



COURSE DATA

Data Subject	
Code	33421
Name	Radio creation and production
Cycle	Grade
ECTS Credits	6.0
Academic year	2017 - 2018

Study (s)

Degree	Center	Acad. Period	year
1301 - Degree in Audiovisual Communication	Faculty of Philology, Translation and Communication	2	Second term

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
1301 - Degree in Audiovisual Communication	12 - Processes of audiovisual creation, production and direction	Obligatory

Coordination

Name	Department
PERIS BLANES, ALVAR	340 - Language Theory and Communication Sciences

SUMMARY

This module is to place the student in the radio system in our country, both from a theoretical point of view as practical. This objective will be achieved by conducting a complete project or radio program, which students can complete a part in a pilot program.

In this way the student is directly involved in the process of developing a radio program or content, from initial idea to the plan of operation and location in a radio system, both public and private.

This is the first and only practical form of binding on the radio means that students can complete the degree in Audiovisual Communication, as the other subjects on radio compulsory section are more focused on historical, aesthetic and theoretical means. Meanwhile, the other practical form of radio is optional.

For that reason, this module should help students to acquire knowledge of how to make panoramic radio at the professional level now where we are able to identify and develop the elements that will be needed



to carry out any project Radio, with special emphasis on Internet and new technologies, which of course is very useful when entering the professional world just after his university studies.

PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

Other requirements

OUTCOMES

1301 - Degree in Audiovisual Communication

- Knowledge and applications of the different stages of audiovisual production and broadcasting techniques and the processes from the conception of a project until it is put into practice. This knowledge will bring about the development of the ability and skills to plan and manage human resources, budgets and technical means, including all the processes involved in audiovisual direction and management in the different fields:
 - cinematographic & videographic production,
 - single- and multiple-camera TV productions
 - radiophonic, discographic and other sound production,
 - photographic production, as well as other creative processes in the field of still images in general, paying special attention to its development in digital environments,
 - production of multimedia narratives and contents and interactive materials
- Knowledge and applications of the different mechanisms and elements of scriptwriting in different formats, technologies and production supports. It also includes theoretical and practical knowledge of the analyses, sistematisation and codification of iconic contents and audiovisual information in different supports and technologies. The ability to create texts, script outlines or scripts fluidly in the fields of cinematographic, televisual, videographic, radiophonic or multimedia fiction.
- Knowledge and the ability to apply resources, elements, methods and procedures of the construction processes and analysis of the linear and non-linear audiovisual narratives, including the design, establishment and development of strategies, as well as the applications of persuasive communication policies in audiovisual markets.
- The ability to arrange technically the audio and visual materials to reflect an idea by using the narrative techniques and technologies necessary to create, compose, complete and master mix different audiovisual and multimedia products and to design and conceive the aesthetic and technical presentation of the mise-en-scène by means of natural or artificial sources of light and sound, taking into account the creative and expressive features proposed by the director of the audiovisual project.



- The ability to apply creation techniques and processes and technical or human resources necessary for the integral production design of an audiovisual work from scenographic elements and the brand image to the graphic marketing product.

LEARNING OUTCOMES

- Analysis of the radio system in the environment of each student, mainly Spanish. Schedules, audiences and trends.- Creativity to conceive and think of a format of radio program or radio station attending to the situation of the current radio industry.- Preparation of market studies and justification of the project based on social or economic criteria.

DESCRIPTION OF CONTENTS

1. Primeres preguntes. La idea

Tractarem de començar el projecte fent-nos una sèrie de preguntes que anirem resolent al llarg del curs. També serem capaços d'elaborar una primera pàgina del projecte que es concentra en la Idea, unes quantes línies que han d'aconseguir mantindre l'atenció del lector en el nostre projecte, per això hem de conéixer estratègies retòriques per presentar un text atractiu. Els estudiants escriuran la idea del seu propi projecte.

2. L'audiència. Públic potencial.

En aquesta unitat abordarem com s'enfronta la ràdio a la seua audiència. Estudiarem els conceptes d'audiència real i audiència potencial i coneixerem els mètodes que hi ha per mesurar l'audiència i que són tan valorats per les centrals radiofòniques, ja que amb ells poden justificar les seues programacions. Vorem les diferències entre els mètodes quantitatius de mesura i els qualitatius i oferirem una proposta per a corregir algunes disfuncions del mètode actual. Intentarem aplicar aquests coneixements al nostre projecte tenint com a premisa que qualsevol projecte de ràdio ha de tindre una audiència, poca o molta, però ha de dirigir-se a algú.

3. Tipus d'emissores. Difusió i titularitat.

Les emissores radiofòniques es poden dividir atenent a la seua difusió, que al seu temps depén de la cobertura i la tecnologia de què disposem (AM o FM, analògica o digital), i a la titularitat dels seus propietaris: pública, privada o de finançament mixte. Els estudiants hauran de decidir per quin tipus d'emissora aposten per al seu projecte.



4. La programació radiofònica. Generalista o especialitzada.

Explicarem els diferents tipus de programacions radiofòniques que podem trobar i que es poden dividir fonamentalment en dos: generalistes i especialitzades. Les generalistes són aquelles que s'adrecen a un nombre elevat d'orells i, per tant, la seua oferta ha de ser diversa. Les especialitzades busquen audiències més fragmentades i els seus continguts també són més específics. Aplicarem aquests coneixements al projecte.

5. La ràdio digital. Noves programacions, nous programes, noves audiències.

Abordarem com afecta la ràdio digital, terrestre i per Internet, a les programacions radiofòniques, als continguts i a la manera en què la incorporació de la tecnologia digital està transformant la manera en que es consumeix la ràdio. Els projectes elaborats pels estudiants no podran defugir la importància de la tecnologia digital.

6. El guió. L'escaleta.

Qualsevol programa de ràdio necessita un guió o, com a mínim, una escaleta, per a poder-se realitzar. Evitarem al màxim la ràdio d'improvisació, tot i que també farem algun exercici en eixe sentit. Elaborarem un guió del nostre programa pilot i una escaleta genèrica que aplicaríem a tota la temporada. Explicarem el concepte d'escaleta i la seua utilitat. En el cas dels grups que aposten per una emissora hauran de realitzar la graella de programació setmanal.

7. Ritme i estil.

Qualsevol programa o emissora té un ritme i un estil determinats. Res és casual i sol estar determinat prèviament. Els grups hauran de dissenyar un ritme per al seu programa o la seua emissora i un estil, que pot variar depenent del tipus de programa o lemissora en què ens trobem. En el cas demissore de ràdio també hauran de treballar la imatge corporativa, sobretot si estem parnat duna ràdio per Internet.

8. El pressupost: ingressos i despeses.

Tractarem de fer un llistat dels elements que conformen el finançament del nostre projecte, depenent si es tracta duna iniciativa pública, privada i quin tipus de projecte és, si es tracta dun programa immers en una emissora en funcionament o una ràdio en Internet, que ens obligarà a constituir-nos com a empresa o cooperativa i demanar les ajudes pertinents. Després haurem d'abordar les despeses, centrant-nos en tots els elements tècnics i recursos humans necessitaris per dur endavant el nostre projecte.

**9. El mercat, la venda, el pitching.**

En aquesta unitat tractarem daprofundir en els elements per a saber promocionar un projecte radiofònic i com presentar-lo a futurs directors demissores o anunciant.

WORKLOAD

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Computer classroom practice	45,00	100
Theory classes	15,00	100
Development of group work	20,00	0
Study and independent work	50,00	0
Readings supplementary material	20,00	0
TOTAL	150,00	

TEACHING METHODOLOGY

The dynamics of the classes will be eminently practical. There will be theoretical explanations of each thematic unit and then the students will be divided into groups and begin to approach the elaboration of the project. During these sessions, the teacher will act as a tutor, which will raise problems and resolve doubts to students. The teacher will devote enough time to each group to raise questions and doubts about the project. The theoretical classes of the beginning will accompany with a presentation in power point and will pass different materials, as much in reprography as the Virtual Classroom, that the students will have to read and to know and that will help them to elaborate the project. As the groups elaborate the script of their pilot program, they must go up and talk, always accompanied by the teacher, who should not neglect the students who will be finalizing the parts of the project. Finally, the groups will have to defend their project before the whole class with a presentation of 10 minutes, where they will admit questions or doubts on the part of the assistants, who will have to solve.

EVALUATION

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); interès /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.



REFERENCES

Basic

- 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.

Additional

- 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.