente

iSA3 SCENEGGIATURA AUDIOVISIVA

Peculiarità del racconto per il cinema e le serie tv. Struttura narrativa: The Sequence Approach. Premessa, sinossi, scaletta, trattamento. Mondo, genere e tono. Personaggi: protagonista e antagonista, arco di trasformazione. Inizio, mezzo e fine. Trama e sottotrame. Strategie narrative. Tensione drammatica e conflitto. Tema. Costruzione della scena: narrazione, dialogo, sottotesto. Riscrivere. Il lavoro dello spettatore.

All'inizio del corso si vedrà un film, sul quale si tornerà prevalentemente nella spiegazione del programma. Altri clip di cinema o serie tv verranno usati pure come esempi.

Lezioni pratiche: divisi in gruppi, gli studenti lavoreranno alla elaborazione della una scaletta di un lungometraggio, da presentare nella prova finale.

prof. E. Fuster

Materie opzionali (1º semestre)

iBC2 BIBBIA E COMUNICAZIONE DELLA FEDE (*corso non attivo nell'a.a. 2020-21*)

Fenomenologia dell'annuncio: l'interlocutore oggi. La distinzione tra l'introduzione alla fede e lo sviluppo della vita cristiana. I linguaggi della Scrittura: nomistico, profetico e sapienziale; kerygmatico, parenetico e didascalico. Dal potere performativo alla forza paradigmatica della Rivelazione. Esempi: l'uso della Sacra Scrittura nel libro sulle opere di misericordia spirituale "Solo l'amore crea" e nell'analisi di Gen 1,1-29 nel libro "L'arte di ricominciare. I sei giorni della creazione e il discernimento". Applicazioni ed esercitazioni pratiche.

prof. F. Rosini

iCV2 COMUNICAZIONE SOCIALE NEGLI SCENARI DI VIOLENZA

Di fronte alla crescente presenza di conflitti e di violenza, il comunicatore dovrebbe essere in grado di riconoscere e di capire quali sono le dinamiche perverse che possono condurre dal dialogo al conflitto. Attraverso lo studio di conflitti reali e l'esame di come tali conflitti sono stati trattati dai media, si forniranno alcune chiavi di lettura e di confronto: la rilevanza degli aspetti emotivi; l'identificazione del ciclo offesa-vendetta-riconciliazione e del suo potenziale di danno; la rivalutazione del perdono e del dialogo come risorse per il superamento del conflitto; lo studio dell'azione storica della Chiesa cattolica nei riguardi dei conflitti; la presa di coscienza della responsabilità del comunicatore come costruttore di verità e riconciliazione.

prof. J. Cárdenas

iSO2 STRATEGIE DI COMUNICAZIONE ON-LINE PER LE ISTITUZIONI: STRUMENTI E APPLICAZIONI

Nell'era di internet le relazioni tra ufficio stampa e giornalisti sono sempre più fluide. Rispetto ad alcuni anni fa le istituzioni che decidono di voler comunicare hanno una possibilità in più data dal web: disarticolare l'informazione. Arrivare cioè direttamente al proprio pubblico reale, potenziale o desiderato senza passare dai mass media tradizionali (giornali, tv, radio etc). Scopo del corso di Strategie di comunicazione on-line è proprio questo: insegnare l'insieme delle filosofie di comunicazione, strategie, approcci, strumenti, linguaggi e modalità che servono per mettersi in contatto con il proprio pubblico attraverso la rete per diffondere contenuti, affrontare crisi o affermare la propria immagine online.

dott. R. Buscemi

SECONDO ANNO. 2º SEMESTRE

0H33 TEOLOGIA MORALE SPECIALE: MORALE SOCIALE E DOTTRINA SOCIALE DELLA CHIESA

La persona chiamata a vivere in comunione: persona e società. Vita sociale e vocazione divina dell'uomo. Natura e caratteristiche della morale sociale.

La giustizia cristiana: insegnamento della Sacra Scrittura. Sviluppo della riflessione sulla giustizia nella tradizione cristiana. La giustizia come virtù. La giustizia nella vita cristiana. L'ingiustizia e la restituzione.

La dottrina sociale della Chiesa: la questione sociale nella cultura moderna e la nascita del magistero sociale contemporaneo. La natura della dottrina sociale della Chiesa. I contenuti della dottrina sociale della Chiesa.

La comunità politica: la vita politica. Il bene comune come fine della comunità politica. I diritti umani. La pace e la comunità politica internazionale. L'ecologia e l'ambiente.

L'etica della convivenza: la verità nella costruzione della società. La dignità della persona e il rispetto della buona fama. Il rispetto della verità e della persona nei mezzi di comunicazione. L'educazione. L'evangelizzazione della cultura.

L'uomo e il lavoro: il lavoro nella Bibbia. Il lavoro nella riflessione teologica. Lavoro professionale e responsabilità sociale. Aspetti etici del lavoro.

La persona, i beni e la proprietà: la dottrina cristiana sui beni economici. La destinazione universale dei beni e la proprietà privata.

L'economia e l'impresa: il senso dell'economia. L'economia di mercato e la morale cristiana. L'impresa.

Etica degli affari: investimenti, tasse, corruzione; dimensione etica degli investimenti finanziari.

prof. C. Mendoza

iMT5 MEDIA TRAINING

Preparazione di dibattiti su temi dottrinali di attualità. Lo sviluppo dell'argomentazione. La preparazione all'intervento. L'adattamento del ragionamento alle specificità di ogni media, con particolare attenzione alla radio e alla TV. Le sessioni registrate vengono poi visualizzate e discusse con il professore responsabile.

proff. S. Tapia-Velasco (*coord.*), R. Jiménez Cataño
istruttori: R. Buscemi, A. Jiménez, A.R. Noronha

Materia opzionale (facoltativa) (2º semestre)

iDI1 FONDAMENTI DEL DIALOGO INTERRELIGIOSO

Il Concilio Vaticano II (sia nella dichiarazione Nostra Aetate, sia nella dichiarazione Dignitatis Humanae) ha indicato la necessità per la Chiesa contemporanea di mettersi in dialogo con le altre religioni, mostrando che il fondamento di tutti i diritti umani è la libertà religiosa.

Oggi il dialogo interreligioso appare, in un certo senso, come un campo minato. Il moltiplicarsi di alcuni gruppi fondamentalisti, insieme a una diffusa mentalità che indica le religioni come causa di guerra e non di pace, richiede una risposta più efficace da parte dei comunicatori della Chiesa.

Questo seminario vuole essere un primo approccio allo studio del dialogo interreligioso. Si desidera ribadire che la via del rispetto non significa indifferenza, ma interesse per l'altro e desiderio di superare i pregiudizi.

Il seminario si svolgerà attraverso la lettura e condivisione in comune di alcuni testi magisteriali e altri documenti. Lo scopo del corso non è quello di esaurire il tema del dialogo interreligioso, ma di aprire gli studenti alla riflessione su questo punto del panorama culturale contemporaneo.

prof. S. Tapia-Velasco

Altre Materie opzionali (1º semestre)

iCM4 COMUNICAZIONE È MISSIONE. CORSO DI FORMAZIONE MULTIMEDIALE

Il Corso di formazione multimediale "Comunicazione è missione" è organizzato in Collaborazione tra: la Pontificia Unione Missionaria (PUM), la Facoltà di Comunicazione Istituzionale della Pontificia Università della Santa Croce (PUSC) e l'Agenzia FIDES.

Finalità generali. Formare operatori pastorali a una mentalità che consideri la comunicazione e i mass-media un'opportunità per la diffusione del Vangelo; raccontare storie, eventi, esperienze in grado di rispecchiare e declinare le nuove frontiere della missione della Chiesa nel mondo contemporaneo.

Obiettivi specifici. Il corso fornisce competenze teoriche e pratiche sulla comunicazione multimediale, attraverso lo studio specifico e la sperimentazione dei linguaggi video, radio, web, fotografia, scrittura. La formazione prevede l'apprendimento di metodi e tecniche per la progettazione e la realizzazione di prodotti destinati ai media digitali in tutte le loro forme e espressioni.

prof. J.M. La Porte, dott. M. Ilardo

Il secondo semestre è anche dedicato all'elaborazione della **tesi di Licenza** (20 crediti ECTS), nella sua modalità di progetto pratico o lavoro di ricerca scientifica. Lo studente deve inoltre sostenere l'**esame di grado** (2 crediti ECTS).

3. TERZO CICLO (DOTTORATO)

Il terzo ciclo, dalla durata minima di due anni dal momento dell'approvazione del tema, offre un percorso di ricerca specializzata in Comunicazione Sociale Istituzionale, indirizzato soprattutto all'insegnamento e alla ricerca universitaria. Ogni studente deve frequentare corsi monografici per un totale di 10 crediti. Sotto la guida di un docente della Facoltà, lo studente prepara la tesi dottorale che deve apportare un effettivo contributo alla ricerca in questo ambito scientifico. Il titolo di Dottore viene conferito secondo le norme stabilite (cfr. Norme generali § 3.4. Titoli).

3.1. CONDIZIONI DI AMMISSIONE AGLI STUDI DI DOTTORATO

Per accedere al terzo ciclo gli studenti devono essere in possesso del titolo di Licenza in Comunicazione Sociale Istituzionale conseguito con la votazione minima di Magna cum laude (9.0), e aver inoltre ottenuto il voto minimo di 9.4 nella tesi di Licenza.

L'ammissione al programma di Dottorato ha come requisito previo la realizzazione di un lavoro propedeutico di ricerca in relazione con il progetto di tesi Dottorale che si vuole sviluppare. Nel caso degli studenti della Facoltà di Comunicazione Sociale Istituzionale, normalmente questo lavoro coincide con la tesi di Licenza di tipo teorico (cfr. 2. Secondo ciclo - Licenza § 2.3. Norme per la stesura della tesi di Licenza).

3.2. NORME PER LA STESURA DELLA TESI DI DOTTORATO

a) Dopo aver conseguito il titolo di Licenza, lo studente deve presentare alla Segreteria Accademica la domanda per chiedere l'approvazione del tema della tesi di Dottorato. Il progetto di ricerca dovrà essere presentato entro 6 mesi dall'iscrizione al Dottorato. Assieme al titolo del progetto di ricerca, accettato dal relatore, vengono indicati altri dati riguardanti gli obiettivi, la metodologia e la bibliografia di base. Ai fini dell'approvazione del tema, oltre all'interesse del relatore, si tiene conto degli indirizzi di ricerca stabiliti periodicamente dalla Facoltà.
   Una volta approvato il progetto lo studente avrà fino a 5 anni, e per un periodo di tempo ordinariamente non inferiore a 2 anni, per concludere la stesura della tesi dottorale. Trascorsi i 5 anni sarà necessario chiedere il rinnovo annuale del tema e versare la relativa tassa.

b) Ogni anno, entro il 31 maggio, lo studente del terzo ciclo deve presentare in Segreteria Accademica un rapporto sul modo in cui procede la ricerca e sulla situazione della tesi, firmato dal relatore.
c) Ogni singolo capitolo della tesi deve essere esaminato anche dal correlatore, che viene nominato dal Decano al momento dell'approvazione del tema. Il metodo di lavoro è simile per ogni singolo capitolo: una volta che lo studente ha inserito le modifiche al capitolo suggerite dal relatore, gli sottopone nuovamente il capitolo e quest'ultimo lo consegna al correlatore. Il correlatore ha a disposizione venti giorni lavorativi per comunicare al relatore, attraverso la Segreteria Accademica, le sue osservazioni sul capitolo letto. Una volta ultimata la stesura dell'intera tesi, e prima di procedere alla stampa definitiva e alla rilegatura, lo studente consegna una copia del lavoro in Segreteria Accademica per ricevere dal Coordinatore degli studi il nulla osta alla discussione, secondo la prassi vigente.
d) Lo studente deve consegnare in Segreteria Accademica cinque copie rilegate della tesi con la firma del relatore sulla prima pagina, oltre alla quietanza del pagamento della tassa prevista. La Segreteria Accademica appone il timbro dell'Università sul frontespizio della tesi e ne restituisce una copia allo studente. Oltre alle copie stampate richieste, lo studente deve consegnare il lavoro in formato digitale (PDF, CD, DVD, ecc).
e) La discussione della tesi di Dottorato ha luogo in sessione pubblica davanti ad una commissione di docenti, nel periodo compreso tra settembre e giugno. La data (non prima di quindici giorni lavorativi dalla consegna della tesi) e l'ora vengono comunicate dalla Segreteria Accademica.
f) Per la pubblicazione della tesi, si vedano le Norme generali (cfr. Norme generali § 3.4. Titoli).

3.3. CORSI MONOGRAFICI DI DOTTORATO

L'elenco definitivo dei corsi e gli orari saranno resi pubblici durante il primo semestre accademico. In linea di massima, i corsi dottorali hanno luogo durante il secondo semestre.

3.4. CONVEGNI

Gli studenti di Dottorato che partecipano al Convegno della Facoltà potranno ottenere due crediti, previa richiesta di convalida presentata presso la Segreteria Accademica.

4. RIVISTA DELLA FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE SOCIALE ISTITUZIONALE

en.pusc.it/csi/rivista

Church, Communication and Culture (CCC) is the journal of the School of Church Communications. CCC is "open access" (freely available online), published in English twice a year by Routledge (Taylor and Francis).

The journal is dedicated to deepening knowledge and understanding about the dialogue between religion, communication and culture in the public arena. Based on comprehensive data analysis and theoretical inquiry, CCC offers an international forum where researchers and practitioners can advance quality communication research on the Catholic Church and other religious communities.

Editor: Professor Enrique Fuster
Contact Email: *ccc@pusc.it*