

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA**

Código: 36570
Nombre: Ideación y producción radiofónica
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Procesos de creación, producción y realización audiovisual	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

RODRIGUEZ GARCIA DE HERREROS LUCIA

RESUMEN

Ideación y Producción Radiofónica es una asignatura obligatoria del Grado en Comunicación Audiovisual que forma parte de la materia Procesos de Creación, Producción y Realización Audiovisual.

Se dan las pautas para la elaboración de un proyecto radiofónico, desde la idea inicial a su difusión dentro de la industria. Se especifican las estrategias para la presentación de proyectos radiofónicos y audiovisuales. Se indaga en la medición de las audiencias radiofónicas y en su carácter cuantitativo y cualitativo. Se explican qué tipos de emisoras nos encontramos en la actualidad atendiendo a su carácter público o privado, o teniendo en cuenta la tecnología: analógicas o digitales, haciendo especial referencia a la difusión de radio en Internet o mediante podcasts. Se profundiza en el concepto de programación radiofónica, y se distingue entre las programaciones generalistas y especializadas o temáticas. Se habla de su historia, sus características y de las estrategias a la hora de configurar las parrillas radiofónicas, lo que determina en buena medida el tipo de contenidos que cada emisora ofrece. Esto sirve para conocer mejor la oferta radiofónica valenciana, española y mundial. Se dedicará una especial atención a la radio digital y al futuro en forma de radio digital terrestre, DAB (Digital Audio Broadcasting). Se aprende a escribir un guion radiofónico y una escaleta, como documento de trabajo utilizado a organizar los contenidos de cualquier programa. Se definen en qué consisten el estilo radiofónico y qué elementos contribuyen a dotar de estilo un programa. También se profundiza en el concepto de ritmo, y cómo modularlo. Se insiste en la necesidad de elaborar un presupuesto para la puesta en marcha de cualquier proyecto audiovisual,



también radiofónico. Se habla de ingresos (fórmulas de financiación) y de gastos (qué partidas generan más gasto), básicamente centrados en los recursos humanos (perfiles profesionales necesarios para desarrollar un programa de radio) y recursos técnicos (necesidades técnicas para poder desarrollar el programa tal y como se ha pensado). Se aprovecha para conocer las fórmulas de financiación, especialmente la publicidad y su tipología de géneros. Para terminar, se ofrece una panorámica sobre el mercado radiofónico y cómo insertar el proyecto dentro de la industria. En ese sentido, se dan pautas para poder presentar un proyecto de forma oral y pública.

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

No se contemplan otros tipos de requisitos.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, signícos, dialógicos y opinativos de la comunicación.

Capacidad para integrarse y trabajar en un equipo, tanto en funciones subordinadas como asumiendo en su caso la coordinación o dirección del mismo. Capacidad para poner en práctica todo el conjunto de competencias adquiridas. Saber poner en valor las propias propuestas y, por otra parte, adaptarse a las exigencias de un grupo o una empresa.

Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, así como en una tercera lengua (preferentemente el inglés) sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.

Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

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.



Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Primeras preguntas. La idea.

Trataremos de empezar el proyecto haciéndonos toda una serie de preguntas que iremos resolviendo a lo largo del curso. También seremos capaces de elaborar una primera página del proyecto que se concentra en la Idea, formada por la sinopsis (un resumen del proyecto) y el storyline (unas cuantas líneas que han de conseguir mantener la atención del lector en el nuestro proyecto). Por ello tenemos que utilizar estrategias retóricas para presentar textos atractivos que interesan a los lectores y lectoras. El alumnado escribirá la idea de su propio proyecto.

1.1. Antes de empezar. Cuestiones previas

1.2. La idea: sinopsis y storyline

1.3. Estrategias retóricas

1.4. Escribir la idea de nuestro proyecto

2. La audiencia. Público potencial y sistemas de medición.

En esta unidad abordaremos cómo se enfrenta la radio a las audiencias. 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 grandes 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, por escasa que sea esta.

2.1 Audiencias: audiencia real y audiencia potencial



2.2. Medición de audiencia: sistemas cuantitativos y cualitativos

2.3 ¿Cuál es nuestra audiencia?

3. Tipos de emisoras. Difusión y titularidad.

Las emisoras radiofónicas se pueden dividir atendiendo a su difusión, que a su tiempo depende de la tecnología y la cobertura de que disponemos (analógica o digital, AM o FM) y la titularidad de sus propietarios: pública, privada o de financiación mixta. El estudiantado tendrá que decidir por qué tipo de emisora apuesta para su proyecto, si es que apuesta por la radio convencional.

3.1 Tipos de emisoras: la difusión

3.2 Tipos de emisoras: la tecnología y la cobertura

3.3 Tipos de emisoras: titularidad y financiación

3.4 ¿Qué tipo de emisora necesita nuestro proyecto?

4. La programación radiofónica. Generalista o especializada.

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

4.1 Tipos de programación radiofónica

4.2 La programación generalista

4.3 La programación especializada

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

En esta unidad abordaremos cómo afecta la radio digital, terrestre y por Internet, a las programaciones radiofónicas, a los contenidos ya la manera en que la incorporación de la tecnología digital, especialmente del fenómeno del podcasting, está transformando la manera en que se produce y consume la radio. Los proyectos elaborados en el aula no podrán rehuir la importancia de la tecnología digital.



5.1 La radio digital: origen y evolución

5.2 El fenómeno del podcasting

5.3 Transformaciones en la producción y el consumo de radio

6. El guion radiofónico. La escaleta genérica y la escaleta piloto.

Cualquier programa de radio necesita un guion o, como mínimo, una escaleta, para poderse realizar. Evitaremos al máximo la radio de improvisación, sobre todo porque estamos empezando el proceso de hacer radio. Elaboraremos un guion de nuestro programa piloto y una escaleta genérica que aplicaremos a toda la temporada. Explicaremos el concepto de escaleta y su utilidad, así como las particularidades del guion radiofónico. En el caso de los grupos que apuestan por una emisora deberán diseñar la parrilla de programación semanal.

6.1 La importancia del guion

6.2 Radio de escaleta vs. Radio de improvisación

6.3 La importancia y el diseño de la escaleta

7. Ritmo y estilo. La personalidad sonora.

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 caso de que opten por hacer como proyecto la programación de una emisora de radio también deberán trabajar la imagen corporativa, sobre todo si estamos hablando de radio por Internet, que tendrá una web.

7.1 El ritmo y el estilo: dar personalidad a nuestro proyecto

7.2 Diferenciarse de la competencia

7.3 La imagen corporativa

8. Escribir y locutar para la radio.

En esta unidad explicar qué especificidades y qué códigos hay a la hora de escribir para la radio, un medio tan efímero, especialmente la radio tradicional. Tampoco se escribe igual en la radio dependiendo del género en el que nos encontremos. Por su parte, se aportarán diferentes claves para tratar de hacer la mejor locución posible, teniendo en consideración que se trata de una práctica comunicativa que requiere



de cierto tiempo para llegar a poder controlar.

8.1 La especificidad y los códigos del discurso radiofónico

8.2 La escritura en los géneros radiofónicos

8.3 La locución radiofónica

9. El presupuesto: ingresos y gastos.

Trataremos de elaborar un presupuesto de nuestro proyecto. En primer lugar, trataremos de levantar la financiación, que dependerá de 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 es, por el contrario, una radio en Internet o un podcast, que nos obligará a constituirnos como empresa o cooperativa y pedir las ayudas pertinentes. Si necesitásemos la publicidad para financiar el proyecto tendremos que hacer un listado de posibles marcas o anunciados interesados en anunciarse en nuestro espacio. Después tendremos que abordar los gastos de este presupuesto, centrándonos en todos los elementos técnicos y recursos humanos necesarios para llevar adelante nuestro proyecto.

9.1 Elaborar el presupuesto de un proyecto radiofónico

9.2 Conseguir financiación: tipos de financiación y de iniciativas

9.3 Los anunciantes

9.4 Los recursos técnicos y humanos

10. El mercado. La venta. El pitching.

En esta unidad trataremos de profundizar en los elementos que se utilizarán para promocionar un proyecto radiofónico y cómo presentarlo a productoras, directores y directoras de emisoras o anunciantes. Sabremos cómo hacer estas presentaciones y qué contar del proyecto para poder atraer la atención de aquellos que muestren un posible interés. También conoceremos cuáles son los canales para que un proyecto radiofónico se pueda materializar.

10.1 La promoción de un proyecto radiofónica

10.2 Cómo presentar el proyecto

10.3 Canales para la materialización del proyecto



Resultados de aprendizaje

Estos contenidos se plasmarán en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Construcción de textos sonoros persuasivos.
- Analizar estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica.
- Configurar procesos radiofónicos y televisivos.
- Aplicar soluciones propias al desarrollo de los proyectos audiovisuales.
- Trabajar en equipo.
- Escribir escaletas adaptadas al medio.
- Escribir guiones adaptados al medio.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	15,00
Aula informática	45,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	30,00
Estudio y trabajo autónomo	25,00
Preparación de clases	17,50
Preparación de actividades de evaluación	17,50
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Actividades presenciales

La docencia presencial seguirá las siguientes metodologías:

- **Lección magistral:** al principio del curso se impartirán cuatro sesiones teóricas que recogen el temario arriba detallado. Durante dichas sesiones, se introducirán los conceptos teóricos necesarios para poder realizar el proyecto de radio ligado a la asignatura. Para ello, se emplearán presentaciones que serán colgadas posteriormente en el Aula Virtual, donde también se incluirán diversos materiales, como artículos, noticias u otros documentos de trabajo. Durante todo el curso, el profesor podrá invitar al estudiantado a mantener tutorías con cada uno



de los grupos fuera del horario de clase para cerrar los diversos apartados del proyecto o resolver cualquier duda que se pueda plantear. Estas tutorías estarán abiertas y disponibles para todas y todos los estudiantes en los días y las horas establecidas previamente.

- **Realización de proyectos audiovisuales (incluyendo clases prácticas en el taller de audiovisuales):** Una vez terminadas estas sesiones, el estudiantado se distribuirá en grupos de 3 o 4 personas que comenzarán a abordar la memoria del proyecto de radio y el guion que deberán editar y locutar como programa piloto. A partir de ese momento, la dinámica de las clases será eminentemente práctica y se utilizarán las instalaciones del Taller de Audiovisuales de la Universidad de Valencia, donde hay todo el material necesario para llevar a cabo la asignatura con todas las garantías. No se podrá locutar ni editar el proyecto fuera de las horas prevista de clase. Durante las sesiones prácticas de taller, el profesor organizará las diferentes actividades a realizar (pruebas de locución, explicación del software que se utilizará) y también actuará como una especie de tutor que irá planteando problemas y resolviendo dudas a los grupos. El profesor dedicará a cada grupo el tiempo suficiente para plantear preguntas y dudas sobre la realización del proyecto.
- **Exposición en el aula y trabajo por grupos:** se concertará una sesión para que los grupos puedan defender su proyecto ante toda la clase con una presentación de 10 minutos, donde se admitirán preguntas o dudas por parte del resto de la clase, que deberán resolver.

Actividades no presenciales

El alumnado desarrollará las siguientes actividades no presenciales:

- **Elaboración de trabajos individuales o en grupo.** Se invertirá parte del tiempo previsto para actividades no presenciales en preparar la memoria y el proyecto de radio en su parte documental.
- **Estudio y trabajo autónomo.** Se estudiarán los contenidos teóricos de la asignatura y los casos prácticos vistos en clase de cara a su aplicación en la memoria y el proyecto de radio. Asimismo, se procederá a estructurar el trabajo a lo largo del calendario de la asignatura, organizando tareas individuales y grupales. Parte del trabajo autónomo consistirá en reuniones fuera del horario de clase con el resto de miembros del grupo y con el profesor de la asignatura, en tutorías previamente concertadas.
- **Preparación de clases.** Se revisarán referencias bibliográficas y de otra índole para preparar las sesiones en el aula. El profesor podrá solicitar lecturas preparatorias para las sucesivas sesiones o pedir que se revisen contenidos multimedia relevantes para la asignatura.
- **Preparación de actividades de evaluación.** Se dedicará parte de las actividades no presenciales a la preparación la prueba escrita teórica que tendrá lugar al final del curso, así como para la presentación del proyecto y las actividades que llevan a su consecución.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Esta asignatura tiene en cuenta especialmente los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- **ODS 5. Igualdad de género.** Meta 1. Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo. Se pone especial énfasis en el uso de un lenguaje inclusivo y no discriminatorio hacia las mujeres o hacia cualquier otro individuo. Existe una



especial sensibilidad porque el rol de las estudiantes dentro de los grupos de trabajo sea activo e igualitario, que tomen la palabra y el protagonismo de la misma manera que puede hacerlo el estudiantado masculino.

- **ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.** Meta 5. Se trata de empoderar al estudiantado en el emprendimiento audiovisual, animándoles a que innovan en el ámbito de la creación audiovisual, en particular en la sonora.

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá el Reglamento de evaluación y calificación de la Universitat de València para títulos de grado y máster, aprobado por el Consell de Govern el 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017).

Evaluación en primera convocatoria

La evaluación en primera convocatoria se desarrollará del siguiente modo:

- **Valoración del aprendizaje técnico (70%, recuperable en la segunda convocatoria).** Realización, en grupos de cuatro personas, del episodio piloto de un proyecto radiofónico y su correspondiente memoria. Se requiere aprobar esta parte con un mínimo de un 5/10 para hacer media con el resto de apartados y superar la asignatura. El profesor podrá pedir entregas parciales de los diferentes apartados de la Memoria (escaletas, guion) durante el curso. El total de la evaluación de esta parte se desglosa así:
 - Memoria del proyecto: 30%
 - Solidez (contenidos y justificación del proyecto): 20%
 - Viabilidad (estudio de mercado y presupuesto): 10%
 - Programa piloto: 40%
 - Guion: 20%
 - Edición y locución: 20%
- **Prueba escrita final (30%, recuperable en la segunda convocatoria).** Prueba evaluativa escrita sobre los contenidos teóricos de la asignatura. Este examen se realizará en la fecha y el horario previsto por la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación.

Evaluación en segunda convocatoria

La evaluación en segunda convocatoria mantendrá, si fuera el caso, las calificaciones obtenidas en los bloques aprobados en la primera. La evaluación de los bloques suspendidos o no presentados se realizará del siguiente modo:

- **Valoración del aprendizaje técnico (70%).** Realización, de manera individual, de una versión adaptada de la entrega prevista para grupos en primera convocatoria. Es decir, el estudiantado



llevará a cabo el proyecto de un programa piloto radiofónico con su correspondiente memoria, pero la duración del programa piloto y la extensión de la memoria serán reducidas de manera consensuada con el profesor para mantener una carga de trabajo proporcional a la desempeñada por el estudiantado en primera convocatoria. Se facilitarán los medios e instalaciones necesarios para el desempeño del proyecto en segunda convocatoria. Se requiere aprobar esta parte con un mínimo de un 5/10 para hacer media con el resto de apartados y superar la asignatura. El total de la evaluación de esta parte se desglosa así:

- Memoria del proyecto: 30%
 - Solidez (contenidos y justificación del proyecto: 20%)
 - Viabilidad (estudio de mercado y presupuesto: 10%)
- Programa piloto: 40%
 - Guion: 20%
 - Edición y locución: 20%
- **Prueba escrita final (30%).** Prueba evaluativa escrita sobre los contenidos teóricos de la asignatura. Este examen se realizará en la fecha y el horario previsto por la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación.

Observaciones

- Tanto en el examen como en el resto de pruebas, ejercicios o trabajos escritos se exigirá corrección ortográfica y gramatical. Cada falta comportará una reducción de la calificación obtenida, que puede llegar hasta el suspenso.
- En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.
- La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros), excepto si su utilización forma parte de los contenidos de la asignatura o está autorizada por el profesorado que la imparte.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias básicas



- Bonet, Montse. (coord.) (2016). *El imperio del aire. Espectro radioeléctrico y radiodifusión*. Editorial UOC: Barcelona.
- Gamir-Ríos, José y Cano-Orón, Lorena. (2022). Características de la podcastfera española. Entre la democratización y la lógica comercial. *El Profesional de la Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.05>
- García-Marín, David. (2019). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25 (1), 181-196.
- Guarinos, Virginia. (2009). *Manual de narrativa radiofónica*. Editorial Síntesis: Madrid.

Referencias complementarias

- Iruzquiza, Francisco. (2019). *El gran cuaderno de podcasting*. Kailas: Madrid.
- Martí, Josep Maria et al. (2015). La ràdio, model de negoci en transició: estratègies d'oferta i comercialització en el context digital. *Quaderns del CAC*, 41(18), 13-22.
- Martínez Costa, Pilar, y Moreno, Elsa. (coord.) (2004). *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Ariel: Barcelona.
- Martínez Costa, Pilar, Moreno, Elsa y Amoedo, Avelino (2018). Mapa de la radio online en España: tipología y caracterización en el contexto de los cibermedios. *El Profesional de la Información*, 27(4), 849-857. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.14>
- McLeish, Robert y Link, Jeff. (2016). *Radio Production*. Focal Press: New York.
- Pedrero Esteban, Luis Miguel; Martínez Otón, Laura, Castillo Lozano, Eduardo y Martín Nieto, Rebeca (2023). *Cómo suenan los podcasts en España. Radiografía de la producción original en las plataformas de audio digital en 2022*. Fundación Antonio de Lebrija. <https://www.nebrija.com/catedras/observatorio-nebrija-espanol/pdf/tendencias-produccion-mercado-del-podcasting.pdf>