

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN  
Cursos Electivos Complementarios para la matrícula para el  
semestre 2025-2

**CCE205 ANÁLISIS MUSICAL (MUSICAL ANALYSIS)**

**Este curso se dictará en inglés**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Paula Sasaki  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas

**Sumilla:**

La música y el hombre. Del sonido a la música y de la música al arte musical. Elementos de análisis musical: dimensión, sonido, armonía, melodía, ritmo, textura, crecimiento, forma, unidad, variedad, equilibrio. Medios: instrumentos musicales acústicos, electrónicos y voces humanas. Tonalidad, atonalidad, dodecafonía. La evolución musical a lo largo de la historia. Creadores más representativos. Géneros musicales y formas típicas. Introducción al estudio de la música y la imagen.

**CCC234 ARTES VISUALES**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta sexto nivel  
**Profesor** : Sandro Carranza  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas

**Sumilla:**

El desarrollo de las artes plásticas en la historia del arte Occidental, con énfasis en las artes visuales. Momentos y corrientes artísticas, en las diferentes etapas del desarrollo occidental: arte Bizantino, Gótico, Renacentista, Barroco, Romántico, Impresionista, Vanguardista, Pop Art. Conocimiento de estas corrientes y posibles aplicaciones a la creación visual actual.

**CCC361 AUDITORÍA DE MARCA**

**Taller de Actualización en Comunicación 1**

**Requisito** : Técnicas y Estrategias de Marketing 2  
**Profesor** : Carlos Ramírez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El alumno desarrollará el conocimiento teórico y práctico requerido para la gestión y gerenciamiento de una marca, su desarrollo comercial y diagnóstico al identificar su propósito, territorio, posicionamiento y valor en el mercado. Este curso permitirá la mirada 360° de cómo gestionar una marca en plataformas tradicionales y digitales de comunicación mediante el previo diagnóstico de la misma.

### **CCC331 CINE LATINOAMERICANO**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Melvin Ledgard  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

El curso de cine latinoamericano es un curso teórico electivo que plantea un panorama comprensible y coherente del cine latinoamericano a través de su historia, se propone que los estudiantes tengan una idea conceptualmente clara de cómo, con qué virtudes y limitaciones, se desarrolló éste en nuestra región del mundo.

Los temas que el curso aborda para su estructuración, son tres momentos elegidos por ser referentes imprescindibles en la historia del cine latinoamericano: El “cine clásico latinoamericano” contemporáneo a los grandes estudios en Hollywood; los “nuevos cines latinoamericanos” de los años sesenta; el cine latinoamericano “globalizado” del presente, incluido el contrapunto de la evolución del cine peruano en este contexto.

### **CCC353 COLOR AND MEANING: FOUNDATIONS OF VISUAL ANALYSIS Debates Contemporáneos en Comunicación 3**

**Requisito** : Realización de Audio y Video  
**Profesor** : Brian Bachmann  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

This course offers an approach to image analysis through color theory, understanding color as an expressive tool in the construction of visual meaning. Its purpose is for students to develop a critical perspective on the use of color in audiovisual products by studying its physical, perceptual, symbolic, and narrative foundations. Concepts such as chromatic harmony, contrast, color psychology, and the communicative function of color in various visual contexts are addressed. The course helps strengthen analytical, interpretative, and discursive skills essential for audiovisual creation with both aesthetic and communicative intent. The methodology is based on guided case analysis, specialized readings, and reflective discussions, fostering an active engagement in class sessions through critical exchange of ideas. In this way, the course contributes to the comprehensive education of professionals capable of decoding and using the language of color with purpose and depth.

### **CCC372 COM-LAB: INNOVACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Tecnologías de Comunicación 2**

**Requisito** : Gestión de la Comunicación en Organizaciones  
**Profesora** : Naira Rivas  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Es un curso teórico y aplicado que busca responder a los nuevos desafíos comunicacionales que enfrentan las organizaciones en contextos de cambio acelerado, digitalización e inteligencia artificial. Complementa y pone en acción la base teórica llevada a lo largo de la formación académica. Las y los estudiantes se entrenarán en el

diseño e implementación de estrategias de comunicación organizacional innovadoras, basadas en el uso de tecnologías emergentes, metodologías ágiles y herramientas de IA, aplicando los conocimientos adquiridos en casos prácticos y proyectos reales o simulados. Considera los siguientes temas: *mindset* innovador en comunicación, inteligencia artificial para comunicadores, prototipado de estrategias comunicacionales, comunicación en procesos de cambio, comunicación inclusiva y con enfoque de diversidad, *storytelling* estratégico, *pitch* de estrategias comunicacionales.

### **CCC364 COMPOSICIÓN CINEMATOGRAFICA: ANÁLISIS Y REALIZACIÓN** **Taller de Actualización en Comunicación 4**

**Requisitos** : Edición E  
Iluminación  
**Profesor** : Brian Bachmann  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

#### **Sumilla:**

Curso teórico práctico que tiene como objetivo abordar la relación entre las decisiones cinematográficas y la coherencia narrativa en productos audiovisuales. Se explorará cómo los elementos visuales y técnicos deben servir a la historia, asegurando que la puesta en escena refuerce la esencia del guion. A través de sesiones teóricas y prácticas, los estudiantes analizarán películas existentes y desarrollarán sus propias escenas, a través de propuestas de composición cinematográfica con un sólido enfoque narrativo, técnico y artístico.

### **CCC282 DIRECCIÓN DE ACTORES**

**Requisito** : Realización de Audio y Video  
**Profesora** : Alexandra Centurión  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

#### **Sumilla:**

Principios de la actuación. La acción dramática. La especificidad y la organicidad. Las siete preguntas. El trabajo del director con los actores. Análisis actoral de un texto dramático. Casting y construcción física del personaje. Diferencias entre actuación teatral, cinematográfica y televisiva. El trabajo del director en el set. Montaje de diversos textos con actores profesionales.

### **1CCC32 DIRECCIÓN DE ARTE EN LA PUBLICIDAD**

**Requisito** : Estética y Comunicación  
**Profesora** : Mary Quiroga  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico cuya finalidad es analizar el pensamiento estratégico publicitario como soporte fundamental para la creación y desarrollo de recursos artísticos y estéticos aplicables a distintos soportes gráficos, sonoros y audiovisuales. Se estudiará el trabajo del director de arte como componente fundamental del equipo

creativo publicitario, desde la concepción de la idea hasta la producción y puesta en escena para la realización; así como la aplicación de técnicas y nuevas tecnologías digitales en la realización de propuestas de arte para campañas publicitarias integrales en soportes digitales e interactivos

### **1CCC33 DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UX DESIGN)**

**Requisito** : Técnicas y Estrategias de Marketing 2  
**Profesora** : Ana Ten  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

Curso teórico-práctico que tiene como propósito profundizar en la relación entre las formas de manifestación de la experiencia de usuario cuando una persona interactúa con un producto digital y su éxito. El curso busca que las y los estudiantes entiendan de qué manera el diseñador de experiencia de usuario es capaz de definir esta experiencia a través de sus componentes: usabilidad, accesibilidad, diseño de interacción, estética, utilidad, arquitectura de la información y contenidos. Ellas y ellos aprenderán cómo desarrollar proyectos digitales (landing pages, micrositos, sitios web y aplicaciones móviles) con enfoque UX integrando las estrategias, metodologías, técnicas y herramientas clave para crear productos usables, accesibles, útiles y que gusten al usuario final.

### **CCC354 DISEÑO DE PORTAFOLIO Debates Contemporáneos en Comunicación 4**

**Requisito** : Creatividad Publicitaria  
**Profesora** : Olga Osnayo  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

Diseño de portafolio es un curso de teoría y práctica que te ayudará a identificar tu propuesta única de valor para destacar tus fortalezas. En este curso, explorarás estrategias para atraer clientes y diseñarás dos portafolios: uno orientado al sector comercial, dirigido a empresas; y otro con un enfoque artístico, destinado a agencias o medios creativos. Aprenderás a compartir tu trayectoria y a promocionar tus mejores proyectos para atraer nuevas oportunidades profesionales.

### **CCC286 ECOLOGÍA Y COMUNICACIÓN**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Víctor Santillán  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

La dimensión ecológica de la vida cotidiana en el planeta. La amenaza depredadora posindustrial y el desencanto frente a la dificultad para renovar y mantener la riqueza de la vida en la tierra. La comunicación como instrumento y escenario que plantea alternativas de solución a los problemas ecológicos. Estudio de experiencias de

comunicación medioambiental para fortalecer a los estudiantes en la relación entre ecología y desarrollo humano.

**NOTA:** Se requiere de una inversión por parte de los estudiantes para la salida de campo a las Islas Palomino o al lugar al que se realice la excursión.

### **CCC355      GESTIÓN CULTURAL PARA EL AUDIOVISUAL** **Debates Contemporáneos en Comunicación 5**

**Requisitos** : Registro de Imagen y Audio, Y  
Producción para Medios Audiovisuales  
**Profesora** : Karolay Ramírez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico que tiene como finalidad entrenar a las y los estudiantes en la conceptualización de la gestión cultural y proporcionar herramientas para la creación de proyectos culturales vinculados con el audiovisual y el cine. Articula las políticas culturales y la legislación vigente, la investigación y el análisis de proyectos culturales con la producción de actividades culturales. Busca desarrollar las siguientes competencias: Gestionar procesos comunicacionales y actuar éticamente.

### **1CCI03      GUION PARA VIDEOJUEGOS** **Seminario Internacional de Comunicaciones 3** **(Semana internacional del lunes 11 al viernes 15 de agosto)**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Lucas Martins Néia  
**Crédito** : 1  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes de la semana internacional

#### **Sumilla:**

El curso tiene como propósito presentar los principales fundamentos de la escritura de guiones para producciones audiovisuales interactivas, con especial énfasis en el universo de los juegos digitales. Las clases abordarán cómo la jugabilidad –es decir, el conjunto de mecánicas– de un juego se articula con los elementos estructurantes de una narrativa. Se proporcionarán a los estudiantes conceptos y herramientas que les ayuden en el proceso de “videoescritura” de sus propios proyectos, integrando elementos como historia, personajes, escenarios y dinámicas lúdicas.

De esta manera, se busca promover una mirada crítica sobre las prácticas contemporáneas de storytelling en la industria de los videojuegos, considerando las especificidades de distintos géneros y formatos. También se analizarán los diálogos entre los juegos digitales y sectores como la literatura, el cine y la informática, así como las lógicas del mercado videolúdico y sus implicaciones sociales, económicas y culturales. Se espera, así, incentivar una postura ética e innovadora frente a las tecnologías emergentes y el ecosistema mediático actual.

### CCC337 HISTORIA DEL CINE PERUANO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Requisito</b>        | : No tiene                               |
| <b>Profesor</b>         | : Emilio Bustamante                      |
| <b>Créditos</b>         | : 2                                      |
| <b>Horas de dictado</b> | : Una hora teórica y dos horas prácticas |

#### Sumilla:

El curso *Historia del cine peruano* es un curso electivo de la especialidad de Comunicación Audiovisual y abierto a alumnos de otras especialidades. Es un curso teórico-práctico. Proporciona información y análisis de las diversas etapas del desarrollo del cine en el Perú, destacando de manera especial el panorama de los últimos años. Se verá y se comentará a lo largo del semestre una selección de películas representativas que cubren la evolución histórica de la cinematografía peruana y que serán ubicadas dentro del contexto económico y social del país, atendiendo asimismo a sus particularidades tecnológicas y expresivas.

### 1CCC07 MARCA PERSONAL PARA COMUNICADORES

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Requisito</b>        | : No tiene                                 |
| <b>Profesores</b>       | : Carlos Ruiz y Carol Hernández            |
| <b>Créditos</b>         | : 3  |
| <b>Horas de dictado</b> | : Dos horas teóricas y dos horas prácticas |

#### Sumilla:

Es un curso teórico práctico que tiene como finalidad que los estudiantes aprendan a comunicar sus ideas y a venderlas claramente para convertirlas en proyectos. En el mismo sentido, busca que puedan dar a conocer sus propias capacidades y a generar intención de compra de sus marcas personales. A través de un enfoque práctico y participativo, el curso busca potenciar las competencias personales de cada estudiante y brindarles los recursos necesarios para elaborar y comunicar de forma efectiva ya sea una idea, un proyecto o su propio posicionamiento personal. Algunos de los conceptos a revisar y trabajar en el curso son los siguientes: marca personal laboral, empleabilidad, autoconocimiento, storytelling personal e identidad.

### CCC351 MARKETING DIGITAL, MEDIOS SOCIALES Y REDACCIÓN SEO Debates Contemporáneos en Comunicación 1

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Requisito</b>        | : Completar OC y OE hasta séptimo nivel |
| <b>Profesor</b>         | : Gerardo Caballero                     |
| <b>Créditos</b>         | : 3                                     |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas                   |

#### Sumilla:

Es un curso teórico práctico que tiene como objetivo fortalecer las habilidades de los estudiantes de comunicaciones en la creación y distribución de contenido, a fin de que adapten sus perfiles profesionales a las demandas de la era digital. El curso está dividido en cuatro bloques: i) marketing digital y analítica web; ii) inbound marketing y marketing de contenidos; iii) gestión de redes sociales y plataformas; y iv) estrategias de redacción SEO y posicionamiento de contenido en buscadores. Al final del semestre, los alumnos estarán en mejores condiciones para desempeñarse en medios digitales y agencias de comunicación, así como de generar contenido propio. Este curso tributa a las siguientes

competencias: construye discursos comunicacionales, gestiona procesos comunicacionales y aplica las tecnologías comunicacionales.

## **CCE274      MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO**

**Requisito** : Teorías de la Comunicación  
**Profesor** : Luis Olivera  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

### **Sumilla:**

Curso teórico orientado al aprendizaje de la formulación de campañas que, empleando las herramientas del marketing, busquen vincular públicos específicos con productos sociales o políticos. Para ello, se propone llevar a cabo el análisis académico de campañas realizadas, valorando la especificidad del producto y la segmentación del público. En el análisis también se considerará la selección y empleo de recursos comunicacionales para la óptima apropiación de ideas, conductas, prácticas o uso de objetos tangibles. Los contenidos abarcan tanto elementos generales del marketing, como aplicaciones propias del marketing político y el marketing social.

## **CCC357      MEDIOS DIGITALES: ECONOMÍA, POLÍTICAS Y DERECHOS Experiencias en Comunicación 1**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta sexto nivel  
**Profesora** : Ana Bizberge  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

### **Sumilla:**

Es un curso teórico destinado a estudiantes de todas las carreras que aborda el estudio de las industrias culturales y plataformas de internet desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación. Esta corriente se ha ocupado del análisis de la intervención del Estado en la formación de los mercados de medios desde el último cuarto del Siglo XX hasta la actualidad. El curso indaga las transformaciones tecnológicas, los cambios en los modelos de negocio de las industrias culturales (en especial del audiovisual y la prensa) frente a la digitalización, así como el funcionamiento económico y reglas de gobernanza de Internet y redes sociales. Además, aborda las discusiones político-regulatorias de los sectores de la comunicación contemporánea a nivel global y en Perú y sus implicancias para el ejercicio de derechos digitales. El curso contribuye al desarrollo de competencias de investigación, identificación y caracterización de actores y actuación ética.

## **CCC271      PERIODISMO AMBIENTAL Temas de Comunicación 1**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta quinto nivel  
**Profesor** : Ramiro Escobar  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Este curso procura ubicar al estudiante de Periodismo en uno de los grandes temas contemporáneos: el medio ambiente. Para ello, se dedicará a precisar asuntos básicos cómo qué son los ecosistemas, cómo se generó el calentamiento global, por qué es impactada la biodiversidad, qué provoca la contaminación. También se verán los ángulos políticos, sociales y legales del tema ambiental, así como las relaciones entre medio ambiente y política internacional. Asimismo, y será fundamental, se explorará las relaciones entre el deterioro ambiental y las pandemias, un asunto crucial en el momento actual. Durante el ciclo se irá encargando a los estudiantes que desarrollen trabajos en géneros o plataformas como el reportaje, la crónica, el artículo de opinión, la entrevista, el podcast o el videoreportaje. Importante tener conocimientos de redacción o de elaboración de materiales audiovisuales. Y sobre todo mucho interés en este importantísimo tema del escenario global. El curso incluye, además, una salida de campo si los protocolos establecidos por la crisis sanitaria lo permiten.

### **1CCI01 PERIODISMO EMPRENDEDOR: CÓMO HACER SOSTENIBLE TU PROYECTO**

#### **Seminario Internacional de Comunicaciones 1**

**(Semana internacional del lunes 11 al viernes 15 de agosto)**

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Requisito</b>        | : No tiene   |
| <b>Profesora</b>        | : Sara Trejos  |
| <b>Crédito</b>          | : 1  |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes de la semana internacional |

**Sumilla:**

Es un curso para acercarse a conceptos que por muchos años estuvieron relegados de los espacios académicos de las universidades. Es una exploración a la conceptualización de modelos de negocio enfocados en mercados digitales, presupuestos, planeación, testeo, análisis de audiencias, mercados, fondos y agencias de financiación, startups, innovación y perfiles de gestores culturales. El programa guiará a los alumnos hacia las preguntas que todo gestor cultural debe hacerse cuando quiere elaborar productos informativos que sean financiables, sostenibles, comercializables. Al finalizar el curso, los estudiantes habrán comprendido que el mercado actual de las industrias culturales requiere de profesionales que tengan la capacidad de crear nuevas ofertas de contenidos-productos informativos, dirigidos a audiencias específicas, viables económicamente y sostenibles en el tiempo.

### **CCC352 POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN Y SU ROL EN LA ATENCIÓN DE PROBLEMÁTICAS SOCIALES**

#### **Debates Contemporáneos en Comunicación 2**

|                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| <b>Requisito</b>        | : No tiene            |
| <b>Profesora</b>        | : Mirtha Correa       |
| <b>Créditos</b>         | : 3                   |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas |

**Sumilla:**

Curso teórico con componente aplicativo que abordará el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas de comunicación orientadas a fortalecer la relación entre el Estado y la ciudadanía respecto a la gestión y atención de las necesidades y demandas sociales de la población. Se desarrollarán los principios rectores que deben

establecerse en la comunicación pública desde una perspectiva de gobernanza democrática, transparente y de promoción de la participación ciudadana en la gestión pública. Se analizarán ejemplos de comunicación gubernamental con fines informativos, educativos, de sensibilización o movilización ciudadana para involucrar la participación de la población. El curso dotará a los participantes de herramientas para analizar y diseñar políticas públicas de comunicación, considerando variables socioeconómicas, sociopolíticas, así como demográficas y culturales. Se enfatizará la importancia de la comunicación estatal como un mecanismo clave para la construcción de confianza, legitimidad y fortalecimiento del tejido social ciudadano.

### **CCC369 POSTPRODUCCIÓN DE COLOR** **Laboratorio de Comunicación 4**

**Requisitos** : Edición de Video O  
Edición E Iluminación (para estudiantes del nuevo plan)

**Profesor** : Adriano Moreno

**Créditos** : 4

**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

#### **Sumilla:**

Curso teórico-práctico en el que las y los estudiantes explorarán el mundo de la corrección de color a través del software DaVinci Resolve. Adquirirán habilidades avanzadas en el uso de herramientas de análisis y estrategias de corrección de color, lo que les permitirá trabajar en una amplia variedad de proyectos audiovisuales. Desde ajustes básicos hasta correcciones precisas, las y los participantes desarrollarán habilidades para transformar imágenes y lograr el aspecto cinematográfico deseado. Además, investigarán cómo la luz puede transformar una escena, refinando su instinto en la colorización para agregar un valor aún mayor a su trabajo visual. Con la guía de docentes expertos y una práctica intensiva, las y los estudiantes estarán preparados para destacar en la industria audiovisual.

### **CCE239 PRODUCCIÓN PUBLICITARIA**

**Requisito** : Registro de Imagen y Audio O  
Taller de Herramientas Publicitarias

**Profesores** : Julio Vizcarra y Mary Quiroga

**Créditos** : 3

**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Cadena de eventos que participa en el proceso de producción publicitaria. Aspectos financieros, de planeamiento, de creatividad y producción. Análisis de guion, de presupuesto, de selección de talentos, planes de grabación, desgloses. Criterios creativos para abordar la producción de campañas publicitarias en los diferentes medios de comunicación bajo las reglas de un mercado influido por el desarrollo tecnológico.

### **1CCC30 TALLER DE ENTREVISTAS**

**Requisito** : No tiene

**Profesora** : Rosa María Palacios

**Créditos** : 3

**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Es un curso teórico que tiene como finalidad que los estudiantes aprendan a realizar entrevistas para plataformas escritas y audiovisuales, en especial para radio y para televisión. Los alumnos explorarán los objetivos y pertinencia de la entrevista como método, los medios de preparación de esta, la elaboración del cuestionario pertinente, el desarrollo de este, el lenguaje a utilizar y su presentación final a la audiencia. Los alumnos desarrollarán una serie de ejercicios prácticos para cada etapa del curso y trabajarán en varios formatos.

### **CCC275 TALLER DE FACT CHECKING Y NUEVAS HERRAMIENTAS DIGITALES**

#### **Temas de Comunicación 3**

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Requisito</b>        | : Redacción Periodística O<br>Taller de Redacción Periodística |
| <b>Profesora</b>        | : Francesca García   |
| <b>Créditos</b>         | : 4  |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas y dos horas prácticas                    |

**Sumilla:**

Este curso proporciona a los y las estudiantes las herramientas fundamentales del fact-checking periodístico para combatir los distintos tipos de desinformación. La asignatura combina la parte teórica - metodológica sobre el fact-checking y la desinformación, con un taller periodístico donde los estudiantes ponen en práctica lo aprendido. Serán capacitados con ejemplos de verificaciones del discurso público y estrategias para combatir la desinformación viral en contextos tan complejos como la pandemia por el COVID-19 y las campañas electorales. Al final del curso, los y las estudiantes adquieren competencias para realizar verificaciones siguiendo los actuales estándares nacionales e internacionales.

### **1CCC09 TALLER DE PODCAST**

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Requisito</b>        | : Registro de Imagen y Audio O<br>Producción Audiovisual para el Desarrollo O<br>Video reportaje Periodístico O Registro Audiovisual para Periodismo<br>O Taller de Herramientas Publicitarias |
| <b>Profesoras</b>       | : Paula Sasaki y Jimena Mora   |
| <b>Créditos</b>         | : 4  |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas y dos horas prácticas  |

**Sumilla:**

Es un curso teórico práctico cuyo propósito es que los estudiantes aprendan a producir piezas de audio atrayentes sin perder la esencia del comunicador. Se compartirán conocimientos y técnicas, además de aprender a utilizar distintas herramientas digitales, que le ayudarán a producir piezas sonoras de impacto. También aprenderán a escribir guiones, a grabar y posproducir audios de alta calidad, y a utilizar las distintas herramientas digitales y aplicaciones que faciliten su trabajo. Conocerán técnicas para recrear espacios y situaciones a través del sonido. De la misma manera, aprenderán a editar y a mezclar historias de audio sin perder de vista los principios y normas de la

práctica ética de la comunicación, como la búsqueda de la honestidad, la imparcialidad y la diversidad.

### **CCC358 TELENOVELA Y GÉNERO** **Experiencias en Comunicación 2**

**Requisito** : Teorías de la Comunicación  
**Profesora** : Giuliana Cassano  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Este curso se orienta al estudio de la telenovela como objeto social vinculada a las representaciones de género, espacio de producción y reproducción de la vida cotidiana y de la sociedad. Un producto cultural que dialoga directamente con la propia organización de nuestros sistemas sociales, pues la telenovela delimita –desde el mundo de la ficción- los mandatos morales acerca del Bien y el Mal, el amor y el desamor, e incide en la configuración de nuestras identidades y nuestras prácticas sociales, especialmente las de género.

### **1CCC21 VIDEOJUEGOS**

**Requisitos** : Técnicas de Guion, Y  
 Registro de Imagen y Audio  
**Profesor** : Leandro Gómez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

Este es un curso teórico-práctico. Tiene como propósito entender la relación entre la producción audiovisual y los videojuegos; apreciar los videojuegos como forma de expresión, medio de entretenimiento y espacio de desarrollo profesional e industria cultural; y descubrir las posibles definiciones de los videojuegos, las cuales estarían al servicio del profesional de la comunicación y su formación investigadora. La idea es aprender a diseñar un videojuego desde una perspectiva comunicológica, entendiéndolo como extensión mediática cultural, analizando su naturaleza y objetivos, concibiéndolo como medio de interacción social que logre transmitir al jugador el contenido ético y estético del mensaje. El curso estará enfocado en los aspectos conceptuales e hipertextuales; no se abordará programación ni temas de software.

Secretaría Académica  
 18 de julio del 2025