

B) BIBLIOGRAFIA

- Agencia EPO. Manual de estilo. Castalia. Madrid, 1981
- AGNES Y. CROISSANDEAU, L. H. Lire le Journal. F.P. Lobies Editions. Paris, 1979
- DOVIGAT E. Periodismo I y II. Unión Tipográfica. México, 1970
- EL PAIS. Libro de estilo. PAISA? Madrid, 1980
- ESCAPIIT R. Escritura y comunicación. Castalia, Madrid, 1970
- GANS H. D. Deciding what's new. Pantheon, Nueva York, 1979
- KINWITZ A. Para analizar los mass media. Fernando Torres Editor, Valencia, 1974
- JORDAN L. The New York Times. Manual of Style and Usage. The New York Times Company, N. Y., 1976
- JOHNSTON D. H. Journalism and the Media. Barnes, New York, 1979
- LAZARO CANTOBER, Lenguaje en periodismo escrito. Juan Marcha, Madrid 1978
- Mc DOUGALL C. D. Interpretative Reporting. Macmillan, Nueva York, 1972
- MARTINEZ ALBERTO J. L. Curso general de Redacción Periodística. Mitre, Barcelona, 1983
- WISBURI GROUP (THE). News Reporting and Writing. St. Martin's Press. New York, 1980
- MUNIZ LADAVAGA L. Lenguaje y comunicación. Para una teoría de la Redacción Periodística. Firmáide, Madrid, 1977
- MONEN V. Tratamiento periodístico de la información/a. T/ B. Barcelona, 1974
- PAILLAT A. Le journalisme. Denöel, Paris, 1974
- SMITH A. Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico. Gustavo Gili, Barcelona, 1983
- UCHNAN G. La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Gustavo Gili, Barcelona, 1983
- TUCHON A. Lenguaje periodístico en el área cultural. Tesis de licenciatura. Universidad Autónoma de Barcelona. Inédita, Barcelona, 1979
- WATERS W y WINCHESTER O. The new strategy of style. McGraw-Hill, Nueva York, 1978
- WILL. G. El Periódico, orígenes, evolución y función de la prensa periódica. Uteha, México, 1962
- WILLIAMSON D. R. Feature Writing for Newspaper. Hasting House, Nueva York, 1980
- WOLFE T. El Nuevo Periodismo. Anagrama. Barcelona, 1977

A) TEMARI

TEMA I: BREU HISTÒRIA DE LA RADIODIFUSIÓ

Invenció de la radiodifusió: context científic i social.- Implantació del nou mitjà a l'Estat espanyol i a Catalunya.- Definició del model radiodifusor: titularitat estatal i concessions privades.- La política radiodifusora franquista: la formació de l'oligopoli.- La implantació del mitjà en el conjunt dels "media".- La liberalització de la informació.- El trencament de l'oligopoli: les ràdios lliures i les ràdios municipals.- Situació actual: xarxes y titularitats.- Perspectives de futur.- Organismes internacionals.- Alguns models europeus.

TEMA II: CARACTERÍSTIQUES DEL CANAL RADIOFÒNIC

El fonament físic de la ràdio-freqüència.- La transmissió del so.- Els tipus de modulació: amplitud modulada i freqüència modulada.- La propagació i la recepció de les ones electromagnètiques: els fenòmens de reflexió i els de difracció.- Nous sistemes de transmissió: els satèl·lits, fibra òptica, sistemes digitals.

TEMA III: EQUIPS D'ALTA I BAIXA FREQUÈNCIA

Equips d'alta: l'emissor i les antenes.- Enllaços: microfònics i hertzians.- Els equips de baixa freqüència: locutoris i controls.- Material de producció de so: micròfons, giradiscs, enregistradors, sintetitzadors.- El control central.- Línies microfòniques y telèfon.- Les emissores mòbils.- Altre material radiofònic.

TEMA IV: CARACTERÍSTIQUES DIFERENCIALS DEL MITJÀ RÀDIO

Diferències de tipus comparatiu amb la resta dels "mass media".- El receptor: motivacions d'audiència i estils de fruïció.- Tipologia de l'audiència radiofònica a Espanya.

TEMA V: ELEMENTS DEL LLenguatge RADIOFÒNIC

Concepte.- Elements que el componen: llenguatge musical, verbal, efectes sonors i silenci.- El llenguatge verbal: funcions i perceptibilitat.- El llenguatge musical. funcions, tipologia de les insercions musicals.- Els efectes sonors: definició, tipologia i funcions.- El muntatge com a fragmentació de la realitat sonora: funcions i tipologia.- Imatges auditives i processos de codificació i descodificació.

TEMA IV: EXPRESSIÓ ORAL I LOCUCIÓ

La producció fisiològica de la veu.- Característiques físiques: ritme, intensitat, altura i timbre.- Tipus de veu.- Respiració clavicular i diafragmàtica.- Locució: entonació, vocalització, ritme, actitud, línia melòdica, unitats fòniques. Tècniques d'ensimistament.- Defectes en l'expressió: tipus i tècniques de correcció.- La improvisació: documentada, de sobte.- El monòleg i el diàleg radiofònics.

TEMA VII: LA REDACCIÓ RADIOFÒNICA

Factors que influeixen l'expressivitat radiofònica.- Trets bàsics de la redacció radiofònica: claretat, senzillesa i breuetat.- Puntuació: unitats gramaticals i unitats d'entonació.- La sintaxi radiofònica.- El vocabulari: el llenguatge estàndard.- Estructura dels textos radiofònics: els paràgrafs.

TEMA VIII: EL PRODUCTE RADIOFÒNIC I LA PROGRAMACIÓ

La programació com a resultats de la producció radiofònica.- Característiques: objectius, regularitat, continuïtat.- Elements de la programació.- Models de programació.- Estratègia programàtica: cicles temporals i temàtics en funció de les audiències.- Panoràmica històrica del discurs radiofònic en la programació de la ràdio espanyola.

TEMA IX: PRODUCCIÓ DE PROGRAMES

Divisió del treball en les emissores de ràdio.- Funcions: emissions, programació, serveis informatius, departament tècnic, administració, promoció, etc. - Esquema productiu d'un programa: elements que hi intervenen.- El guió: funció, estructura i tipus.

TEMA X: GÈNERES RADIOFÒNICS

Informatius: serveis principals, butlletins, monografies.- Musicals: formats, monogràfics, especialitzats.- Dramàtics: serials, teatre, docudrama.- Mixtes: magazines.- Especialitzats.- Els formats: estructura interna i varietats.

TEMA XI: LA PUBLICITAT RADIOFÒNICA

Característiques específiques.- Llenguatge publicitari i ràdio.- Tipus de publicitat: tascó, guies comercials, patrocini, etc. - Producció de la publicitat radiofònica. Pes específic comparatiu amb la resta dels mitjans massius. Circuits de distribució.

B) BIBLIOGRAFIA

TEMA I

- BUSTAMANTE, E.: Los amos de la información en España. Madrid, Akal, 1982.
- ESTEVE, A.: "Les ràdios municipals". Revista Arrel, nº 3, Barcelona, 1982.
- EZCURRA, L.: Historia de la radiodifusión española. Los primeros años. Madrid, Editora Nacional, 1974.
- FRANQUET, R. y PRADO, E.: La ràdio a Catalunya (1924-1982)". Revista Avenç, Barcelona, 1983.
- FRANQUET, R. y MARTI, J.M.: La radio: de la telegrafía sin hilos a los satélites. Barcelona, Mitre, 1985.
- HALE, J.: La radio como arma política. Barcelona, G. Gili, 1978.
- MARTI, J.M.: Les emissores comarcals de Catalunya. Barcelona, IORTV, 1982.
- PRADO, E.: "El movimiento por la libertad de expresión en España." en Bassets, L. (ed.): De las ondas rojas a las radios libres. Barcelona, G. Gili, 1980.
- PRADO, E.: Las radios libres. Barcelona, ATE, 1983.

TEMES II i III

- AA.VV.: "Los satélites". Revista Telos, nº 2, Madrid, 1985.
- AA.VV.: Un mundo sin distancias. Col. Aula Abierta, nº 42, Barcelona, Salvat, 1981.
- ASBERG, E.: ¿La radio?... pero si es tan fácil!. Barcelona, Marcombo, 1981.
- BURRIEL, J.M.: El reto de las ondas. Col. Aula Abierta, Barcelona, Salvat, 1981.
- DESCHEPER i DARTEVELLE: El magnetofón y sus aplicaciones. Barcelona, Marcombo, 1970.
- GIACOMANTONIO, M.: La enseñanza audiovisual. Barcelona, G. Gili, 1979.
- KING, G.J.: La radio. Madrid, Alhambra, 1981.
- REDFERN, B.: Radio. Emisoras locales. Barcelona, Hispano Europea, 1984.

TEMES IV i V

- BALSEBRE, A.: El lenguaje radiofónico. Tesis de Licenciatura, Bellaterra, Facultad CC.I., U.A.B., 1981.
- BELTRAN, R.: La ambientación musical. Madrid, IORTV, 1984.
- CEBRIAN, M.: La mediación técnica de la información radiofónica. Barcelona, Mitre, 1983.
- MARTIN SERRANO, M.: El uso de la comunicación social por los españoles. Madrid, C.I.S., 1982.
- MORAGAS, M.: Semiótica y comunicación de masas. (3ª part). Barcelona, Península, 1976.

TEMA VI

- FERNANDEZ DE LA TORRIENTE, G.: Comunicación social. Como hablar correctamente en público. Madrid, Playor, 1978.

- FURET, Y.: Saber hablar en cualquier circunstancia. Madrid, Mensajero, 1977
NOVO/STUDIO: Curso de técnicas de expresión. Barcelona, Bibliograf, 1973.
RODRIGUEZ BRAVO, A.: La voz en la radio. (Manipulaciones y técnicas de expresión). Tesis de Licenciatura, Bellaterra, Facultad CC.I., U.A.B., 1984.

TEMA VII

- BALSEBRE, A.: Op. cit.
CEBRIAN, M.: Op. cit.
PRADO, E.: Estructura de la información radiofónica. Barcelona, ATE, 1981.

TEMES VIII, IX i X

- DIAZ MANCISIDOR, A.: La empresa de radio en USA. Pamplona, Eunsa, 1984.
FAUS, A.: La radio. Introducción a un medio desconocido. Madrid, Guadiana, 1974.
KAPLUN, M.: Producción de programas de radio. Quito. CIESPAL, 1978.
MARTI, J.M.: Op. cit. (especialment Cap. V).

TEMA XI

- Informes del Estudio General de Medios, S.A.
Información de Publicidad y Marketing: "El mundo de la radio", nº 236, Madrid, 1983.

C) ORIENTACIO I AVALUACIÓ DEL CURS

Aquest programa contempla les dues vessants de l'assignatura: la teoria i la pràctica. El mètode de treball seguirà per aquesta línia; per una banda, la realització de treballs puntuals sobre distints aspectes del temari; per l'altre, l'execució de pràctiques per dominar els recursos expressius i posar-los al servei de la redacció i els gèneres radiofònics.

Els alumnes que assisteixen regularment a classe i ralitzen els treballs teòrico-pràctics poden acollir-se al mètode d'avaluació amb examen final.

A) TEMARI

TEMA I: CONCEPTES BASICS DEL MARKETING DE LA COMUNICACIÓ

La comunicació vinculada al màrketng-Punts bàsics del MKC-Les transferències comunicatives.

TEMA II: EL RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓ: FENÒMENS DE GRUP

Delimitació del grup social.-Identificació del grup.

TEMA III: EL RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓ: VARIABLES INDIVIDUALS

La psicologia comercial.-Les motivacions i el desig. Concepte. Les llistes de motius. Paper del afectes. Motivació i actitud.-Les actituds. Definició. Components. Formació d'actituds. El canvi d'actituds.-La percepció.-L'aprenentatge.

TEMA IV: EL PROCES DE DECISIÓ DEL CONSUMIDOR

Concepte i característiques. Models de decisió.

TEMA V: EL PROCES D'INVESTIGACIÓ

Les informacions i com obtenir-les. Factors d'invalidació del procés. Mètodes generals d'investigació.

TEMA VI: STAR-SYSTEM I MARKETING

Concepte de star-system. Aplicacions comercials: la venda de líders. El líder polític. Els altres líders.

B) BIBLIOGRAFIA

- LINDON, Denis: El màrketng polític y social. Ed. Tecniban.
JOANNIS, H: Del estudio de la motivación a la creación publicitaria y la promoción de ventas. Ed. Paranifo.
ALBOU, Paul: Psychologie de la vente et la publicité. Ed. Presses Universitaires de France.
DICHTER, Ernst: Las motivaciones del consumidor. Ed. Sudamericana.
LAGNEAU, Gerard: La sociologie de la publicité. Ed. Presses Universitaires de France.