



DATOS IDENTIFICATIVOS

Teoría e técnica da comunicación radiofónica

Materia	Teoría e técnica da comunicación radiofónica			
Código	P04G190V01910			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descrición xeral	A asignatura comprende o coñecemento das tecnoloxías e das técnicas de produción para a radio e ofrece unha aproximación a radio como medio de comunicación de masas, a súa orixe e o seu desenvolvemento, tanto teórico como práctico. Na materia teñen particular relevancia a linguaxe e o estilo da narrativa radiofónica e da programación radiofónica especialmente na súa vertente informativa e publicitaria.			

Competencias

Código	
B1	Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo desde o punto de vista humanístico e técnico: coñecemento teórico da comunicación.
B2	Competencia interpretativa da comunicación: capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina.
C3	Coñecemento da estrutura dos medios publicitarios: características, tipoloxías e problemáticas
C13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Identificar e aplicar as técnicas e proceso de produción e difusión radiofónica nas súas diversas fases	B1	
Identificar os diferentes mecanismos e elementos de análises e construción do guión, atendendo a diferentes formatos		C13
Explicar as tecnoloxías aplicadas á comunicación audiovisual.	B1	
Xestionar técnicas e procesos de produción, gravación e difusión na organización da produción sonora		C3 C13
Utilizar correctamente a linguaxe radiofónica para a súa aplicación na realización de produtos radiofónicos, tanto informativos como publicitarios		C13
Identificar e distinguir técnica e conceptualmente as distintas etapas polas que debe pasar a produción radiofónica	B1	C3
Asumir a importancia do comunicador radiofónico desde o punto de vista tanto informativo como publicitario, na realización de produtos de radio.	B2	
Utilizar con soltura e habilidade o equipamento técnico destinado á emisión e ao desenvolvemento da produción radiofónica		C13

Enumerar as posibilidades profesionais de todas as persoas que interveñen no proceso de comunicación radiofónica.

B1

Xestionar e administrar as realizacións radiofónicas que se efectúen.

C13

D4

Contidos

Tema

I. Introducción xeral. Radio e Medios audiovisuais. A empresas de comunicación.	1. A empresa informativa. 2. Natureza da empresa de comunicación. 3. Estructura da empresa multimedia. 4. Medios audiovisuais. 5. espectro electromagnético.
II. A radio en España.	1. Estructura de la radio en España. Réxime xurídico da radio e a Televisión. 2. A corporación RadioTelevisión Española. 3. Situación das emisoras de FM. 5. Problemas derivados del exceso de emisoras. Descontrol oficial e emisoras ilegais. 6. Modelos de emisoras de radio. 7. A radio dixital e o vindeiro. 8 Consellos Audiovisuais en Europa e España.
III. Linguaxe e narrativa radiofónica	1. A palabra radiofónica. Mensaxes 2. Os efectos e o silencio radiofónico 3. A música na radio 4. Xéneros e formatos radiofónicos
IV. O guión radiofónico.	1. O guión como punto de partida do programa de radio. 2. Redacción do guión. Consellos de escritura. 3. Modelos de guión. 4. Guións e escaletas. 5. Guión e xéneros periodísticos. 6. O guión de contidos publicitarios: anuncios e reclamos.
V. A radio instrumento publicitario e de vagar	1. A radio filla da publicidade. 2. Os elementos da lingoaxe radiofónica. 3. Clases de mensaxes radiofónicos. 4. Os primeiros contidos publicitarios na radio. 5. O compoñente emocional da palabra. 6. Actuais formatos publicitarios na radio. 7. Cualidades da lingoaxe publicitaria na radio. 8. A radio creadora de intimidade. 9. Fórmulas perversas de publicidade radiofónica. 10. A utilidade publicitaria da radio.
VI. Funcións sociais da radio	1. A radio como arma política 2. Información e propaganda.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas de laboratorio	15	45	60
Seminario	10	5	15
Lección maxistral	22	44	66
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	4	6
Probas de tipo test	1	2	3

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticas de laboratorio	Exercicios prácticos en estudio sobre tódolos contidos radiofónicos
Seminario	Posta en común crítica
Lección maxistral	Desenvolvemento da materia conforme o programa.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Sesións de reforzo para completa-las eivas de aprendizaxe.
Probas	Descrición
Probas de tipo test	Prácticas na clase con test e formularios.

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Prácticas de laboratorio	Ademais das prácticas de estudo, os alumnos deberán presentar traballos sobre aspectos xerais tratados na clase, e ademáis presentar por escrito guións de diversos programas e xéneros da radio. Os alumnos deberán presentar un traballo final resumo de toda a materia. As prácticas suporán o 30 por cento da nota final, e o traballo o 20 por cento da nota final.	50	C13	D4
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	O exame final consta de dúas partes: un test de 20 preguntas non excluintes e 5 preguntas teóricas a desenvolver. A nota final desta parte será a media de ámbalas dúas cousas.	25	B1 B2	C3 D4
Probas de tipo test	É un test de 20 preguntas non excluítes a valorar de 0 a 10.	25		D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

GARCÍA GONZÁLEZ, A, **Manual del comunicador radiofónico**, CIMS, 2001

BALSEBRE. ARMAND, **El lenguaje radifónico**, Cátedra, 1996

Bibliografía Complementaria

ORTIZ, M.A. y VOLPINI, F., **Diseño de Programas de Radio**, Paidós, 1995

BALSEBRE. ARMAND, **Historia de la Radio en España. 2 Volúmenes**, Cátedra, 2001

MUNSÓ CABUS, JUAN, **40 años de radio**, Ediciones Picazo, 1980

GARCÍA GONZÁLEZ, A, **Comunicación radiofónica**, Universidade de Vigo, Servicio de Publicacións, 2000

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104

Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401

Estratexias da comunicación publicitaria/P04G190V01402

Avaliación da eficacia publicitaria/P04G190V01601

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Creatividade publicitaria/P04G190V01304

Redacción e locución publicitaria/P04G190V01404

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104

Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida/P04G190V01203

Avaliación da eficacia publicitaria/P04G190V01601