

Formación de portavoces

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



DATOS GENERALES

Breve descripción

La comunicación de las Administraciones Públicas exige una interacción directa e indirecta con los medios de comunicación. Es necesario, por lo tanto, contar con portavoces institucionales bien entrenados y conscientes de las lógicas y dinámicas que se aplican a cada canal de comunicación.

Cualquier miembro de una administración, y más en el caso de altos cargos, puede verse en la tesitura de tener que "enfrentarse" a un medio de comunicación en algún momento de su carrera. Una conversación con un periodista, una entrevista en radio o televisión, una rueda de prensa, un debate... son situaciones que requieren a los políticos y funcionarios no sólo conocer bien el tema del que tienen que hablar (el fondo) sino también cómo tienen que hacerlo (la forma), así como comprender las repercusiones que en cada momento pueden tener sus palabras. En definitiva, en la política mediática de hoy día, a veces la forma es casi tan importante como el fondo.

Esta asignatura se plantea con la finalidad de transmitir a los alumnos las herramientas básicas (teóricas y prácticas) con las que debe contar un buen portavoz institucional, tanto desde el punto de vista de las técnicas de comunicación oral y gestual, como escrita.

Objetivos específicos

El portavoz desempeña un papel clave en las organizaciones, ejerciendo de enlace entre los ciudadanos y la institución a la que representa, a través de cada intervención pública. La forma en la que el portavoz se enfrenta a los medios de comunicación y a la ciudadanía requiere del entrenamiento de diferentes técnicas y herramientas comunicativas, para que el mensaje que llegue a los públicos coincida con el que se defina estratégicamente.

Esta materia está orientada a que los alumnos obtengan los siguientes resultados:

- Conozcan las diferentes técnicas y recursos propios del lenguaje: tonos de la voz, pausas y silencios, ritmo, respiración y control del estrés.
- Conozcan las principales pautas para una buena comunicación no verbal: lenguaje gestual, corporal y visual.
- Aprendan los procesos de segmentación del mensaje, la adaptación a los distintos públicos.
- Adquieran conocimientos sobre cómo conectar con el medio y el público: técnicas de persuasión y seducción.

- Sean capaces de sintetizar y posicionar el mensaje ante un medio de comunicación: repetición y llamada de atención.
- Aprendan a reaccionar de manera eficiente ante preguntas incómodas y molestas, evitando que la organización pueda ver perjudicada su reputación e imagen pública.
- Aprendan a enfrentarse de una manera efectiva ante un medio de comunicación en una rueda de prensa, debate o entrevista, ya sea en radio o televisión.

Título asignatura

Formación de portavoces

Código asignatura

101935

Curso académico

2016-17

Planes donde se imparte

[MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA](#)

Créditos ECTS

3

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Anual

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

- El papel del portavoz en las organizaciones: funciones y objetivos.
- Comunicación verbal, para-verbal y no verbal.
- El discurso: cómo llegar a los distintos públicos. Procesos de segmentación y adaptación discursiva.
- Retórica de persuasión y seducción: recursos y el empleo de la narración.
- Las entrevistas y los debates: entrenamiento para una comunicación eficiente en radio y televisión.
- La rueda de prensa en situaciones complejas: técnicas de improvisación y respuesta rápida.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

Generales

CG2 - Comprender de forma sistemática la información relevante, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, teniendo en cuenta cómo afecta a los diferentes actores y ámbitos de cada situación comunicativa.

CG4 - Capacidad para tratar situaciones comunicativas complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información (in)completa, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a los distintos públicos.

Específicas

CE3 - Capacidad para hacer mapas de públicos (identificarlos, jerarquizarlos y segmentarlos) para llevar a cabo procesos de comunicación que permitan establecer relaciones de largo plazo entre la Administración Pública y sus distintos públicos.

CE6 - Capacidad para asociar la estrategia de gestión pública a la estrategia de comunicación, relacionando todas las actividades que tengan implicaciones comunicativas.

CE8 - Capacidad para formular y desarrollar la política informativa de las organizaciones públicas.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1 - Clases presenciales

AF2 - Trabajo en grupo

AF3 - Trabajo individual

AF5 - Lectura de documentos y análisis y búsqueda de otras fuentes de información

AF6 - Trabajo autónomo

Metodologías docentes

Se utilizará una metodología que combinará las clases teóricas con casos prácticos y talleres que propiciarán la participación activa de los participantes con el objetivo de compartir dudas y experiencias.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

EV1 - Valoración de la asistencia y de la participación en la actividades formativas (30%)

EV3 - Evaluación del trabajo en grupo y, en su caso, valoración de su presentación oral (50%)

EV4 - Evaluación de los trabajo individuales y, en su caso, valoración de su presentación oral (20%)

PROFESORADO

Profesor responsable

Redoli Morchón, David

Director de Relaciones Institucionales, Solaria

Profesorado

Martín Granados, Ignacio

Consultor político

Santiago Barnés, Jorge Francisco

*Doctor acreditado en Comunicación Política
Universidad Camilo José Cela de Madrid*

Pérez Herrero, Julio César

*Doctor en Ciencias de la Información
Director del Centro de Estudios Superiores en Comunicación y Marketing Político
(CESCOMPOL)
Universidad de Alcalá de Henares*

HORARIO

Horario

Todas las asignaturas optativas se impartirán en los dos cursos académicos, en el segundo y cuarto cuatrimestre:

- Ver aquí [Calendario edición 2016/2018](#) (alumnos en primer curso)
- Ver aquí [Calendario edición 2015/2017](#) (alumnos en segundo curso)

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Arceo Vacas, A. (2012), *El portavoz en la comunicación de las organizaciones*, Alicante: Ed. Universidad de Alicante.

Canel, María José (2006), *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*, Madrid: Tecnos, 2ª edición.

Canel, María José (2007), *La comunicación de las instituciones públicas*, Madrid: Tecnos.

César Herrero, J. y Rodríguez Chuliá, A. (2008), *El candidato: manual de relaciones con los medios*, Sevilla: Ediciones Comunicación Social.

DIRCOM y ADECEC (2015), *Manual de buenas prácticas en la relación entre los profesionales de la comunicación y los periodistas*, disponible [en este enlace](#).

Merayo, A. (2012), *Curso práctico de técnicas de comunicación oral*, Madrid: Tecnos.

Pease, Allan (2013), *El lenguaje del cuerpo*, Barcelona, Paidós.