



DATOS IDENTIFICATIVOS

Teoría y técnica de la comunicación radiofónica

Asignatura	Teoría y técnica de la comunicación radiofónica			
Código	P04G190V01910			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	García González, Aurora			
Profesorado	García González, Aurora			
Correo-e	auroragg@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta asignatura comprende el conocimiento de las tecnologías y técnicas de producción para radio. En ella se estudia además la radio como medio de comunicación, su origen y su desarrollo, tanto teórico como práctico. En el examen tienen particular relevancia el lenguaje y el estilo de la narrativa radiofónica y la programación radiofónica especialmente en su dimensión informativa y publicitaria.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio
A6	Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas, lenguajes y procesos publicitarios en el contexto internacional
A8	Conocimiento de la ética y la deontología profesional de la publicidad así como del ordenamiento jurídico que afecta a las prácticas comunicativas
A11	Estudio del departamento de comunicación en las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección de comunicación y en especial, de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en empresas de comunicación
A13	Destrezas sobre el entorno: Capacidad de describir y diagnosticar las cuestiones fundamentales de la comunicación en la sociedad contemporánea
B3	Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina
B4	Capacidad de análisis, de síntesis y de juicio crítico
B5	Capacidad de fijar objetivos relacionando causas y efectos
B6	Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas
B7	Capacidad para actuar en libertad con responsabilidad, asumiendo referentes éticos
B9	Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales y de trabajo en equipo
B10	Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno desde la identidad y los valores organizacionales
B11	Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social
B12	Capacidad para el trabajo en equipo a través de la comunicación oral y escrita

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio	A1
Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas, lenguajes y procesos publicitarios en el contexto internacional	A6

Conocimiento de la ética y la deontología profesional de la publicidad así como del ordenamiento jurídico que afecta a las prácticas comunicativas	A8
Estudio del departamento de comunicación en las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección de comunicación y en especial, de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en empresas de comunicación	A11
Destrezas sobre el entorno: Capacidad de describir y diagnosticar las cuestiones fundamentales de la comunicación en la sociedad contemporánea	A13
Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina	B3
Capacidad de análisis, de síntesis y de juicio crítico	B4
Capacidad de fijar objetivos relacionando causas y efectos	B5
Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas	B6
Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales y de trabajo en equipo	B9
Capacidad para actuar en libertad con responsabilidad, asumiendo referentes éticos	B7
Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno desde la identidad y los valores organizacionales	B10
Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social	B11
Capacidad para el trabajo en equipo a través de la comunicación oral y escrita	B12

Contenidos

Tema	
INTRODUCCIÓN	1. LA TEORÍA Y LA TÉCNICA
TEMA 1. MARCO HISTÓRICO DE REFERENCIA	2. LOS ORÍGENES DE LA RADIODIFUSIÓN 3. LA RADIO EN ESPAÑA DESDE LA TRANSICIÓN 4. PANORAMA ACTUAL DE LA RADIO EN ESPAÑA 5. LA PARTICIPACIÓN DE LA ADIENCIA EN GALICIA
TEMA 2. LA TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	6. EL ESPECTRO ELECTROMAGNÉTICO. LA RADIO ANTE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 7. EL PROCESO DE LA RADIODIFUSIÓN. TRANSFORMACIONES GLOBALES 8. LA REVOLUCIÓN DIGITAL 9. LA RADIO DIGITAL 10. RADIO VIRTUAL. EL CONTEXTO DEL CAMBIO 11. NUEVOS SOPORTES
TEMA 3: LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	12. EL LENGUAJE RADIOFÓNICO 13. LA PALABRA EN LA PUBLICIDAD RADIOFÓNICA 14. REDACCIÓN. LA ADAPTACIÓN PARA LA RADIO. LOS EFECTOS 15. LA MÚSICA EN LA RADIO 16. EL SILENCIO RADIOFÓNICO 17. EL ECOSISTEMA COMUNICATIVO 18. NUEVOS MODELOS DE COMUNICACIÓN 19. COMPORTAMIENTO DE LOS OYENTES
TEMA 4: PRODUCCIÓN, EDICIÓN, PROGRAMACIÓN	20. PRODUCCIÓN Y MARKETING RADIOFÓNICO 21. MODELOS DE NEGOCIO 22. PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS 23. PUBLICIDAD Y AUDIENCIAS
TEMA 5: FUNCIONES DE LA RADIO	24. FUNCIONES SOCIALES DE LA WEBRADIO 25. LA RADIO PÚBLICA 26. EL PROCESO DE RADIOMORFOSIS

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	24	48	72
Sesión magistral	24	48	72
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	4	6

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Prácticas de laboratorio	Las prácticas se realizan en el laboratorio de radio, supervisadas por la profesora. Cada práctica requiere la utilización de FAITIC para incorporar ejercicios tanto de realización individual como de grupo
Sesión magistral	Sesiones teóricas a cargo de la profesora para la exposición de los conocimientos objeto de estudio en esta materia. Tienen una duración aproximada de una hora cada una.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	La profesora atenderá personalmente a los alumnos en horarios de tutoría. También es posible fuera de ese horario previa solicitud de cita mediante correo electrónico

Evaluación

	Descripción	Calificación
Prácticas de laboratorio	Las prácticas se realizan en el laboratorio de radio, supervisadas por la profesora. Cada práctica requiere la utilización de FAITIC para incorporar ejercicios tanto de realización individual como de grupo	40
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Habrà un examen final, teórico, de toda la materia que será escrito, y consistirá en diez preguntas, valorada cada una de ellas en un puntos.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

BIBLIOGRAFÍA PARA LA ASIGNATURA:

GARCÍA GONZÁLEZ, A. (2001) *Manual del comunicador radiofónico*. CIMS. Barcelona.

GARCÍA GONZÁLEZ, A. (2000) *Comunicación radiofónica*. Vigo: Universidade de Vigo, Servicio de Publicacións.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

CAMPOS FREIRE, Francisco (coord.), (2010), *El cambio mediático*. Sevilla-Zamora, Comunicación Social.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2008), [Radio y convergencia tecnológica en Europa. Expansión de los cybermedios fijos y móviles], en Leopoldo Ortega Carmona (2008), pp. 69-87.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2008), *La radio en internet. De las redes sociales a la radio móvil*. Buenos Aires, La Crujía.

CHIVITE, Santiago (2008), *COPE: una cadena de radio en busca de su identidad*. Madrid, Fragua.

FAUS BELAU, a. (2007) *La radio en España (1896/1977): una historia documental*. Taurus.

GUARINOS, Virginia (2009), *Manual de narrativa radiofónica*. Madrid, Síntesis.

LESSIG, Laurence. (2009) *El código 2.0* Traficantes de sueños. Madrid. (La edición primera es de 2006 en Basic Books. Cambridge)

MARTÍNEZ-COSTA, M^a P. (2008) *La crónica radiofónica*. IORTV.

ORTEGA CARMONA, Leopoldo (comp.) (2008), *7ª Bienal Internacional de Radio. México 2008: La radio de cara al futuro. El impacto de la convergencia tecnológica*. México, D. F., Radio Educación.

ORTIZ, M.A. y LÓPEZ VIDALES, N. (eds.) (2011) *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era* Fraguacomunicación. Madrid.

RODERO ANTÓN, Emma. *Locución Radiofónica*. Fragua. Madrid, 2012

TENORIO, Iván (2009), *La nueva radio*. Barcelona, Marcombo.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Redacción y locución publicitaria/P04G190V01404

