

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36570
Nom	Ideació i producció radiofònica
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2021 - 2022

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	9 - Processos de creació, producció i realització audiovisual	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
PERIS BLANES, ALVAR	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Aquest mòdul tracta de situar l'estudiant dins del sistema radiofònic al nostre país, tant des d'un punt de vista teòric com pràctic. Aquest objectiu s'aconseguirà mitjançant la realització d'un projecte complet de programa o emissora de ràdio, convencional o *podcast*, del qual els estudiants realitzaran un programa pilot.

D'aquesta manera l'estudiant participa directament de tot el procés d'elaboració d'un programa o contingut radiofònic, des de la idea inicial fins al pla de finançament i ubicació en un sistema radiofònic, tant públic com privat.

Es tracta del primer i únic mòdul pràctic de caràcter obligatori sobre la ràdio que els estudiants podran cursar en el Grau de Comunicació Audiovisual, ja que la resta d'assignatures sobre ràdio de caràcter obligatori estan més centrades en l'apartat històric, estètic i teòric del mitjà. L'altre mòdul pràctic de ràdio que hi ha al Grau de Comunicació Audiovisual és de caràcter optatiu.



Per eixe motiu, aquest mòdul ha de servir perquè els estudiants adquirisquen un coneixement panoràmic de com es fa ràdio a nivell professional en l'actualitat, on siguen capaços d'identificar i elaborar els elements que els faran falta per dur endavant qualsevol tipus de projecte radiofònic, amb especial insistència en Internet i les noves tecnologies, el que per suposat serà de molta utilitat a l'hora d'incorporar-se al món professional una vegada acaben els seus estudis universitaris.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

És recomanable que els estudiants tinguen alguns fonaments teòrics del discurs radiofònic, però no és imprescindible. Aquesta circumstància està assegurada en el Grau en Comunicació Audiovisual de la Universitat de València, perquè els estudiants cursen en el mateix curs l'assignatura de Teoria de la Ràdio i la Televisió. Per als estudiants que vinguen de fora, Erasmus o Sicue, és convenient que ja hagen cursat assignatures teòriques en aquesta línia, però no és un requisit previ en cap cas i per a molts aquesta assignatura pot entendres com el primer contacte pràctica amb la creació radiofònica.

COMPETÈNCIES

1333 - Grau en Comunicació Audiovisual

- Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants tinguen la capacitat d'arreglar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que els estudiants tinguen la capacitat i la creativitat necessàries per a assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció comunicativa, aplicant solucions i punts de vista fundats en el desenrotllament dels projectes.
- Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.
- Que els estudiants posseïsquen habilitat per a l'organització i temporalització de les tasques, realitzant-les de manera ordenada adoptant amb lògica les decisions prioritàries en els diferents processos de l'activitat periodística.



- Capacitat i habilitat per a expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, així com en una tercera llengua (preferentment l'anglès) sabent aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguin més adequats als distints mitjans de comunicació.
- Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Iniciativa, creativitat, credibilitat, honestat, imatge, esperit de lideratge i responsabilitat tant de manera individual com corporatiu.
- Conèixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.
- Capacitat per a experimentar i innovar per mitjà del coneixement i l'ús de mètodes i tècniques aplicats.
- Coneixement dels diversos llenguatges, codis i modes de representació propis dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals: fotografia, cine, ràdio, televisió, vídeo i imatge electrònica, internet, etc. a través de les seues propostes estètiques i industrials, a més de la seua rellevància social i cultural i la seua evolució al llarg del temps, que haurà de generar la capacitat per a analitzar relats i obres audiovisuals, considerant els missatges icònics com a textos i productes de les condicions sociopolítiques i culturals d'una època històrica determinada.
- Coneixement i aplicació de les tècniques i processos de producció i difusió audiovisuals en les seues diverses fases, des de la concepció d'un projecte fins a la seua comercialització. El dit coneixement donarà lloc al desenrotllament de la capacitat i habilitat per a planificar i gestionar els recursos humans, pressupostaris i mitjans tècnics, incloent tots els processos implicats en la direcció i gestió d'empreses audiovisuals en els seus diferents àmbits.
- Coneixement teoricopràctic de les estructures organitzatives en el camp de la comunicació visual i sonora, així com la seua evolució i gestió al llarg del temps, incloent la tributació audiovisual. També comprén el coneixement i la investigació de la naturalesa i interrelacions entre els subjectes de la comunicació audiovisual: autors, institucions, empreses, mitjans, suports i receptors.
- Coneixement i aplicació dels diferents mecanismes i elements de la construcció del guió atenent a diferents formats, tecnologies i suports de producció. També s'inclou el coneixement teòric i pràctic de les anàlisis, sistematització i codificació de continguts icònics i la informació audiovisuals en diferents suports i tecnologies. Capacitat per a escriure amb fluïdesa, textos, escaletas o guions en els camps de la ficció cinematogràfica, televisiva, videogràfica, radiofònica o multimèdia.
- Coneixement i capacitat per a aplicar recursos, elements, mètodes i procediments dels processos de construcció i anàlisi dels relats audiovisuals tant lineals com no lineals, incloent el disseny, establiment i desenrotllament d'estratègies, així com les aplicacions de les polítiques de comunicació persuasiva en els mercats audiovisuals.
- Coneixement teoricopràctic de les tecnologies aplicades als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cine, i suports multimèdia) , incloent la capacitat per a utilitzar-los en la construcció i manipulació dels diversos productes que comprén l'àmbit de la comunicació audiovisual.



- Coneixement de la planificació sonora i de les representacions acústiques de l'espai, així com els elements constitutius de disseny i la decoració sonora ("sound designer") . Estos coneixements també comprendran la relació entre els sons i les imatges des del punt de vista estètic i narratiu en els diferents suports i tecnologies audiovisuals. També s'inclouen els models psicològics específicament disenrotllats per a la comunicació sonora i la persuasió a través del so.
- Capacitat per a dur a terme l'anàlisi de les estructures, continguts i estils de la programació televisiva i radiofònica així com les distintes variables influents en la seua configuració i processos tant comunicatius com espectaculars per ells generats.
- Creativitat: capacitat per a assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció audiovisual, aplicant solucions i punts de vista personals en el disenrotllament dels projectes.
- Capacitat per a integrar-se i treballar en un equip, tant en funcions subordinades com assumint si és el cas la coordinació o direcció del mateix. Capacitat per a posar en pràctica tot el conjunt de competències adquirides. Saber posar en valor les pròpies propostes i, d'altra banda, adaptar-se a les exigències d'un grup o una empresa.
- Capacitat per a disenrotllar un treball personal, siga de creació o d'investigació, posant en pràctica les competències adquirides. Saber plantejar i assumir la responsabilitat d'un projecte propi, encara que davall l'orientació del tutor.
- Capacitat per a aprofundir en els coneixements adquirits i per a aplicar i disenrotllar les competències en els diversos camps a què s'estén la comunicació audiovisual.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

En aquesta assignatura obligatòria es donen les pautes per a l'elaboració d'un projecte radiofònic, des de la idea inicial a la seva difusió dins de la indústria. S'especifiquen les estratègies per a la presentació de projectes radiofònics i audiovisuals. Es indaga en el mesurament de les audiències radiofòniques i en el seu caràcter quantitatiu i qualitatiu. S'expliquen quins tipus d'emissores ens trobem en l'actualitat atenent el seu caràcter públic o privat, o tenint en compte la tecnologia: analògiques o digitals, fent especial referència a la difusió de ràdio a Internet o mitjançant podcasts.

S'aprofundeix en el concepte de programació radiofònica, i es distingeix entre les programacions generalistes i especialitzades o temàtiques. Es parla de la seva història, les seves característiques i de les estratègies a l'hora de configurar les graelles radiofòniques, el que determina en bona mesura el tipus de continguts que cada emissora ofereix. Això serveix per conèixer millor l'oferta radiofònica valenciana, espanyola i mundial. Es dedicarà una especial atenció a la ràdio digital i a el futur en forma de ràdio digital terrestre, DAB (Digital Audio Broadcasting).

S'aprèn a escriure un guió radiofònic i una escaleta, com a document de treball utilitzat a organitzar els continguts de qualsevol programa. Es defineixen en què consisteixen l'estil radiofònic i quins elements contribueixen a dotar d'estil un programa. També s'aprofundeix en el concepte de ritme, i com modular-. S'insisteix en la necessitat d'elaborar un pressupost per a la posada en marxa de qualsevol projecte audiovisual, també radiofònic. Es parla d'ingressos (fórmules de finançament) i de despeses (quines partides generen més despesa), bàsicament centrats en els recursos humans (perfils professionals necessaris per desenvolupar un programa de ràdio) i recursos tècnics (necessitats tècniques per poder desenvolupar el programa tal com s'ha pensat). S'aprofita per conèixer les fórmules de finançament,



especialment la publicitat i la seva tipologia de gèneres.

Per acabar, s'ofereix una panoràmica sobre el mercat radiofònic i com inserir el projecte dins de la indústria. En aquest sentit, es donen pautes per poder presentar un projecte de forma oral i pública

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Primeres preguntes. La idea.

Tractarem de començar el projecte fent-nos tota una sèrie de preguntes que anirem resolent al llarg del curs. També serem capaços de elaborar una primera pàgina del projecte que es concentra en la Idea, formada per la sinopsi (un resum del projecte) i de l' storyline (unes quantes línies que han de aconseguir mantindre l'atenció del lector en el nostre projecte). Per això hem d'utilitzar estratègies retòriques per presentar textos atractius que interessin els lectors. Els estudiants escriuran la idea del seu propi projecte.

2. Audiència. Públic potencial i sistemes de medició.

En aquesta unitat abordarem com s'enfronta la ràdio a les audiències. Estudiarem els conceptes d'audiència real i audiència potencial i coneixerem els mètodes que hi ha per mesurar audiència i que són tan valorats per les grans centrals radiofòniques, ja que amb ells poden justificar les seues programacions. Veurem les diferències entre els mètodes quantitatius de mesura i els qualitius i oferirem una proposta per a corregir algunes disfuncions del mètode actual. Intentarem aplicar aquests coneixements al nostre projecte tenint com a premissa que qualsevol projecte de ràdio ha de tenir una audiència, per escassa que siga aquesta.

3. Tipus d'emissores. Difusió i titularitat.

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

4. La programació radiofònica. Generalista o especialitzada.

Explicarem els diferents tipus de programacions radiofòniques que podem trobar dins de la indústria radiofònica actual i que es poden dividir en dos: generalistes o especialitzades. Les generalistes són aquelles que sadrecen a un nombre elevat d'oients i per tant la seua oferta programàtica ha de ser diversa. Les especialitzades busquen audiències més fragmentades i els seus continguts també són més específics, estan més segmentats. Aplicarem aquests coneixements al projecte.



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

En aquesta unitat 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, especialment del fenomen del podcasting, està transformant la manera en què es produeix i consumeix la ràdio. Els projectes elaborats pels estudiants no podran defugir la importància de la tecnologia digital.

6. El guió radiofònic. Lescaleta genèrica i lescaleta pilot.

Qualsevol programa de ràdio necessita un guió o, com a mínim, una escaleta, per a poder-se realitzar. Evitarem al màxim la ràdio dimprovisació, sobretot perquè estem començant el procés de fer ràdio. Elaborarem un guió del nostre programa pilot i una escaleta genèrica que aplicarem a tota la temporada. Explicarem el concepte descaleta i la seua utilitat, així com les particularitats del guió radiofònic. En el cas dels grups que aposten per una emissora hauran de dissenyar la graella de programació setmanal.

7. Ritme i estil. La personalitat sonora.

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 que opten per fer com a projecte la programació duna emissora de ràdio també hauran de treballar la imatge corporativa, sobretot si estem parlant de ràdio per Internet, que tindrà un web.

8. Escriure i locutar per a la ràdio.

En aquesta unitat explicar quines especificitats i quins codis hi ha a lhora descriure per a la ràdio, un mitjà tan efímer, especialment la ràdio tradicional. Tampoc sescriu igual a la ràdio depenent del gènere en el quals ens trobem. Per la seua part, saportaran diferents claus per a tractar de fer la millor locució possible, tenint en consideració que es tracta duna pràctica comunicativa que requereix dun cert temps per a arribar a poder-la controlar.

9. El pressupost: ingressos i despeses.

Tractarem delaborar un pressupost del nostre projecte. En primer lloc, mirarem dalçar el finançament, que dependrà de 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 és, per contra, una ràdio en Internet o un podcast, que ens obligarà a constituir-nos com a empresa o cooperativa i demanar les ajudes pertinents. Si necessitem la publicitat per a finançar el projecte haurem de fer un llistat de possibles marques o anunciats interessats en posar-hi publicitat en el nostre espai. Després haurem dabordar les despeses daquest pressupost, centrant-nos en tots els elements tècnics i recursos humans necessaris per dur endavant el nostre projecte.

**10. El mercat. La venda. El pitching.**

En aquesta unitat tractarem daprofundir en els elements que s'utilitzaran per a promocionar un projecte radiofònic i com presentar-lo a productores, directors emissores o anunciants. Sabrem com fer aquestes presentacions i què explicar del projecte per a poder atreure latenció dels possibles interessats. També coneixerem quins són els canals per a que un projecte radiofònic es puga materialitzar.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Pràctiques en aula informàtica	45,00	100
Classes de teoria	15,00	100
Elaboració de treballs en grup	30,00	0
Estudi i treball autònom	15,00	0
Lectures de material complementari	20,00	0
TOTAL	125,00	

METODOLOGIA DOCENT

La dinàmica de les classes serà eminentment pràctica, tot i que hi haurà unes 3 o 4 sessions a l'inici del mòdul en les quals s'introduiran els conceptes teòrics necessaris per a que l'estudiantat puga realitzar el projecte de ràdio.

Una vegada acabades aquestes sessions, els estudiants es distribuïran en grups de 3 o 4 persones i començaran a abordar la memòria del projecte de ràdio i el guió que hauran d'editar i locutar com a programa pilot. Durant aquestes sessions pràctiques de taller, el professor organitzarà les diferents activitats a realitzar (proves de locució, explicació del programari que s'utilitzarà) i també actuarà com una espècie de tutor, que anirà plantejant problemes i resolent dubtes als estudiants. El professor dedicarà a cada grup el temps suficient per a plantejar preguntes i dubtes sobre la realització del projecte.

Les classes teòriques del començament s'acompanyaran amb una presentació en power point, que es penjarà posteriorment a l'Aula Virtual, on també s'inclouran diversos materials, com ara articles, notícies o altres documents de treball, que els estudiants hauran de llegir i conèixer i que els ajudaran a elaborar el projecte.

Per a realitzar la memòria del projecte i l'edició i locució del programa pilot s'utilitzaran les instal·lacions del Taller d'Audiovisuals de la Universitat de València, en concret l'Estudi 1 de ràdio, on hi ha tot el material necessari per dur a terme l'assignatura amb totes les garanties.

L'últim dia de classe, els grups hauran de defensar el seu projecte davant de tota la classe amb una presentació de 10 minuts, on s'admetran preguntes o dubtes per part dels assistents, que hauran de resoldre.



Durant tot el curs, el professor podrà convidar els estudiants a mantenir tutories amb cadascun dels grups fora de l'horari de classe per a tancar els diversos apartats del projecte o resoldre qualsevol dubte que es pugui plantejar. Aquestes tutories estaran obertes i disponibles per a totes i tots els estudiants en els dies i les hores establertes prèviament.

AVALUACIÓ

La nota principal del mòdul s'obtindrà gràcies al projecte de programa o emissora de ràdio que desenvoluparan els estudiants en equips de treball. Aquest tindrà un valor de 8 punts sobre 10. Aquesta nota serà la distribució percentual d'aquests apartats:

- Solidesa (continguts i justificació del projecte): 20%
- Viabilitat (estudi de mercat i pressupost): 20%
- Guió: 20%
- Programa pilot (edició i locució): 20%
- Presentació (defensa pública del projecte): 10%
- Interés/actitud de l'estudiant a classe (implicació en el projecte i participació): 10%

Els estudiants també hauran de fer un examen sobre els continguts teòrics desenvolupats en el mòdul que valdrà 2 punts sobre 10. Aquest examen es realitzarà en la data i l'horari previst per la Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació.

Per a superar el mòdul, l'estudiant haurà d'aprovar les dues parts, el projecte i l'examen. En cas contrari, haurà de recuperar la part suspesa en la segona convocatòria, que també estarà establerta en el calendari corresponent.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- BONET, M. (coord.) (2016). El imperio del aire. Espectro radioeléctrico y radiodifusión. UOV: Barcelona.
- GARCÍA-MARÍN, D. (2019). "La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español", Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 25 (1), 181-196.
- GUARINOS, V. (2009). Manual de narrativa radiofónica. Editorial Síntesis: Madrid.
- IRUZQUIZA, F. (2019). El gran cuaderno de podcasting. Kailas: Madrid.
- MARTÍ, J. M. (2016). 51 ideas para hacer buena radio. UOC: Barcelona.



- MARTÍ, J. M. (2000): De la idea a lanterna. Pòrtic: Barcelona.
- MARTÍNEZ-COSTA, M. P.; MORENO, E. [coord.] (2004). Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia. Ariel: Barcelona.
- McLEISH, R.; LINK, J. (2016). Radio Production. Focal Press: New York.
- SELLAS, T. (2011). El podcasting. La (r)evolución sonora. UOC: Barcelona.
- TENORIO, I. (2012). La Nueva Radio. Manual completo del radiofonista 2.0. Marcombo: Barcelona.

Complementàries

- BONINI, T. (2015). La segona era del podcàsting: el podcàsting com a nou mitjà de comunicació de masses digital, Quaderns del CAC, 41(18), 23-32
- 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. (coord.). Alternativas en los medios de comunicación digitales. Gedisa: Barcelona / Fundación Alternativas: Madrid.
- HAND, R. J.; TRAYNOR, M. [Eds.] (2012). Radio in Small Nation: production, programmes, audiences. University of Wales Press: Cardiff.
- LÓPEZ VIDALES, N.; GÓMEZ RUBIO, L.; REDONDO GARCÍA, M. (2014). La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: hacia un consumo online de música y entretenimiento, ZER, 37(19), 45-64.
- MARTÍ, J. M. et al. (2015). La ràdio, model de negoci en transició: estratègies doferda i comercialització en el context digital, Quaderns del CAC, 41(18), 13-22.
- MERAYO, A. (2003). Para entender la radio. Universidad Pontificia de Salamanca: Salamanca.
- NORBERG, E. G. (2016). Radio Programming: tactics and strategy. Routledge: Abindgon/New York.
- RODERO ANTÓN, E. (2005). Producción radiofónica. Cátedra: Madrid.
- TIRADO RUIZ, J.A. et al. (2003). Técnicas para leer y escribir en radio y televisión. Bosch: Barcelona.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern

MODALITAT DE DOCÈNCIA HÍBRIDA

1. Continguts



Es mantenen els continguts inicialment recollits a la Guia Docent.

2. Volum de treball i planificació temporal de la docència

Manteniment del pes de les diferents activitats que sumen les hores de dedicació en crèdits ECTS marcades en la Guia Docent original.

3. Metodologia docent

Les classes teòriques (3 primeres sessions) seran en modalitat online mitjançant la plataforma Blackboard. Les presentacions i altres materials utilitzats en les classes teòriques es pujaran a l'Aula Virtual. La resta de sessions pràctiques seran presencials al 100%, amb una reducció de l'aforament del 50%. Cada grup es dividirà en dos subgrups que assistiran de forma alterna fins a final de curs. La presentació dels projectes davant de la classe s'eliminarà.

4. Avaluació

Es manté l'avaluació (projecte de ràdio i examen) tal com consta en la Guia Docent. Si l'examen no es poguera fer presencial, es realitzaria de forma virtual.

5. Bibliografia

La bibliografia recomanada es manté perquè és accessible.