FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	33421
Nombre	Ideación y Producción Radiofónica
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2017 - 2018

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	12 - Procesos de creación, producción y realización audiovisual	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
PERIS BLANES, ALVAR	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Este módulo trata de situar al estudiante dentro del sistema radiofónico de nuestro país, tanto desde un punt de vista teórico como pràctico. Este objetivo se conseguirá mediante la realización de un proyecto completo de programa o emisora de radio, del cual los estudiantes podrán realizar una parte en forma de programa piloto. De esta forma el estudiante participa directamente de todo el proceso de elaboración de un programa o contenido radiofónico, desde la idea inicial hasta el plan de explotación y su posible ubicación en una empresa radiofónica, tanto pública como privada.

Se trata del primer y único módulo práctico de carácter obligatorio sobre el medio radio que los estudiantes podrán cursar en el grado de Comunicación Audiovisual, ya que el resto de asignaturas sobre radio de carácter obligatorio están más centradas en los apartados histórico, estético y teórico del medio. Por otro lado, el otro módulo práctico de radio que existe en el grado es de carácter optativo.

Por este motivo, este módulo tiene que servir para que los estudiantes adquieran un conocimiento panorámico sobre cómo se hace radio a nivel profesional en la actualidad, donde sean capaces de identificar y elaborar los elementos que les harán falta para realizar cualquier tipo de proyecto de radio, con especial insistencia en Internet y las nuevass tecnologías, que por supuesto será de mucha utilidad a la hora de incorporarse al mundo profesional una vez terminen sus estudios universitarios.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS

1301 - Grado Comunicación Audiovisual

- Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde la concepción de un proyecto hasta su comercialización. Dicho conocimiento dará lugar al desarrollo de la capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, presupuestarios y medios técnicos, incluyendo todos los procesos implicados en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en sus diferentes ámbitos:
  a) producción cinematográfica y videográfica
  b) producciones mono-cámara y multi-cámara para TV
  c) producción radiofónica, discográfica y de otros productos sonoros.
  d) producción fotográfica, así como otros procesos de creación en el campo de la imagen fija en general, con especial atención a su desarrollo en entornos digitales
  e) producción de relatos y contenidos multimedia y materiales interactivos.
- Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción. También se incluye el conocimiento teórico y práctico de los análisis, sistematización y codificación de contenidos icónicos y la información audiovisuales en diferentes soportes y tecnologías. Capacidad para escribir con fluidez, textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción cinematográfica, televisiva, videográfica, radiofónica o multimedia.
- Conocimiento y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias, así como las aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.
- Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y las tecnologías necesarias para la elaboración, composición, acabado y másterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia y para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena a través de las fuentes lumínicas y acústicas naturales o artificiales, atendiendo a las características creativas y expresivas que propone

el director del proyecto audiovisual.

- Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Análisis del sistema radiofónico en el entorno de cada estudiante, fundamentalmente el español. Programaciones, audiencias y tendencias.
- Creatividad para idear y pensar un formato de programa de radio o emisora radiofónica atendiendo a la situación de la industria radiofónica actual.
- Elaboración de estudios de mercado y justificación del proyecto en base a criterios sociales o económicos.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Primeras preguntas. La idea

Empezaremos el proyecto planteando las preguntas que se irán resolviendo a lo largo del curso. Se elaborará una primera páginas del proyecto que se concentra en la Idea, unas líneas para mantener la atención del lector en el proyecto, lo que requiere conocer la estrategias retóricas para presentar un texto atractivo. Los estudiantes escribirán la idea de su propio proyecto.

2. L'audiència. Públic potencial.

En esta unidad abordaremos cómo se enfrenta la radio a su audiencia. Estudiaremos los conceptos de audiencia real y audiencia potencial y conoceremos los métodos que existen para medir la audiencia y que son tan valorados por las centrales radiofónicas, ya que con ellos pueden justificar sus programaciones. Veremos las diferencias entre los métodos cuantitativos de medida y los cualitativos y ofreceremos una propuesta para corregir algunas disfunciones del método actual. Intentaremos aplicar estos conocimientos a nuestro proyecto teniendo como premisa que cualquier proyecto de radio debe tener una audiencia, poca o mucha, pero tiene que dirigirse a alguien.

3. Tipos de emisoras. Difusión y titularidad.

Las emisoras radiofónicas se pueden dividir atendiendo a su difusión, que a su tiempo depende de la cobertura y la tecnología de que disponemos (AM o FM, analógica o digital), y la titularidad de sus propietarios: pública, privada o de financiación mixta. Los estudiantes deberán decidir por qué tipo de emisora apuestan para su proyecto.

4. La programació radiofònica. Generalista o especialitzada.

Explicaremos los diferentes tipos de programaciones radiofónicas que podemos encontrar y que se pueden dividir fundamentalmente en dos: generalistas y especializadas. Las generalistas son aquellas que se dirigen a un número elevado de oyentes y, por tanto, su oferta debe ser diversa. Las especializadas buscan audiencias más fragmentadas y sus contenidos también son más específicos. Aplicaremos estos conocimientos al proyecto.

5. La radio digital. Nuevas programaciones, nuevos programas, nuevas audiencias.

Abordaremos cómo afecta la radio digital, terrestre y por Internet, a las programaciones radiofónicas, los contenidos y la manera en que la incorporación de la tecnología digital está transformando la manera en que se consume la radio. Los proyectos elaborados por los estudiantes no podrán soslayar la importancia de la tecnología digital.

6. El guión. La escaleta.

Cualquier programa de radio necesita un guión o, como mínimo, una escalerilla, para poderse realizar. Evitaremos al máximo la radio de improvisación, aunque también haremos algún ejercicio en ese sentido. Elaboraremos un guión de nuestro programa piloto y una escalerilla genérica que aplicaríamos en toda la temporada. Explicaremos el concepto de escaleta y su utilidad. En el caso de los grupos que apuestan por una emisora deberán realizar la parrilla de programación semanal.

7. Ritmo y estilo.

Cualquier programa o emisora tiene un ritmo y un estilo determinados. Nada es casual y suele estar determinado previamente. Los grupos deberán diseñar un ritmo para su programa o su emisora y un estilo, que puede variar dependiendo del tipo de programa o la emisora en la que nos encontramos. En el caso de emissore de radio también deberán trabajar la imagen corporativa, sobre todo si estamos Parnes de una radio por Internet.

8. El presupuesto: ingresos y gastos.

Trataremos de hacer un listado de los elementos que conforman la financiación de nuestro proyecto, dependiendo si se trata de una iniciativa pública, privada y qué tipo de proyecto es, si se trata de un programa inmerso en una emisora en funcionamiento o una radio en Internet, que nos obligará a constituirnos como empresa o cooperativa y pedir las ayudas pertinentes. Después tendremos que abordar los gastos, centrándonos en todos los elementos técnicos y recursos humanos necesitará para llevar adelante nuestro proyecto.

9. El mercado, la venta, el pitching.

En esta unidad trataremos de profundizar en los elementos para saber promocionar un proyecto radiofónico y cómo presentarlo a futuros directores de emisoras o anunciantes.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula informática	45,00	100
Clases de teoría	15,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	20,00	0
Estudio y trabajo autónomo	50,00	0
Lecturas de material complementario	20,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

La dinámica de las clases será eminentemente práctica. Habrá unas explicaciones teóricas de cada unidad temática y después los estudiantes se dividirán en grupos y comenzarán a abordar la elaboración del proyecto. Durante estas sesiones, el profesor actuará como una especie de tutor, que irá planteando problemas y resuelve dudas a los estudiantes. El profesor dedicará a cada grupo el tiempo suficiente para plantear preguntas y dudas sobre la realización del proyecto.Las clases teóricas del comienzo acompañarán con una presentación en power point y se pasarán distintos materiales, tanto en reprografía como el Aula Virtual, que los estudiantes deberán leer y conocer y que les ayudarán a elaborar el proyecto.A medida que los grupos vayan elaborando el guión de su programa piloto, deberán subir a locutar, siempre acompañados por el profesor, que no deberá descuidar los estudiantes que estarán ultimando las partes del proyecto.En última instancia, los grupos deberán defender su proyecto ante toda la clase con una presentación de 10 minutos, donde se admitirán preguntas o dudas por parte de los asistentes, que deberán resolver.

EVALUACIÓN

La nota principal del mòdul s'obtindrà gràcies al projecte de programa o emissora de ràdio, que valdrà 8 punts sobre 10. Eixa nota serà la mitjana de cinc apartats: solidesa (continguts i justificació del projecte); viabilitat (estudi de mercat i pressupost); interés /actitud (implicació dels estudiants en el projecte); presentació (defensa pública del projecte i entrega en paper al professor); i clip (elaboració de 30 minuts del programa pilot).

Després hauran de fer un examen sobre els continguts teòrics desenvolupats en el mòdul que valdrà 2 punts sobre 10. Hauran d'aprovar les dues parts per a aprovar el mòdul.

REFERENCIAS

Básicas

- MARTÍNEZ-COSTA, M. P. i MORENO, E. -coord.- (2004): Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia. Ariel: Barcelona.
- RODERO ANTÓN, E. (2005): Producción radiofónica. Càtedra: Madrid.
- MARTÍ, J. M. (2000): De la idea a lantena. Pòrtic: Barcelona.

Complementarias

- CEBRIÁN HERREROS, M. (2007): Modelos de radio: desarrollo e innovaciones. Fragua: Salamanca.
- FRANQUET, R. (2008): La radio digital en España: incertidumbres tecnológicas y amenazas al pluralismo en BUSTAMANTE, E. et al. Alternativas en los medios de comunicación digitales. Gedisa: Barcelona / Fundación Alternativas: Madrid.
- MERAYO, A. (2003): Para entender la radio. Universidad Pontificia de Salamanca: Salamanca.