

CURSO ACADÉMICO: 2005-2006

LICENCIATURA: Publicidad y Relaciones Públicas **CURSO:** 2n

Código:	20665
Asignatura:	Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico
Tipo de asignatura:	Troncal
Nº de créditos:	5
Profesorado:	-teoría: Juan José Perona (castellano) -prácticas: Mariluz Barbeito, Dolors Bernadas y Juan José Perona (catalán/castellano)
Cuatrimestre:	Primero

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Introducción a la teoría del lenguaje radiofónico. Formación teórico-práctica en el uso de los diferentes elementos que configuran el lenguaje radiofónico, así como en las principales técnicas de producción y realización radiofónicas publicitarias.

TEMARIO:

Tema 1: El lenguaje radiofónico

- Aspectos conceptuales del lenguaje radiofónico
- Definición
- Dimensión estética y dimensión semántica
- Principales formatos publicitarios radiofónicos
- Usos del lenguaje radiofónico en la publicidad

Tema 2: El lenguaje verbal

- Características estructurales
- Características expresivas
- Ritmo

Tema 3: El lenguaje musical

- Características expresivas
- Funciones del lenguaje musical en la radio
- Hábitos de utilización de la música en la publicidad radiofónica

Tema 4: Los efectos sonoros

- Definición y características

- Denotación / connotación
- Fuente sonora y objeto sonoro
- Funciones de los efectos sonoros en la radio

Tema 5: El silencio

- Definición y características
- Funciones del silencio radiofónico

Tema 6. El guión radiofónico

- 6.1. Definición
- 6.2. Tipología del guión: literario y técnico
- 6.3. Estilos de guión: americano y europeo
- 6.4. Tipos de guión/tipos de programa

Tema 7: El montaje radiofónico

- Definición
- Simultaneidad y yuxtaposición de los sistemas sonoros
- Técnicas de realización

Tema 8: Planificación sonora

- Concepto de plano radiofónico
- Planos sonoros

Tema 9: El montaje músico-verbal

- Interrelación palabra – música
- La sincronía palabra – música: el *raccord*
- El recurso de la cuadratura

Tema 10: La construcción del espacio sonoro radiofónico

- El concepto de espacio sonoro
- La dirección
- El movimiento

Tema 11: El tiempo radiofónico

- El concepto de tiempo radiofónico
- Producción del tiempo radiofónico
- La secuencia sonora
- Continuidad temporal
- Paralelismo

Tema 12: Las imágenes auditivas

- Definición
- Universos conceptuales del lenguaje radiofónico
- Creación de imágenes auditivas

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- BALSEBRE TORROJA, Armand: *El lenguaje radiofónico*. Ed. Cátedra, Madrid, 1994.
- BARBEITO, M.L. y VÁZQUEZ, M.: "La radio, un medio publicitario infravalorado". En *La publicidad en la radio. VI Xornadas de Comunicación Social*. Edt. Diputación de Pontevedra. 2000.
- BETÉS RODRÍGUEZ, K.: *El sonido de la persuasión: relatos publicitarios en la radio*. Edt. Fundación Universitaria San Pablo-CEU. Valencia. 2002.
- GUTIÉRREZ GARCÍA, M.; PERONA PÁEZ, J.J.: *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Ed. Bosch, Barcelona, 2002.
- HUERTAS BAILÉN, A; PERONA PÁEZ, J.J: *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Ed. Bosch, Barcelona, 1999.
- MUELA MOLINA, C.: *La publicidad radiofónica en España*. Ediciones Internacionales Universitarias. Madrid. 2001.
- RODERO, E. Y OTROS: La radio que convence: manual para creativos y locutores publicitarios. Edt. Ariel. Barcelona. 2004.
- RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.

COMPLEMENTARIA:

- ARNHEIM, R: *Estética radiofónica*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- BAREA, P: *Redacción y guiones*. Servicio Universidad del País Vasco, Bilbao, 1992.
- BELTRÁN MONER, R: *La ambientación musical*. Ed. IORTV, Madrid, 1984.
- CEBRIÁN HERREROS, M: *Información radiofónica: Mediación técnica, tratamiento y programación*. Ed. Síntesis, Madrid, 1994.
- FUZELLIER, E: *Le langage radiophonique*, IHEC, París, 1965.
- MCLEISH, R: *Técnicas de creación y realización en radio*. IORTV, Madrid, 1983.
- MERAYO PÉREZ, A: *Para entender la radio*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 1992.
- MERAYO PÉREZ, A. y PÉREZ ÁLVAREZ, C.: *La magia radiofónica de las palabras*. Edt. Libería Cervantes. Salamanca. 2001.
- PERONA PÁEZ, JJ: *El ritmo en la expresión radiofónica*. Tesis doctoral, UAB, 1992.
- TERRÓN, J.L: *El silencio en la radio*. Tesis doctoral, UAB, 1990.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Se trata de una metodología que profundiza en la interrelación teoría/práctica, es decir, en el aprendizaje de los conceptos teóricos y su aplicación en la producción y realización radiofónica publicitaria. En esta asignatura, el análisis y la escucha de la publicidad radiofónica son fundamentales para su buen desarrollo y seguimiento.

TEORÍA: Sesiones expositivas en las que se explican los contenidos del temario, fundamentales para la elaboración de los ejercicios prácticos y el porta-folios.

PRÁCTICAS: Los estudiantes deberán preparar, con una periodicidad aproximadamente quincenal, productos publicitarios en los que incorporarán, de manera progresiva, los diversos elementos que conforman el lenguaje radiofónico. A lo largo del curso se combinarán prácticas individuales con prácticas en grupo.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Se plantean dos formas para superar la materia:

- **Evaluación continuada:** el alumno deberá comprometerse a la realización del programa de prácticas y de su porta-folios, el cual será fundamental para superar la parte teórica de la materia. En el caso de producirse una falta, el estudiante pasará automáticamente al sistema de examen final, aunque podrá continuar participando en las prácticas con su grupo.
- **Examen final:** comportará la realización de una prueba teórica y una prueba práctica que se hará pública un mes antes de la fecha de examen prevista por la secretaría del Centro.

OBSERVACIONES:

Las sesiones teóricas se llevarán a cabo en un aula equipada con reproductores de audio, mientras que las prácticas se desarrollarán en los laboratorios de radio de la Facultad, los estudios de continuidad y las aulas Dalet.

Fecha

Firma del Director del Departamento