



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Teoría y técnica de la comunicación radiofónica

Asignatura	Teoría y técnica de la comunicación radiofónica			
Código	P04G190V01910			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OP	Curso 4	Cuatrimstre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	García González, Aurora			
Profesorado	Feijoo Fernández, Beatriz García González, Aurora			
Correo-e	auroragg@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta asignatura comprende el conocimiento de las tecnologías y técnicas de producción para radio. En ella se estudia además la radio como medio de comunicación, su origen y su desarrollo, tanto teórico como práctico. En el examen tienen particular relevancia el lenguaje y el estilo de la narrativa radiofónica y la programación radiofónica especialmente en su dimensión informativa y publicitaria.			

## Competencias

Código				
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.			
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.			
B2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.			
C2	Competencias socio-culturales: Conocimiento de los procesos sociopsicológicos que afectan al desarrollo de la comunicación en general, los específicos de la comunicación publicitaria y los propios de relaciones con los públicos			
C10	Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en empresas de comunicación.			
C14	Destrezas directivas y colaborativas: capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de una organización, afrontando la gestión estratégica de sus intangibles, la responsabilidad social corporativa y las relaciones con diferentes públicos.			
D1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.			
D2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio			
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo			
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas			
D5	Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social			
D6	Competencias directivas: preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones			

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Demostrar habilidad interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio	B1

Identificar en la teoría y en la práctica los elementos, formas, lenguajes y procesos publicitarios en el contexto internacional	C2
Aplicar la ética y la deontología profesional de la publicidad así como del ordenamiento jurídico que afecta a las prácticas comunicativas	D1
Organizar del departamento de comunicación en las empresas e instituciones y adquisición de habilidades necesarias para su dirección de comunicación y en especial, de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa. Aplicación teórica y práctica de las técnicas de gestión en empresas de comunicación	C10 C14
Identificación del entorno: describir y diagnosticar las cuestiones fundamentales de la comunicación en la sociedad contemporánea	A3
Analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina	B2
Elaborar análisis, síntesis y juicios críticos	A3
Fijar objetivos relacionando causas y efectos	D6
Gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas	D4
Demostrar la capacidad para adaptarse a los objetivos organizacionales y de trabajo en equipo	C14 D3
Actuar en libertad con responsabilidad, asumiendo referentes éticos	D1 D2
Relacionarse con las personas y con el entorno desde la identidad y los valores organizacionales	C2
Asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente, y en compromisos de responsabilidad social	D5
Coordinar el trabajo en equipo a través de la comunicación oral y escrita	D1

## Contenidos

Tema	
INTRODUCCIÓN	1. LA TEORÍA Y LA TÉCNICA
TEMA 1. MARCO TEÓRICO E HISTÓRICO DE REFERENCIA	2. LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA RADIO 3. LOS ORÍGENES DE LA RADIODIFUSIÓN 4. INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LA RADIO
TEMA 2. LA TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	5. EL ESPECTRO ELECTROMAGNÉTICO. LA RADIO ANTE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 6. EL PROCESO DE LA RADIODIFUSIÓN. TRANSFORMACIONES GLOBALES 7. LA REVOLUCIÓN DIGITAL 8. LA RADIO DIGITAL
TEMA 3: LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	9. EL LENGUAJE RADIOFÓNICO 10. LA PALABRA EN LA PUBLICIDAD RADIOFÓNICA 11. LA ADAPTACIÓN PARA LA RADIO. LOS EFECTOS 12. LA MÚSICA EN LA RADIO 13. EL SILENCIO RADIOFÓNICO
TEMA 4: PRODUCCIÓN, EDICIÓN, PROGRAMACIÓN	14. LOS CONTENIDOS RADIOFÓNICOS 15. LOS PROBLEMAS QUE PLANTEA LA RADIO 16. GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS 17. EL GUIÓN RADIOFÓNICO 18. PRODUCCIÓN Y MÁRketing RADIOFÓNICO
TEMA 5: FUNCIONES DE LA RADIO	19. FUNCIONES SOCIALES DE LA WEBRADIO 20. LA FUNCIÓN PARTICIPATIVA 21. LA FUNCIÓN CONECTIVA 22. LA FUNCIÓN IDENTIFICATIVA

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	24	48	72
Sesión magistral	24	48	72
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	4	6

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Prácticas de laboratorio	Las prácticas se realizan en el laboratorio de radio, supervisadas por la profesora. Cada práctica requiere la utilización de FAITIC para incorporar ejercicios tanto de realización individual como de grupo
Sesión magistral	Sesiones teóricas a cargo de la profesora para la exposición de los conocimientos objeto de estudio en esta materia. Y sesiones de exposición de los alumnos dirigidas por la profesora. Tienen una duración aproximada de una hora cada una.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	La profesora atenderá personalmente a los alumnos en horarios de tutoría. También es posible fuera de ese horario previa solicitud de cita mediante correo electrónico

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Prácticas de laboratorio	Las prácticas se realizan en el laboratorio de radio, supervisadas por la profesora. Cada práctica requiere la utilización de FAITIC para incorporar ejercicios. Estas prácticas son tanto de realización individual como de grupo	40		C14 D1 D2 D3 D4 D5 D6
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Habrà un examen final, teórico, de toda la materia que será escrito, y consistirá en diez preguntas, valorada cada una de ellas en un puntos.	60	A3	B1 C2 D1 B2 C10 D2 C14 D3 D4 D5 D6

### Otros comentarios sobre la Evaluación

### Fuentes de información

BIBLIOGRAFÍA PARA LA ASIGNATURA:

GARCÍA GONZÁLEZ, A. (2001) *Manual del comunicador radiofónico*. CIMS. Barcelona.

GARCÍA GONZÁLEZ, A. (2000) *Comunicación radiofónica*. Vigo: Universidade de Vigo, Servicio de Publicacións.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

CAMPOS FREIRE, Francisco (coord.), (2010), *El cambio mediático*. Sevilla-Zamora, Comunicación Social.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2008), [Radio y convergencia tecnológica en Europa. Expansión de los cybermedios fijos y móviles], en Leopoldo Ortega Carmona (2008), pp. 69-87.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2008), *La radio en internet. De las redes sociales a la radio móvil*. Buenos Aires, La Crujía.

CHIVITE, Santiago (2008), *COPE: una cadena de radio en busca de su identidad*. Madrid, Fragua.

FAUS BELAU, a. (2007) *La radio en España (1896/1977): una historia documental*. Taurus.

GUARINOS, Virginia (2009), *Manual de narrativa radiofónica*. Madrid, Síntesis.

LESSIG, Laurence. (2009) *El código 2.0* Traficantes de sueños. Madrid. (La edición primera es de 2006 en Basic Books. Cambridge)

MARTÍNEZ-COSTA, M<sup>a</sup> P. (2008) *La crónica radiofónica*. IORTV.

ORTEGA CARMONA, Leopoldo (comp.) (2008), *7ª Bienal Internacional de Radio. México 2008: La radio de cara al futuro. El impacto de la convergencia tecnológica*. México, D. F., Radio Educación.

ORTIZ, M.A. y LÓPEZ VIDALES, N. (eds.) (2011) *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era* Fraguacomunicación. Madrid.

RODERO ANTÓN, Emma. *Locución Radiofónica*. Fragua. Madrid, 2012

TENORIO, Iván (2009), *La nueva radio*. Barcelona, Marcombo.

### Recomendaciones

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

---

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Redacción y locución publicitaria/P04G190V01404

---