

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>NombreCompleto</b>	Comunicación Religiosa
<b>Código</b>	E000005117
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso] Grado en Comunicación Audiovisual [Tercer Curso] Grado en Periodismo [Cuarto Curso] Grado en Periodismo [Tercer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Quinto Curso]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	3,0
<b>Carácter</b>	Básico
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Responsable</b>	Jaime Vázquez Allegue
<b>Horario</b>	MIÉRCOLES 12:00-14:00 h.
<b>Horario de tutorías</b>	Solicitar cita previa
<b>Descriptor</b>	Esta asignatura proporciona a los estudiantes una especialización en torno a la comunicación religiosa, un área del espectro de comunicación de trascendencia para la comunicación en general, dado que tiene características y dimensiones significativas.

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Jaime Vázquez Allegue
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Ciencias Sociales y Jurídicas
<b>Despacho</b>	12
<b>Correo electrónico</b>	jvallegue@comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>Contextualización de la asignatura</b>
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>



El abanico de registros informativos que presenta el mundo del periodismo y de la comunicación audiovisual es muy amplio. Pero uno de ellos, la comunicación religiosa, destaca sobre el resto por su impacto, repercusión y audiencia. Un ejemplo: en España, no hay un día que un informativo de prensa, radio o televisión no emita una información relacionada con la religión o las religiones. Esta presencia entre la población requiere una responsabilidad periodística extraordinaria. La religión aúna los tres conceptos clave de la comunicación: informar, formar y entretener. Y a eso se dedicará esta asignatura: a saber priorizar y presentar una buena información; a tener una buena preparación para formar a lectores, oyentes y espectadores; y, además, a conseguir entretenerlos. Ese es el reto y el deber que tenemos por delante.

### Prerrequisitos

Conocimientos previos de prensa y redacción, además de nociones de periodismo radiofónico y televisivo. Estar informado de la actualidad en materia religiosa y hacer un seguimiento de la labor de los medios de comunicación en esta materia ayudarán al aprovechamiento de las clases.

### Competencias - Objetivos

#### Competencias

#### GENERALES

<b>CG03</b>	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
<b>CG06</b>	Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
<b>CG07</b>	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
<b>CG08</b>	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
<b>CG09</b>	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
<b>CG10</b>	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.
<b>CG14</b>	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.



<b>TRANSVERSALES</b>	
<b>CT02</b>	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
<b>CT03</b>	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
<b>CT05</b>	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
<b>CT06</b>	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
<b>CT07</b>	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
<b>CT08</b>	Trabajar en equipo.
<b>ESPECÍFICAS</b>	
<b>CE02</b>	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
<b>CE03</b>	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
<b>CE04</b>	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
<b>CE06</b>	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria
<b>CE07</b>	Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.
<b>CE09</b>	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.
<b>Resultados de Aprendizaje</b>	
<b>RA1</b>	Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.



<b>RA2</b>	Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos productos audiovisuales y/o publicitarios.
<b>RA3</b>	Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
<b>RA4</b>	Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.
<b>RA5</b>	Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
<b>RA5</b>	Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

1. La religión en los medios de comunicación
2. Información religiosa
3. Estructura de la información religiosa
4. Procesos de la información religiosa
5. La información general y la religiosa
6. El lenguaje de la información religiosa
7. Información religiosa y libertad de prensa
8. La noticia religiosa como periodismo especializado
9. Contenido de noticia religiosa
10. Protagonistas de la noticia religiosa
11. La noticia religiosa infravalorada. Noticia de sociedad
12. Disfunciones y abusos de la noticia religiosa
13. Medios y fuentes de información religiosa

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

### Metodología Presencial: Actividades

Interacción profesor-estudiante (Presencial/on-line):  
 Centradas en el profesor - Clases teóricas. - Clases prácticas. 30% -  
 Centradas en el estudiante - Exposición de trabajos. - Actividad evaluativa. 40%

### Metodología No presencial: Actividades

Trabajo autónomo del estudiante (No presencial):  
 - Estudio y trabajo individual - Preparación trabajos. - Preparación actividad evaluación. 10%  
 - Estudio y trabajo en grupo - Preparación trabajos. - Preparación actividad evaluación. 20%

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	
30.00	
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
45.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba teórica al final del semestre	Prueba tipo text de 20 preguntas	30 %
Trabajo individual	El trabajo será presentado en la clase al final del curso	50 %
Participación en clase	Aportaciones creativas y originales	20 %

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

J. Bastante, Dímelo en cristiano. La comunicación en la Iglesia, Khaf, Madrid 2015.



D. Contreras, La Iglesia Católica en la prensa, EUNSA, Pamplona 2004.

F. Salvador Ventura (ed.), Cine y religiones. Expresiones fílmicas de creencias humanas, Université Paris-Sud, Paris 2013.

J. Cantavella, El informador religioso: una perspectiva histórica, Fragua, Madrid 2012.

M. M<sup>a</sup>. Bru (coord.), Periodistas de primera, cristianos de verdad. Laicos en la comunicación social, Ciudad Nueva, Madrid 2002

### **Bibliografía Complementaria**

J. Vázquez Allegue, "La información religiosa en la narrativa periodística y en la comunicación audiovisual", Proyección 241(2011) 153-178.

J. Vázquez Allegue, "Teología de la comunicación. El concepto de noticia religiosa", en M.A. Pena, A. Galindo, J.R. Flecha (eds.), Gozo y esperanza. Memorial prof. Dr. Julio A. Ramos Guerreira, Bibliotheca Salmanticensis 285, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca 2006, 937-963.