



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	Gómez López, Concepción			
Profesorado	Gómez López, Concepción			
Correo-e	cogomez@uvigo.es			
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

Contidos

Tema

1. A locución radiofónica na mensaxe publicitaria	1. Condicionantes da *locución publicitaria 2. A importancia da voz na *locución publicitaria 3. Mecanismos de produción da voz 4. Calidades da voz 5. Técnica e hixiene vocal 6. A *prosodia ou o sentido da mensaxe 7. A pronuncia ou o significado da mensaxe 8. Exercicios de voz: relaxación, respiración, fonación, resonancia e articulación. 9. Exercicios de lectura expresiva.
2. A codificación da mensaxe radiofónica	1. A linguaxe e o estilo radiofónico. 2. Vocalización, dicción e entonación na Radio 3. Características da comunicación radiofónica. 4. Os elementos da linguaxe radiofónica: a) A palabra b) A música c) Os efectos de son d) O silencio 5. Características da redacción dos textos radiofónicos
3. Redacción publicitaria na radio	1. A radio como soporte publicitario. 2. O proceso creativo da publicidade radiofónica 3. Estrutura dos espazos publicitarios radiofónicos 4. O perfil do redactor publicitario en radio 5. Formatos publicitarios en radio a. A cuña b. A publrreportaxe c. O comunicado d. O microespacio e. O patrocinio f. A continuidade
4.- O Podcast e a ficción sonora	1. Irrupción e historia do podcast 2. 'El gran apagón' 3. Podium Podcast e outras plataformas de ficción sonora en radio 4. Novos modelos de produción 5. Produción publicitaria en formato *podcast.
5. O guión publicitario en radio	1. O guión comercial. Definición e características. 2. Redacción do guion. Construción gramatical 3. Construción do conxunto da mensaxe 4.- A redacción na publicidade radiofónica actual. 5. A montaxe radiofónica 6. Dotación tecnolóxica dun estudo de radio 7.- Recursos tecnolóxicos aplicados á produción publicitaria. 8. Planificación da montaxe radiofónica
6. Historia da publicidade radiofónica	1. O contexto histórico, mediático e publicitario na radio no século XX. 2. O descubrimento da radio como instrumento ao servizo da publicidade. 4. O reinado do jingle ou cuña cantada 5. Necrolóxicas e obituarios
7. Os xéneros radiofónicos	1. Os xéneros xornalísticos. 2. Os xéneros de ficción e entretemento 3. A publicidade en radio
8. Funcións sociais da radio	1. A radio como arma política 2. Información e propaganda. 3. A palabra e o poder ao longo da historia 4. Propaganda na radio durante a Guerra Fría 5. A radio nos réximes totalitarios

9. O modelo de *Radiodifusión en España

1. Estrutura da radio en España
2. Modelos de emisoras de radio en España
3. O réxime xurídico da radio e a televisión.
- A Lei xeral de Comunicación Audiovisual
4. A corporación de RTVE
5. Principais grupos multimedia en España

10. Radio e medios audiovisuais. As empresas de comunicación

1. A empresa informativa
2. Natureza da empresa informativa.
3. Estrutura da empresa multimedia.
4. As empresas audiovisuais.
5. Principais grupos multimedia en España
6. A radio a través do cine.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas de laboratorio	24	62	86
Lección maxistral	24	21	45
Exame de preguntas de desenvolvemento	1	4	5
Exame de preguntas obxectivas	1	3	4
Proxecto	0	10	10

*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
Lección maxistral	Desenvolvemento da materia conforme o programa.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Sesións de reforzo para completa-las eivas de aprendizaxe.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Prácticas de laboratorio	As prácticas no Laboratorio de Radio serán unha proba de avaliación continua das competencias da materia que o alumno/a vai adquirindo durante o cuadrimestre. Durante as mesmas propóranse unha serie de exercicios que se realizarán durante a práctica ou que se deberán subir a FAITIC. As prácticas serán o 30 por cento da nota final da materia. A asistencia é obrigatoria. A ausencia das mesmas só eméndase mediante xustificante médico ou oficial. Cada falta non xustificada resta 0,25 puntos da nota final de prácticas. O alumno/a que non chegue ao 4 na nota final de prácticas ou non asista a todas as sesións ou non entregue os traballos propostos non terá opción a facer o test de 20 preguntas no exame teórico e deberá responder obrigatoriamente a 10 preguntas de desenvolvemento para superar a materia.	30	C13 D4
Exame de preguntas de desenvolvemento	O exame final consta de dous partes: 1) O alumnado deberá responder a cinco preguntas teóricas a desenvolver.	25	B1 C3 D4 B2
Exame de preguntas obxectivas	2) O alumnado deberá cubrir un test de 20 preguntas non excluíntes a valorar de 0 a 10.	25	D4
Proxecto	Ademais, como proba de avaliación das competencias adquiridas cada alumno/a deberá presentar un proxecto final que consistirá na produción, montaxe e edición dun produto publicitario radiofónico. Deberá xustificar a proposta por escrito e subir a FAITIC a proposta, o guión e o audio final.	20	C13 D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Teoría e Técnica da Comunicación Radiofónica é unha materia presencial e polo tanto a asistencia e o rendemento nas sesións teóricas e prácticas é obrigatoria.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

MUELA MOLINA, CLARA, **La publicidad radiofónica en España**, Ediciones Internacionales Universitarias, 2001

BALSEBRE. ARMAND; RICARTE, JOSÉ MARÍA Y OTROS, **Los mitos de la publicidad radiofónica. Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española.**, Cátedra, 2006

RODERO ANTÓN, EMMA; ALONSO GONZÁLEZ, CARMEN MARÍA Y FUENTES ABAD, JOSE ANGEL, **La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios**, Ariel, 2004

GARCÍA GONZÁLEZ, AURORA, **La producción publicitaria en radio**, Universidade de Vigo, Servicio de Publicacións, 1998

FERNÁNDEZ AREAL, MANUEL Y PENA RODRÍGUEZ, ALBERTO, **La publicidad en la radio. VI Xornadas de Comunicación Social**, Diputación de Pontevedra, 1999

Bibliografía Complementaria

SHULBERG, B, **Publicidad radiofónica. El manual autorizado**, McGrawHill, 1992

Recomendacións

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

Creatividade publicitaria/P04G190V01304

Redacción e locución publicitaria/P04G190V01404

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada polo *COVID-19, a Universidade de Vigo establece unha planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou parcialmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun modo máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

En caso dunha nova emerxencia sanitaria as sesións teóricas impartiríanse de maneira non presencial *síncrono (en tempo real) a través da plataforma da *UVIGO: Campus remoto: *<https://campusremoto.tv.uvigo.es/faculty/204>. O alumnado poderá conectarse a esta ferramenta e asistir virtualmente (en tempo real) ás explicacións sobre os contidos teóricos da materia e recibirá instrucións precisas para realizar as prácticas complementarias desde casa e subilas a *FAITIC. De maneira *asíncrona e como complemento ás actividades docentes subiríase material complementario (tanto en *pdf como vídeos e *tutoriales) a través da plataforma *FAITIC ou mediante correo electrónico.

Mecanismos de impartición das sesións prácticas

As sesións prácticas serían síncronas a través da plataforma campus remoto da UVIGO no horario habitual de cada grupo. O docente explicaría os conceptos básicos que o alumnado debe coñecer para poder realizar a práctica. Os alumnos poden preguntar ás súas dúbidas ou intercambiar impresións co docente sobre a materia. Tamén se explica a estrutura, obxectivos e prazos de entrega do exercicio práctico a través de Faitic.

Variacións na avaliación

Ningunha. Computarase a nota das prácticas presenciais realizadas no Laboratorio de Radio 2. Penalízase con 0,25 puntos cada falta de asistencia ao prácticas si o estudante non presenta un xustificante oficial que acredite o motivo da ausencia.

2. Computaranse tamén os exercicios prácticos propostos online no caso de que a situación sanitaria aconselle a docencia virtual.

3. Terase especialmente en conta o cumprimento dos obxectivos específicos da práctica: que o alumnado mostre a súa competencia na *producción, *guionización e edición de formatos de audio específicos para radio

4. Os criterios de avaliación das prácticas serán: a calidade e *originalidade dos contidos, a calidade dos audios e a *guionización do produto final

5. A avaliación das prácticas será o 40% da nota, ao que se sumaría outro 60% do exame teórico tipo test a través da plataforma Faitic ou de Moodle.