

**Teoría y Técnicas de la Construcción y la Locución
del Discurso**

Código: 106095
Créditos ECTS: 12

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2503868 Comunicación de las Organizaciones	OB	1	A

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: María Luz Barbeito Veloso
Correo electrónico: MariLuz.Barbeito@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Marta Ribas Barquet

Prerequisitos

Esta asignatura no tiene prerequisites específicos. Las clases se impartirán preferentemente en catalán y en algunos casos con soporte visual en castellano.

El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con el respeto a los derechos fundamentales de igualdad entre mujeres y hombres, a los derechos humanos y a los valores de una cultura de paz y buscará promover el crecimiento personal y el compromiso profesional con uno mismo y con la comunidad y también, como apunta el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, "a mostrar las diferentes realidades sociales, no permitiendo la creación de contenidos que puedan fomentar o justificar la homofobia, la bifobia, la lesbofobia y la transfobia, difundiendo la denuncia de los hechos discriminatorios y presentando buenas prácticas en relación con la igualdad y con la no discriminación" (Recomendaciones sobre el tratamiento de las personas LGBTI en los medios audiovisuales, CAC, 2017).

Objetivos y contextualización

Se pretende abordar el discurso en todas sus etapas: el nacimiento de una idea, la búsqueda de la información que permita fundamentarla, la elaboración del argumento, la selección y exposición dependiendo del medio y el posterior diálogo con el receptor.

Los objetivos generales se agrupan en cuatro ámbitos:

1. Explicar cómo incrementar de forma selectiva el conocimiento sobre una materia;
2. Ayudar a construir un criterio de elaboración, fortaleciendo los elementos relevantes;
3. Entender cómo se debe adaptar el discurso al medio seleccionado y
4. Plantear estrategias para una bidireccionalidad del discurso constructivo.

Competencias

- Adaptar la comunicación generada por la propia organización al lenguaje de los medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y de documento útil para la elaboración de mensajes.
- Concebir, planificar y ejecutar proyectos de comunicación sobre la organización en todo tipo de soportes para los públicos internos y externos de la misma.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
2. Elaborar documentos sonoros y audiovisuales para ser enviados a los periodistas de los mass-media o para ser incluidos en los propios medios de la organización.
3. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de la asignatura.
4. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
5. Realizar actividades comunicativas escritas, sonoras, audiovisuales y digitales.
6. Reconocer la virtualidad y los límites de la libertad de expresión al producir documentos informativos en y para cualquier tipo de soporte.
7. Redactar y producir documentos sonoros y audiovisuales para cualquier tipo de soporte, sobre aquellos temas que generen o afecten a las organizaciones.
8. Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.

Contenido

1. La organización como ente comunicativo
2. Sujetos de la actividad comunicativa organizacional
3. El discurso comunicativo y la mediación tecnológica
4. La construcción del discurso de las organizaciones
5. La locución del discurso y la eficacia comunicativa
6. Nuevos ámbitos para la comunicación organizacional

Metodología

Aunque se trata de una asignatura fundamentalmente práctica, esta materia se sustenta sobre unos contenidos teóricos que se desarrollarán tanto en las diferentes sesiones magistrales programadas como en el marco de las clases prácticas de análisis. La organización, duración y presencialidad de estas se irá adaptando según las necesidades sanitarias generadas por el Covid-19.

Los contenidos de esta asignatura se desarrollarán a través de diferentes metodologías docentes: MD1: Clases magistrales; MD3: Aprendizaje colaborativo; MD4: Elaboración de trabajos/informes; MD6: Presentación oral de trabajos; Prácticas de Laboratorio y MD11: Prácticas de aula

Todas las prácticas serán obligatorias y su preparación formará siempre parte del trabajo autónomo que conforma la dedicación a esta asignatura.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. En el Campus Virtual el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura, así como de los cambios de modalidad docente por razones sanitarias.

Con independencia de lo explicado hasta ahora, las y los estudiantes harán uso de las tutorías (MD7), las cuales fijará el profesorado a lo largo del semestre.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Sesiones de aula	30	1,2	1, 6, 3
Sesiones de práctica de laboratorio	66	2,64	1, 2, 4, 5, 6, 7
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	10	0,4	1, 3
Tipo: Autónomas			
Lecturas, preparación de prácticas, preparación de pruebas y realización de trabajos.	184	7,36	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 3

Evaluación

Al tratarse de una asignatura con evaluación continua, es obligatoria la asistencia a clase y para aprobar la asignatura es obligatorio realizar todas las pruebas fijadas. La asignatura consta de las siguientes actividades:

- PRUEBAS TEÓRICAS: 30% sobre la calificación final.
- PRÁCTICAS DE LABORATORIO: 40% sobre la calificación final.
- TRABAJO DE CURSO: 20% sobre la calificación final.
- PRÁCTICA INDIVIDUAL: 10% sobre la calificación final.

Para aprobar la asignatura y calcular la nota media ponderada, cada una de las partes deberá ser superada con un mínimo de 5 puntos sobre 10.

ACTIVIDADES DE REEVALUACIÓN:

Las actividades de reevaluación se llevarán a cabo durante la/se semana/s fijadas en el calendario académico. Se tendrán que presentar a estas actividades las y los estudiantes que no hayan llegado a 5 puntos en el examen de teoría y/o en la práctica individual.

La práctica final y el trabajo de curso no serán susceptibles de reevaluación (las competencias y las habilidades no adquiridas a lo largo del curso difícilmente se pueden lograr en un par de semanas).

PLAGIO. MUY IMPORTANTE:

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad,...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Pruebas Teóricas	30	3	0,12	1, 6, 3
Práctica Individual	10	1	0,04	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 3
Prácticas de Laboratorio	40	4	0,16	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8
Treball de Curs	20	2	0,08	1, 4, 6, 8, 3

Bibliografía

Arriscado, Paula; Campos, Rosa Maria; Martinez 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.

Software

Editor de sonido Audacity

Plataforma Ganesha (almacenamiento de archivos)