

Teoria i Tècniques de la Construcció i la Locució del Discurs

Codi: 106095

Crèdits: 12

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	1	A

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Maria Luz Barbeito Veloso

Correu electrònic: MariLuz.Barbeito@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Marta Ribas Barquet

Prerequisits

Aquesta assignatura no té prerequisits específics. Les classes s'impartiran preferentment en català, en alguns casos amb suport visual en castellà.

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb el respecte als drets fonamentals d'igualtat entre dones i homes, als drets humans i als valors d'una cultura de pau i buscarà promoure el creixement personal i el compromís professional amb un mateix i la comunitat i, tanmateix, com suggereix el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, "a mostrar les diferents realitats socials, no permetent la creació de continguts que puguin fomentar o justificar l'homofòbia, la bifòbia, la lesbofòbia i la transfòbia, difonent la denúncia dels fets discriminatoris i presentant bones pràctiques en relació amb la igualtat i amb la no-discriminació" (Recomanacions sobre el tractament de les persones LGBTI als mitjans audiovisuals, CAC, 2017).

Objectius

S'aborda el discurs en totes les seves etapes: el naixement d'una idea, la cerca de la informació que permeti fonamentar-la, l'elaboració de l'argument, la selecció i exposició depenent del mitjà i el posterior diàleg amb el receptor.

Els objectius generals s'agrupen en quatre àmbits:

1. Explicar com incrementar de forma selectiva el coneixement sobre una matèria;
2. Ajudar a construir un criteri d'elaboració, enfortint els elements rellevants;
3. Entendre com s'ha d'adaptar el discurs al mitjà seleccionat.
4. Plantejar estratègies per a una bidireccionalitat del discurs constructiu.

Competències

- Adaptar la comunicació generada per la pròpia organització al llenguatge dels mitjans de comunicació tradicionals i digitals.
- Cercar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i de document útil per a l'elaboració de missatges.
- Concebre, planificar i executar projectes de comunicació sobre l'organització en tot tipus de suports per als públics interns i externs.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Contrastar i verificar la veracitat de les informacions aplicant criteris de valoració.
2. Elaborar documents sonors i audiovisuals per enviar-los als periodistes dels mass-media o per incloure'ls als propis mitjans de l'organització.
3. Presentar els treballs de l'assignatura en els terminis previstos i mostrar-ne la planificació individual o grupal aplicada.
4. Realitzar activitats comunicatives escrites, sonores, audiovisuals i digitals.
5. Reconèixer la virtualitat i els límits de la llibertat d'expressió en la producció de documents informatius en i per a qualsevol tipus de suport.
6. Redactar i produir documents sonors i audiovisuals per a qualsevol tipus de suport sobre aquells temes que generin o afectin les organitzacions.
7. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.
8. Trobar el que és substancial i rellevant en documents de l'assignatura.

Continguts

1. L'organització com a ens comunicatiu
2. Subjectes de l'activitat comunicativa organitzacional
3. El discurs comunicatiu i la mediació tecnològica
4. La construcció del discurs de les organitzacions
5. La locució del discurs i l'eficàcia comunicativa
6. Nous àmbits per a la comunicació organitzacional

Metodologia

Encara que es tracta d'una assignatura fonamentalment pràctica, aquesta matèria se sustenta sobre uns continguts teòrics que es desenvoluparan tant en les diferents sessions magistrals programades com en el marc de les classes pràctiques d'anàlisi. L'organització, durada i presencialitat d'aquestes s'anirà adaptant segons les necessitats sanitàries generades pel Covid-19.

Els continguts d'aquesta assignatura es desenvoluparan a través de diferents metodologies docents: MD1: Classes magistrals; MD3: Aprenentatge col·laboratiu; MD4: Elaboració de treballs/informes; MD6: Presentació oral de treballs; Pràctiques de Laboratori i MD11: Pràctiques d'aula.

Totes les pràctiques seran obligatòries i la seva preparació formarà sempre part del treball autònom que conforma la dedicació a aquesta assignatura.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Al Campus Virtual l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els

diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura, així com dels canvis de modalitat docent per raons sanitàries.

Amb independència de l'explicat fins ara, les i els estudiants faran ús de les tutories (MD7), les quals fixarà el professorat al llarg del semestre.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions d'aula	30	1,2	1, 5, 8
Sessions de pràctica de laboratori	66	2,64	1, 2, 3, 4, 5, 6
Tipus: Supervisades			
Tutories	10	0,4	1, 8
Tipus: Autònomes			
Lectures, preparació de pràctiques, preparació de proves i realització de treballs.	184	7,36	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Avaluació

En tractar-se d'una assignatura amb avaluació continuada, és obligatòria l'assistència a l'aula i per aprovar l'assignatura és obligatori realitzar totes les proves fixades. L'assignatura consta de les activitats següents:

- PROVES TEÒRIQUES: 30% sobre la qualificació final.
- PRÀCTIQUES DE LABORATORI: 40% sobre la qualificació final.
- TREBALL DE CURS: 20% sobre la qualificació final.
- PRÀCTICA INDIVIDUAL: 10% sobre la qualificació final.

Per a aprovar l'assignatura i calcular la nota mitjana ponderada, cadascuna de les parts haurà de ser superada amb un mínim de 5 punts sobre 10.

ACTIVITATS DE REAVALUACIÓ:

Les activitats de reavaluació es portaran a terme durant la/es setmana/s fixades en el calendari acadèmic. S'hauran de presentar a aquestes activitats les i els estudiants que no hagin arribat a 5 punts en l'examen de teoria i/o en la pràctica individual.

La pràctica final i el treball de curs no seran susceptibles de reavaluació (les competències i les habilitats no adquirides al llarg del curs difícilment es poden assolir en un parell de setmanes).

PLAGI. MOLT IMPORTANT:

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Proves Teòriques	30	3	0,12	1, 5, 8
Pràctica Individual	10	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Pràctiques de Laboratori	40	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Treball de Curs	20	2	0,08	1, 3, 5, 7, 8

Bibliografia

Arriscado, Paula; Campos, Rosa Maria; Martínez Solana, Yolanda (2015). "Implicaciones de la asesoría de prensa para la definición del posicionamiento de marca: Implications of the press office for the definition of branding". En: *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*. Vol. 6, pp.99-107

Barbeito-Veloso, María-Luz; Perona-Páez, Juan-José (2019). "Comunicación organizacional en clave sonora: el caso de *Blink*, los podcasts de BBVA". *El profesional de la información*, v. 28, n. 5, e280511. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.11>

Blanch, Margarita; Lázaro, Patricia (2010). *Aula de locución*, Ed. Cátedra, Madrid

Cano Muñoz, Isidro (2005). *El don de la palabra: hablar para convencer*. Thomsom, Madrid.

Castillo, José María (2016). *Televisión, realización y lenguaje audiovisual*. Instituto RTVE, Madrid.

Costa, Joan (2012). "El Dircom hoy. Dirección y Gestión de la comunicación en la nueva economía". CPC, Barcelona.

Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., & Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de las agencias de Relaciones Públicas y Comunicación españolas. *Profesional De La Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.10>

Cristófol Rodríguez, Carmen (2014). "Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación: La dirección de comunicación en la actualidad". En *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, Vol.13 (25), pp.193-194

Dale Carnegie (2009). *Cómo hablar bien en público*. Elhasa, Madrid.

Durántez-Stolle, P. (2017). Interacción y participación en salas de prensa virtuales de las empresas del IBEX 35. *Profesional De La Información*, 26(2), 228-237. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.09>

Gutiérrez, Maria; Perona, Juan José (2002). *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*, Ed. Bosch, Barcelona.

Huertas, Amparo; Perona, Juan José (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Ed.Bosch, Barcelona.

Miquel-Segarra, Susana; Aced, Cristina (2019). "El perfil de los responsables de comunicación interna en España". Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, v. 6, n. 11, pp. 99-118.
<http://revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/184>

Pérez Rufí, José Patricio, Gómez Pérez, Francisco Javier & Navarrete Cardero, José Luis (2014). El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube. Sphera Publica, 2, (14), 36-60

Romero-Rodríguez, L. (2020). Manual de gestión de la comunicación corporativa. Madrid: Tecnos.

Villafañe, Justo (2008). "La gestión profesional de la imagen corporativa". Pirámide, Madrid.

Programari

Editor de so Audacity

Plataforma Ganesha (emmagatzematge d'arxius)