



Universidad
Pontificia
de Salamanca

semipresencial

MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE

Comunicación Social

Curso 2023-2024



Titulación obtenida

Máster de Formación Permanente
en Comunicación Social
(Título propio)

Créditos

60

Calendario

Nuevos alumnos:

Módulos online: Del 3 al 17 de julio y
del 4 al 15 de septiembre de 2023

Alumnos que hayan cursado módulos online:

Módulo presencial: Del 3 al 24
de julio de 2023

Destinatarios

Sacerdotes, seminaristas, religiosos,
religiosas responsables de
comunicación de congregaciones
religiosas y diócesis, ONG's,
catequistas y todos aquellos
profesionales que tengan como interés
complementar, actualizar o ampliar su
formación en comunicación al servicio
de la Iglesia

Precio

Matrícula módulos online: 700 €
Matrícula módulo presencial: 1.000 €
Tasa de apertura de expediente: 100 €.
Se reducirá el precio de matrícula en
300 € previa presentación de la carta
de un Superior que avale el interés
y la necesidad de su formación en
Comunicación Social

Dirección académica

Gloria García González
expertocsocial@upsa.es



La Universidad Pontificia de Salamanca, universidad de la Conferencia Episcopal Española, fue fundada en 1940, aunque hunde sus raíces en el Siglo XIII.

La UPSA combina la tradición académica y humanista de la Escuela de Salamanca con una incesante apuesta por la tecnología, la innovación, la calidad en la docencia y la investigación.

En su afán de servicio a la sociedad, la UPSA ha incrementado la oferta académica para adaptarse a las nuevas necesidades sociales. Así, ofrece en sus campus de Salamanca y Madrid hasta 40 titulaciones oficiales.

Esta oferta se completa con un amplio abanico de títulos propios y de posgrado, con los que la UPSA trata de perfeccionar la formación de los alumnos. La cercanía y el trato personalizado pretenden convertir a los alumnos no solo en excelentes profesionales, sino en personas formadas en valores humanistas.

Presentación

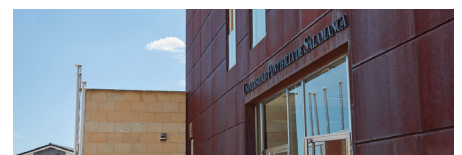
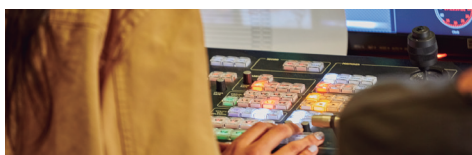
En un mundo en el que la comunicación se ha hecho especialmente relevante, es imprescindible un conocimiento cada vez más cualificado de los procesos, herramientas, posibilidades y desafíos que presenta la comunicación en nuestros días. Por ello, la vocación del Máster en Comunicación Social se orienta a la profesionalización y actualización en comunicación religiosa en todas sus vertientes, con el propósito de alcanzar una mayor eficacia comunicativa en gabinetes de comunicación, gestión de redes sociales y generación de contenidos audiovisuales. Organizado en colaboración con la Comisión Episcopal para las Comunicaciones Sociales.

Objetivos

A través de una enseñanza centrada en la práctica profesional, el Máster en Comunicación Social se dirige a formar y actualizar en comunicación a todo aquel que se sienta llamado o que ya desempeñe una labor de comunicación dentro de la Iglesia. En la sociedad de la información, internet y redes sociales, el Máster en Comunicación Social facilita el conocimiento y el uso de las herramientas tecnológicas y procedimientos comunicativos imprescindibles hoy día para que la comunicación de la Iglesia sea verdaderamente eficaz y alcance un mayor y mejor impacto en comunicación pastoral, gabinetes de comunicación, gestión de redes sociales, generación de contenidos audiovisuales, etc.

Perfiles profesionales

- Responsables de comunicación
- Asesores y gestores de redes sociales.
- Responsable de prensa ONG's.
- Sacerdotes, religiosos y religiosas.





Plan de estudios

Módulo 1. Herramientas para la comunicación (online)	16 ECTS
Comunicación institucional en la Iglesia	2 ECTS
Producción y edición de video digital	2 ECTS
Comunicación en internet. Formatos digitales. Redes sociales	2 ECTS
Creación de contenido digital con smartphones	2 ECTS
Producción y postproducción de fotografía	2 ECTS
Diseño de producto digital	2 ECTS
Big Data y análisis de datos. Métrica, Analytics y SEO	2 ECTS
Comunicación radiofónica y sonora: el podcast como recurso de evangelización	2 ECTS
Módulo 2. Comunicación y servicio a la misión de la Iglesia (online)	9 ECTS
Comunicación de crisis	1,5 ECTS
Comunicar la Iglesia en un cambio de época: desafíos y oportunidades en tiempos de secularización y laicismo	1,5 ECTS
Comunicar el legado de la cristiandad hoy	1,5 ECTS
La comunicación social en la era de la desinformación, las noticias falsas y la posverdad	1,5 ECTS
Alfabetización mediática	1,5 ECTS
Cine e Iglesia. Crítica de cine y formación en valores	1,5 ECTS
Módulo 3. Experiencias de comunicación en la Iglesia (presencial)	27 ECTS
Comunicación en televisión	4 ECTS
Comunicación en radio	4 ECTS
Creación de contenidos en video	4 ECTS
Creatividad para la comunicación	4 ECTS
Marketing para la Iglesia del siglo XXI	4 ECTS
El hecho religioso y su tratamiento periodístico	2 ECTS
Comunicación oral	2 ECTS
Estrategias de comunicación al servicio de la Iglesia	2 ECTS
Masterclass: Intercambio de experiencias	2 ECTS
Trabajo Fin de Máster / Practicum	8 ECTS

“(…) No basta pasar por las «calles» digitales, es decir simplemente estar conectados: es necesario que la conexión vaya acompañada de un verdadero encuentro. No podemos vivir solos, encerrados en nosotros mismos. Necesitamos amar y ser amados. Necesitamos ternura. Las estrategias comunicativas no garantizan la belleza, la bondad y la verdad de la

comunicación. El mundo de los medios de comunicación no puede ser ajeno de la preocupación por la humanidad, sino que está llamado a expresar también ternura. La red digital puede ser un lugar rico en humanidad: no una red de cables, sino de personas humanas. La neutralidad de los medios de comunicación es aparente: solo quien comunica poniéndose en juego a sí mismo puede representar un punto de referencia. El compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad de un comunicador. Precisamente por eso el testimonio cristiano, gracias a la red, puede alcanzar las periferias existenciales.

Lo repito a menudo: entre una Iglesia accidentada por salir a la calle y una Iglesia enferma de autoreferencialidad, prefiero sin duda la primera. Y las calles del mundo son el lugar donde la gente vive, donde es accesible efectiva y afectivamente. Entre estas calles también se encuentran las digitales, pobladas de humanidad, a menudo herida: hombres y mujeres que buscan una salvación o una esperanza. Gracias también a las redes, el mensaje cristiano puede viajar «hasta los confines de la tierra» (Hch. 1,8). Abrir las puertas de las iglesias significa abrirlas asimismo en el mundo digital, tanto para que la gente entre, en cualquier condición de vida en la que se encuentre, como para que el Evangelio pueda cruzar el umbral del templo y salir al encuentro de todos. Estamos llamados a dar testimonio de una Iglesia que sea la casa de todos. ¿Somos capaces de comunicar este rostro de la Iglesia? La comunicación contribuye a dar forma a la vocación misionera

de toda la Iglesia; y las redes sociales son hoy uno de los lugares donde vivir esta vocación redescubriendo la belleza de la fe, la belleza del encuentro con Cristo. También en el contexto de la comunicación sirve una Iglesia que logre llevar calor y encender los corazones”.

“(…) El interés y la presencia de la Iglesia en el mundo de la comunicación son importantes para dialogar con el hombre de hoy y llevarlo al encuentro con Cristo: una Iglesia que acompaña en el camino sabe ponerse en camino con todos. En este contexto, la revolución de los medios de comunicación y de la información constituye un desafío grande y apasionante que requiere energías renovadas y una imaginación nueva para transmitir a los demás la belleza de Dios”.

Mensaje del Papa Francisco para la 48ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales

Vaticano, 24 de enero de 2014, memoria de San Francisco de Sales



Universidad
Pontificia
de Salamanca

Facultad de Comunicación