

### DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Materia:</b>	TEORÍA Y TÉCNICA DE LA RADIO		
<b>Identificador:</b>	31884		
<b>Titulación:</b>	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
<b>Módulo:</b>	LENGUA Y COMUNICACIÓN		
<b>Tipo:</b>	OBLIGATORIA		
<b>Curso:</b>	2	<b>Periodo lectivo:</b>	Segundo Cuatrimestre
<b>Créditos:</b>	6	<b>Horas totales:</b>	150
<b>Actividades Presenciales:</b>	52	<b>Trabajo Autónomo:</b>	98
<b>Idioma Principal:</b>	Castellano	<b>Idioma Secundario:</b>	Castellano
<b>Profesor:</b>		<b>Correo electrónico:</b>	

### PRESENTACIÓN:

Esta asignatura pretender servir como un primer contacto académico del alumno con el medio radiofónico, aunque no por ello, menos profundo. Se enseñarán las características propias del medio, así como su historia, su evolución y la configuración de las distintas emisoras y grupos radiofónicos del país, ofreciéndole la capacidad suficiente para poder entender y juzgar con criterio el panorama radiofónico actual. Se explicarán y trabajarán los distintos géneros y formatos del mensaje radiofónico, buscando la correcta redacción de cada uno de ellos, y prestando especial atención a su puesta en escena. Se trabajarán el uso adecuado e implementación de la voz, la higiene vocal, la eficiencia en el mensaje y la adaptación del instrumento fonador a cada posible escenario. Asimismo, se busca que el alumno sea capaz de construir un mensaje radiofónico completo, con la estructura propia de cada formato: informativo, de entretenimiento, publicitario..., y que sea capaz de ponerlo en escena con la locución y ejecución técnica que requiera cada uno de ellos.

### COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Uso de las tecnologías de la información.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
	G11	Capacidad de investigación.
<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	E10	Capacidad para la creación y el manejo de recursos audiovisuales para la construcción de mensajes publicitarios y/ o de comunicación corporativa.
	E12	Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al campo de la comunicación publicitaria, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes, medios, canales y dispositivos que faciliten, principalmente, la ideación, el diseño, desarrollo, producción y difusión de estándares propagandísticos.
	E13	Conocimientos fundamentales de comunicación sujeta a patrones de persuasión informativa, tanto de naturaleza promocional como específica de las disciplinas acogidas a dinámicas particulares de las relaciones públicas en las organizaciones, que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
	E27	Ser capaz de adoptar una visión creativa de las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen de cara a la construcción de la estrategia publicitaria.
<b>Resultados de Aprendizaje</b>	R01	Redactar textos para radio, aplicando las especificidades del estilo de escritura claro, conciso y concreto, que propicia a posteriori su mejor lectura en voz alta, es decir, su locución.
	R02	Manejar todos los equipamientos técnicos de un estudio de radio (mesa de mezclas, micrófonos y programas informáticos) para adquirir autonomía en la producción de contenidos.

R03	Desarrollar sus habilidades auditivas para ejecutar con eficacia una buena ambientación sonora.
R04	Evaluar la importancia de determinados acontecimientos noticiosos y ser capaz de jerarquizarlos en un formato informativo radiofónico.
R05	Crear contenidos específicos para la radio, bien sean de carácter periodístico, de entretenimiento o persuasivos.

### REQUISITOS PREVIOS:

Resultaría conveniente que el alumno, independientemente del Grado que esté cursando, pero entendiendo que las tres ramas (Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP) pertenecen al ámbito de la comunicación, pueda ser conocedor de la actualidad informativa, tanto nacional como internacional, así como de su entorno más cercano, local y regional. Como recomendación muy a tener en cuenta, se propondrá al alumno la escucha de forma habitual de la radio, no solo de una emisora, sino de varias, con el fin de conseguir un criterio más fiel y actualizado del medio radiofónico en la actualidad.

### PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

Esta guía docente refleja la planificación semanal del grupo A. Cuando dicha planificación difiera con respecto a la del grupo B (por no coincidencia de festivos, etc.) se señalará en la semana correspondiente de la tabla. Las horas presenciales para el grupo A son 52 y las de trabajo autónomo, 98. Para el grupo B, las horas presenciales son 58 y las de trabajo autónomo, 92, de manera que el grupo A tiene 6 horas menos de clase.

Nota informativa:

Las clases semanales del grupo A se concentran los viernes, de ahí que cuando el viernes sea día festivo, esa semana no hay clases.

El grupo B tiene clase los lunes y miércoles.

### Contenidos de la materia:

<b>1 - Introducción al medio radiofónico.</b>
1.1 - Conceptos básicos.
1.2 - Historia de la radio.
1.3 - La radio en España: panorama mediático actual.
1.4 - Estructura del medio: la parrilla de programación.
1.5 - Otros formatos de radio.
<b>2 - Géneros y formatos radiofónicos.</b>
2.1 - El género por excelencia: la noticia.
2.2 - La redacción en radio.
2.3 - Las fuentes informativas.
2.4 - Otros géneros radiofónicos.
2.4.1 - La entrevista.
2.4.2 - El reportaje.
2.4.3 - El editorial o comentario.
2.4.4 - La tertulia.
2.5 - Un género recuperado: la ficción sonora.
<b>3 - La comunicación radiofónica.</b>

3.1 - Los elementos del lenguaje radiofónico.
3.2 - La Voz.
3.2.1 - Características de la voz.
3.2.2 - Colocación de la voz y pronunciación.
3.2.3 - Acento y ritmo.
<b>4 - La radio en directo.</b>
4.1 - La escaleta o pauta.
4.2 - El guión.
4.3 - El directo y la improvisación.
4.4 - La radio en exteriores.
<b>5 - La publicidad en radio.</b>
5.1 - La radio como medio publicitario.
5.2 - La construcción del mensaje publicitario.

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

## METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

### Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

La asignatura se concibe dividida en una parte teórica y otra práctica, que se irán intercalando a lo largo de las semanas que dure el cuatrimestre. En primer lugar, el profesor ofrecerá y explicará en clase los conocimientos teóricos de cada tema, acompañados de distintos ejemplos o casos que apoyen la materia dada en el aula. Posteriormente, el alumno deberá realizar una parte práctica relacionada directamente con la teoría o los casos vistos previamente en la clase.

La idea es conseguir que el alumno asimile los contenidos teóricos de cada tema para que después sea capaz de aplicarlos en la parte práctica de la asignatura. Por ello, la asignatura incluirá un análisis del panorama radiofónico actual, del propio medio, así como el estudio de casos concretos propios de la práctica radiofónica, y la elaboración y puesta en escena de contenidos adecuados a las características del formato radiofónico. Asimismo, se planteará la posibilidad de recibir alguna clase magistral por parte de algún profesional del medio en activo. El alumno tendrá que ser capaz de aprender los distintos géneros y formatos radiofónicos, y aplicarlos al medio.

La formación teórico-práctica se completará con las horas de tutoría que asigne el profesor. En ellas, el alumno podrá resolver las dudas que le surjan sobre la materia impartida en clase, o sobre los trabajos, prácticas o análisis autónomos que se le encarguen. Las tutorías pueden ser un buen momento también para conocer más de cerca la trayectoria del alumno, e incluso ofrecerle orientación o asesoramiento profesional en su carrera.

### Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
<b>Actividades Presenciales</b>	Clase magistral	10
	Otras actividades teóricas	4
	Casos prácticos	12
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	10
	Debates	2
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	8
	Talleres	2
	Actividades de evaluación	2
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	2
<b>Trabajo Autónomo</b>	Asistencia a tutorías	8
	Estudio individual	10

	Preparación de trabajos individuales	18
	Preparación de trabajos en equipo	18
	Realización de proyectos	12
	Tareas de investigación y búsqueda de información	12
	Lectura libre	8
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	4
	Otras actividades de trabajo autónomo	8
	<b>Horas totales:</b>	<b>150</b>

### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

#### Obtención de la nota final:

Pruebas escritas:	25 %
Trabajos individuales:	20 %
Trabajos en equipo:	30 %
Prueba final:	25 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

\*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

### BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

#### Bibliografía básica:

SAIZ OLMO, J. Periodismo de radio : de los estudios al ciberespacio. Valencia. Universidad Cardenal Herrera CEU. 2011.
MERAYO, A. Curso práctico de técnicas de comunicación oral. Madrid. Editorial Tecnos. 2012.
RODRIGUEZ, José Manuel. Técnicas de locución radiofónica. Madrid. IORTV. 2000

#### Bibliografía recomendada:

IZQUIERDO CASTILLO, J. Teoría de programación de radio y televisión. Castellón. Universitat Jaume I. 2016
BUSTAMANTE RAMÍREZ, E. Historia de la radio y la televisión en España. Barcelona. Gedisa editorial. 2013.
MONTERO, ROSA. Entrevistas. Madrid. El País Aguilar. 1998.
HUERTAS BAILÉN, A; PERONA PAÉZ, J.J; GABILONDO, I. Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Barcelona: Bosch Comunicación, 2008
BALLESTEROS LÓPEZ, T; RIVERA COSTALES, J. 100 claves para la radio en línea. Editorial Quipus, CIESPAL. 2012.

#### Páginas web recomendadas:

Cadena SER	<a href="http://www.cadenaser.com">www.cadenaser.com</a>
COPE	<a href="http://www.cope.es">www.cope.es</a>
ONDA CERO	<a href="http://www.ondacero.es">www.ondacero.es</a>
RNE	<a href="http://www.rtve.es">www.rtve.es</a>
ARAGÓN RADIO	<a href="http://www.aragonradio.es">www.aragonradio.es</a>

\* Guía Docente sujeta a modificaciones