

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 36570**Nom:** Ideació i producció radiofònica**Cicle:** Grau**Crèdits ECTS:** 6**Curs acadèmic:** 2026-27**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	Processos de creació, producció i realització audiovisual	OBLIGATÒRIA

**COORDINACIÓ**

RODRIGUEZ GARCIA DE HERREROS LUCIA

**RESUM**

Ideació i Producció Radiofònica és una assignatura obligatòria del Grau en Comunicació Audiovisual que forma part de la matèria Processos de Creació, Producció i Realització Audiovisual.

Es donen les pautes per a l'elaboració d'un projecte radiofònic, des de la idea inicial a la seua difusió dins de la indústria. S'especifiquen les estratègies per a la presentació de projectes radiofònics i audiovisuals. S'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 radi en Internet o mitjançant pòdcasts. S'aprofundix en el concepte de programació radiofònica, i es distingeix entre les programacions generalistes i especialitzades o temàtiques. Es parla de la seua història, les seues característiques i de les estratègies a l'hora de configurar les graelles radiofòniques, la qual cosa determina en bona part el tipus de continguts que cada emissora ofereix. Això serveix per a conèixer millor l'oferta radiofònica valenciana, espanyola i mundial. Es dedicarà una especial atenció a la ràdio digital i al 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 definixen en què consistixen l'estil radiofònic i quin elements contribueixen a dotar d'estil un programa. També s'aprofundix en el concepte de ritme, i com modular-lo. S'insistix 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 gas tos (quines partides generen més gasto), bàsicament centrats en els recursos humans (perfils professionals necessaris per a desenrotllar un programa de ràdio) i recursos tècnics (necessitats tècniques per a poder desenrotllar el programa tal com s'ha pensat). S'aprofita per a conèixer les fórmules de finançament, especialment la publicitat i la seua tipologia de gèneres. Per a acabar, s'ofereix una panoràmica sobre el mercat radiofònic i com inserir el projecte dins de la indústria. En eixe sentit, es donen pautes per a poder presentar un projecte de manera oral i pública.

## CONEXEMENTS PREVIS

### RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### ALTRES TIPUS DE REQUISITS

No es preveuen altres tipus de requisits.

## COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

### 1333 - Grau en Comunicació Audiovisual

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 siguen més adequats als distints mitjans de comunicació.

Capacitat per a actuar defenent una cultura de la pau i respectant els drets fonamentals en els processos de la comunicació, en concret la igualtat entre dones i hòmens en tots els tractaments informatius, interpretatius, sígnicos, dialògics i opinatius de la comunicació.

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.

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 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.

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 desenrotllament dels projectes.

Que els estudiants puguen transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Que els estudiants siguem capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.

## 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 d'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 d'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 i lectores. L'estudiantat escriurà la idea del seu propi projecte.

1.1. Abans de començar. Qüestions prèvies

1.2. La idea: sinopsi i storyline

1.3. Estratègies retòriques

1.4. Escriure la idea del nostre projecte

### **2. L'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 l'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 quantitius 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.

2.1 Audiències: audiència real i audiència potencial

2.2. Mesurament d'audiència: sistemes quantitius i qualitius



2.3 Quina és la nostra audiència?

### **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. L'estudiantat haurà de decidir per quin tipus d'emissora aposta per al seu projecte, si és que aspira per la ràdio convencional.

3.1 Tipus d'emissores: la difusió

3.2 Tipus d'emissores: la tecnologia i la cobertura

3.3 Tipus d'emissores: titularitat i finançament

3.4 Quin tipus d'emissora necessita el nostre projecte?

### **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 s'adrecen 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.

4.1 Tipus de programació radiofònica

4.2 La programació generalista

4.3 La programació especialitzada

### **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 no podran defugir la importància de la tecnologia digital.

5.1 La ràdio digital: origen i evolució



## 5.2 El fenomen del podcàsting

## 5.3 Transformacions en la producció i el consum de ràdio

# 6. El guió radiofònic. Lescaleta genèrica i l'escaleta pilot.

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, 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 d'escaleta 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.

## 6.1 La importància del guió

## 6.2 Ràdio d'escaleta vs. Ràdio d'improvisació

## 6.3 La importància i el disseny de l'escaleta

# 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 l'emissora en què ens trobem. En el cas que opten per fer com a projecte la programació d'una emissora de ràdio també hauran de treballar la imatge corporativa, sobretot si estem parlant de ràdio per Internet, que tindrà un web.

## 7.1 El ritme i l'estil: donar personalitat al nostre projecte

## 7.2 Diferenciar-se de la competència

## 7.3 La imatge corporativa

# 8. Escriure i locutar per a la ràdio.

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

## 8.1 L'especificitat i els codis del discurs radiofònic



## 8.2 L'escriptura en els gèneres radiofònics

## 8.3 La locució radiofònica

# 9. El pressupost: ingressos i despeses.

Tractarem d'elaborar un pressupost del nostre projecte. En primer lloc, mirarem d'alçar el finançament, que dependrà de si es tracta d'una iniciativa pública, privada i quin tipus de projecte és, si es tracta d'un 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 d'abordar les despeses d'aquest pressupost, centrant-nos en tots els elements tècnics i recursos humans necessaris per dur endavant el nostre projecte.

## 9.1 Elaborar el pressupost d'un projecte radiofònic

## 9.2 Aconseguir finançament: tipus de finançament i d'iniciatives

## 9.3 Els anunciants

## 9.4 Els recursos tècnics i humans

# 10. El mercat. La venda. El pitching.

En aquesta unitat tractarem d'aprofundir en els elements que s'utilitzaran per a promocionar un projecte radiofònic i com presentar-lo a productores, personal directiu d'emissores o anunciants. Sabrem com fer aquestes presentacions i què explicar del projecte per a poder atreure l'atenció de qui pugui mostrar interès. També coneixerem quins són els canals per a que un projecte radiofònic es pugui materialitzar.

## 10.1 La promoció d'un projecte radiofònic

## 10.2 Com presentar el projecte

## 10.3 Canals per a la materialització del projecte

# Resultats d'aprenentatge

Estos continguts es plasmaran en els següents resultats d'aprenentatge:



- Construcció de textos sonors persuasius.
- Analitzar estructures, continguts i estils de la programació televisiva i radiofònica.
- Configurar processos radiofònics i televisius.
- Aplicar solucions pròpies al desenvolupament dels projectes audiovisuals.
- Treballar en equip.
- Escriure escaletes adaptades al medi.
- Escriure guions adaptats al medi.

## VOLUM DE TREBALL (HORES)

### ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	15,00
Aula informàtica	45,00
<b>Total hores</b>	<b>60,00</b>

### ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	30,00
Estudi i treball autònom	25,00
Preparació de classes	17,50
Preparació d'activitats d'avaluació	17,50
Resolució de casos pràctics	0,00
<b>Total hores</b>	<b>90,00</b>

## METODOLOGIA DOCENT

### Activitats presencials

La docència presencial seguirà les següents metodologies:

- **Lliçó magistral:** al principi del curs s'impartiran quatre sessions teòriques que arriegen el temari a dalt detallat. Durant estes sessions, s'introduiran els conceptes teòrics necessaris perquè l'estudiantat pugui realitzar el projecte de radi lligat a l'assignatura. Per a això, s'empraran presentacions que seran penjades posteriorment a l'Aula Virtual, on també s'inclouran diversos materials, com a articles, notícies o altres documents de treball. Durant tot el curs, el professor podrà convidar a l'alumnat a mantindre tutories amb cada un dels grups fora de l'horari de classe per a tancar els diversos apartats del projecte o resoldre qualsevol dubte que es pugui plantejar. Estes tutories estaran obertes i disponibles per a totes i tots els estudiants en els dies i les hores establides prèviament.
- **Realització de projectes audiovisuals (incloent classes pràctiques en el taller d'audiovisuals):** Una vegada acabades estes sessions, l'estudiantat es distribuirà en grups de 3 o 4 persones i començarà a abordar la memòria del projecte de ràdio i el guió que haurà d'editar i locutar com a



programa pilot. A partir d'eixe moment, la dinàmica de les classes serà eminentment pràctica i s'utilitzaran les instal·lacions del Taller d'Audiovisuals de la Universitat de València, on hi ha tot el material necessari per a dur a terme l'assignatura amb totes les garanties. No es podrà locutar ni editar el projecte fora de les hores prevista de classe. Durant les 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. El professor dedicarà a cada grup el temps suficient per a plantejar preguntes i dubtes sobre la realització del projecte.

- **Exposició a l'aula i treball per grups:** es concertarà una sessió perquè els grups puguen defensar el seu projecte davant tota la classe amb una presentació de 10 minuts, on s'admetran preguntes o dubtes per part dels assistents, que hauran de resoldre.

### Activitats no presencials

L'alumnat desenvoluparà les següents activitats no presencials:

- **Elaboració de treballs individuals o en grup.** L'alumnat invertirà part del temps previst per a activitats no presencials a preparar la memòria i el projecte de ràdio en la seua part documental.
- **Estudi i treball autònom.** L'alumnat estudiarà els continguts teòrics de l'assignatura i els casos pràctics vistos en classe de cara a la seua aplicació en la memòria i el projecte de ràdio. Així mateix, procedirà a estructurar el seu treball al llarg del calendari de l'assignatura, organitzant tasques individuals i grupals. Part del treball autònom consistirà en reunions fora de l'horari de classe amb la resta de membres del grup i amb el professor de l'assignatura, en tutories prèviament concertades.
- **Preparació de classes.** L'alumnat revisarà referències bibliogràfiques i d'una altra índole per a preparar les sessions a l'aula. El professor podrà sol·licitar lectures preparatòries per a les successives sessions o demanar que es revisen continguts multimèdia rellevants per a l'assignatura.
- **Preparació d'activitats d'avaluació.** L'alumnat dedicarà part de les activitats no presencials a la preparació la prova escrita teòrica que tindrà lloc al final del curs, així com per a la presentació del projecte i les activitats que porten a la seua consecució.

### Objectius de Desenvolupament Sostenible:

Esta assignatura té en compte especialment els següents Objectius de Desenvolupament Sostenible:

- **ODS 5. Igualtat de gènere.** Meta 1. Posar fi a totes les formes de discriminació contra totes les dones i les xiquetes a tot el món. Es posa especial èmfasi en l'ús d'un llenguatge inclusiu i no discriminatori cap a les dones o cap a qualsevol altre individu. Existix una especial sensibilitat pel que el rol de les estudiants dins dels grups de treball siguen actius i igualitaris, que prenguen la paraula i el protagonisme de la mateixa manera que pot fer-lo l'estudiantat masculí.
- **ODS 9. Indústria, innovació i infraestructura.** Meta 5. Es tracta d'empoderar a l'estudiantat en l'emprenedoria audiovisual, animant-los al fet que innoven en l'àmbit de la creació audiovisual, en particular en la sonora.



## AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà el Reglament d'avaluació i qualificació de la Universitat de València per a títols de grau i màster, aprovat pel Consell de Govern el 30 de maig de 2017 (ACGUV 108/2017).

### Avaluació en la primera convocatòria

L'avaluació en primera convocatòria es desenrotllarà del següent mode:

- **Valoració de l'aprenentatge tècnic (70%, recuperable en la segona convocatòria).** Realització, en grups de quatre persones, de l'episodi pilot d'un projecte radiofònic i la seua corresponent memòria. Es requereix aprovar esta part amb un mínim d'un 5/10 per a fer mitjana amb la resta d'apartats i superar l'assignatura. El professor podrà demanar lliuraments parcials dels diferents apartats de la Memòria (escaletes, guió) durant el curs. El total de l'avaluació d'esta part es desglossa així:
  - **Memòria del projecte: 30%**
    - Solidesa (continguts i justificació del projecte): 20%
    - Viabilitat (estudi de mercat i pressupost): 10%
  - **Programa pilot: 40%**
    - Guió: 20%
    - Edició i locució: 20%
- **Prova escrita final (30%, recuperable en la segona convocatòria).** Prova avaluativa escrita sobre els continguts teòrics de l'assignatura. Este examen es realitzarà en la data i l'horari previst per la Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació.

### Avaluació en la segona convocatòria

L'avaluació en segona convocatòria mantindrà, si fora el cas, les qualificacions obtingudes en els blocs aprovats en la primera. L'avaluació dels blocs suspesos o no presentats es realitzarà del següent mode:

- **Valoració de l'aprenentatge tècnic (70%).** Realització, de manera individual, d'una versió adaptada del lliurament previst per a grups en primera convocatòria. És a dir, l'estudiantat durà a terme el projecte d'un programa pilot radiofònic amb la seua corresponent memòria, però la duració del programa pilot i l'extensió de la memòria seran reduïdes de manera consensuada amb el professor per a mantindre una càrrega de treball proporcional a l'exercida pels estudiants en primera convocatòria. Es facilitaran els mitjans i instal·lacions necessaris per a l'acompliment del projecte en segona convocatòria. Es requereix aprovar esta part amb un mínim d'un 5/10 per a fer mitjana amb la resta d'apartats i superar l'assignatura. El total de l'avaluació d'esta part es desglossa així:
  - **Memòria del projecte: 30%**
    - Solidesa (continguts i justificació del projecte): 20%
    - Viabilitat (estudi de mercat i pressupost): 10%
  - **Programa pilot: 40%**
    - Guió: 20%



- Edició i locució: 20%
- **Prova escrita final (30%).** Prova avaluativa escrita sobre els continguts teòrics de l'assignatura. Este examen es realitzarà en la data i l'horari previst per la Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació.

### Observacions

- Tant en l'examen com en la resta de proves, exercicis o treballs escrits s'exigirà correcció ortogràfica i gramatical. Cada falta comportarà una reducció de la qualificació obtinguda, que pot arribar fins al suspens.
- En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació, este es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si és procedent, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.
- L'honestedat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en este curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres), excepte si la seua utilització forma part dels continguts de l'assignatura o està autoritzada pel professorat que la impartix.

## BIBLIOGRAFIA

### Referències bàsiques

- Bonet, Montse. (coord.) (2016). *El imperio del aire. Espectro radioelèctrico 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.

### Referències complementàries

- 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 cybermedios. *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-mercadodel-podcasting.pdf>