

# TEORIA I TÈCNICA DEL LENGUATGE RADIOFÒNIC

## Fitxa de l'assignatura

### Identificació

1. Nom de l'assignatura	Teoria i Tècnica del Llenguatge Radiofònic		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria x</i>	<i>Optativa</i>
4. Crèdits (ECTS)	4		

### Descripció

---

#### Finalitats / propòsits de la formació :

a. Introducció a la teoria del llenguatge radiofònic. Formació teòrico-pràctica en l'ús dels diferents elements que configuren el llenguatge radiofònic, així com en les principals tècniques de producció i realització radiofòniques publicitàries.

---

#### 1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

##### Tema 1: El llenguatge radiofònic

Aspectes conceptuals del llenguatge radiofònic

Definició

Dimensions semàntica i estètica

Principals formats publicitaris radiofònics

Usos del llenguatge radiofònic a la publicitat

##### Tema 2: El llenguatge verbal

Característiques estructurals

Característiques expressives

Ritme

##### Tema 3: El llenguatge musical

Característiques expressives

Funcions del llenguatge musical a la ràdio

Hàbits d'utilització de la música a la publicitat radiofònica

##### Tema 4: Els efectes sonors

Definició i característiques

Denotació / connotació

Font sonora i objecte sonor

Funcions dels efectes sonors a la ràdio

##### Tema 5: El silenci

Definició i característiques

Funcions del silenci radiofònic

##### Tema 6. El guió radiofònic

Definició

Tipologia del guió: literari i tècnic

Estils de guions: americà i europeu

Tipus de guió/tipus de programa  
Tema 7: El muntatge radiofònic  
Definició  
Simultaneïtat i juxtaposició dels sistemes sonors  
Tècniques de realització

Tema 8: Planificació sonora  
Concepte de pla radiofònic  
Plans sonors

Tema 9: El muntatge música-verbal  
Interrelació paraula - música  
La sincronia paraula - música: el raccord  
El recurs de la quadratura

Tema 10: La construcció de l'espai sonor radiofònic  
El concepte d'espai sonor  
La direcció  
El moviment

Tema 11: El temps radiofònic  
El concepte de temps radiofònic  
Producció del temps radiofònic  
La seqüència sonora  
Continuïtat temporal  
Paralelisme

Tema 12: Les imatges auditives  
Definició  
Universos conceptuals del llenguatge radiofònic  
Creació d'imatges auditives

## 2. Bibliografia comentada:

### **Bibliografia bàsica:**

**Els llibres i articles que s'exposen a continuació són fonamentals pel bon seguiment de la matèria. D'entre aquesta selecció, cal destacar el text de Balsebre (1994), en tant que obra de referència internacional sobre el llenguatge radiofònic, i el de Gutiérrez i Perona (2002), que pot ser considerat com un dels principals manuals destinats específicament a aquesta assignatura, i el de Balsebre, Ricarte, Perona, Roca, Barbeito i Fajula (2006), pel seu grau d'especialització en l'àrea de la publicitat radiofònica.**

BALSEBRE TORROJA, Armand: El lenguaje radiofónico. Ed. Cátedra, Madrid, 1994.  
BALSEBRE, A.; RICARTE, J.M.; PERONA, J.J.; ROCA, D.; BARBEITO, M.L. y FAJULA, A.: Los mitos de la publicidad radiofónica. Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española. Ed. Cátedra, Madrid, 2006.  
BARBEITO, M.L. y VÁZQUEZ, M.: "La radio, un medio publicitario infravalorado". En La publicidad en la radio. VI Jornadas de Comunicación Social. Edt. Diputación de Pontevedra. 2000.  
BETÉS RODRÍGUEZ, K.: El sonido de la persuasión: relatos publicitarios en la radio. Edt. Fundación Univesitaria San Pablo-CEU. Valencia. 2002.  
GUTIÉRREZ GARCÍA, M.; PERONA PÁEZ, J.J.: Teoría y técnica del lenguaje radiofónico. Ed. Bosch, Barcelona, 2002.  
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.

#### **Bibliografia complementària:**

**A continuació s'exposa una relació de textos complementaris, destinats bàsicament a aquells estudiants que, interessats per la matèria, volen aprofundir en temes específics. D'altra banda, també hi apareixen llibres els continguts dels quals convé tenir-lo en compte en tant que aquesta assignatura guarda una estreta relació amb la matèria de primer curs Redacció i locució en mitjans audiovisuals**

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.

HUERTAS BAILÉN, A; PERONA PÁEZ, J.J: Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Ed. Bosch, Barcelona, 1999.

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.

RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.

TERRÓN, J.L: El silencio en la radio. Tesis doctoral, UAB, 1990.

### 3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

La metodologia que se segueix en aquesta assignatura pretén aprofundir en la interrelació teoria i pràctica, és a dir, en l'aprenentatge dels conceptes teòrics i la seva aplicació en la producció i realització radiofònica publicitària. També l'anàlisi i l'escolta de la publicitat radiofònica esdevé un element important en el desenvolupament d'aquesta matèria.

A llarg del curs, es presentaran i discutiran els diferents continguts teòrics del temari, fonamentals per a l'elaboració dels exercicis pràctics i els portafolis corresponents.

Pel que fa a les pràctiques, els estudiants hauran de preparar productes publicitaris en els que incorporaran de forma progressiva els diversos elements que configuren el llenguatge radiofònic. Les pràctiques seran en grup.

#### 4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	Ser capaç de persuadir. Redactar i locutar adequadament
<i>Artístic i de la Creativitat</i>	Aplicar el pensament creatiu com a font de millora de l'entorn mitjançant les representacions sonores; Desenvolupar idees i conceptes en formes sonores; desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa; generar gran quantitat d'idees per a resoldre problemes de comunicació persuasiva.
<i>Tecnològic</i>	Utilitzar el programari informàtic relacionat amb la creativitat sonora (Dalet)
<i>Interpersonals</i>	Dirigir i coordinar un treball; tenir la habilitat de negociació; gestionar de forma adequada el temps; Reconèixer i respectar el punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip i integrar-los en benefici dels resultats del projecte; ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn.
<i>Valors estètics</i>	Mostrar sensibilitat per tots tipus de manifestació (verbal i no verbal) com a acció encaminada a tenir cura de la forma dels missatges, procurant que generi un sentiment de bellesa; desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària.
<i>Desenvolupament de l'auto aprenentatge</i>	Ser capaç d'aprendre a aprendre; Gestionar el temps disponible mitjançant la planificació funcional i realista de la pròpia activitat segons els objectius assolibles i que representin un cert grau de repte personal; desenvolupar les habilitats de treball, d'estudi, d'investigació, tant personal com en equip; ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps; adaptar-se a noves situacions; tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

#### Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
1.- El llenguatge radiofònic. Dimensió estètica i dimensió semàntica 2.- El llenguatge verbal 3.- El llenguatge musical 4.- Els efectes	40% de la nota final	Avaluació del coneixement dels processos semàntics, expressius, creatius i tecnològics del mitjà radiofònic en publicitat i relacions públiques. Les activitats d'avaluació seran: diagnòstic inicial, proves, exercicis i problemes de procés, autoavaluació individual i en grup, valoració dels treballs pràctics desenvolupats i portafoli corresponent.

sonors 5.- El silenci		
6.- El guió radiofònic 7.- El muntatge radiofònic 8.- Planificació sonora 9.- El muntatge music-verbal	<i>40% de la nota final</i>	Avaluació de les actituds per al disseny i la construcció del guió radiofònic com a eix principal en el procés de creació, producció i realització de productes publicitaris pensats pel mitjà ràdio Les activitats d'avaluació seran: proves, exercicis i problemes de procés, autoavaluació individual i en grup, valoració dels treballs pràctics desenvolupats i portafoli corresponent
10.- La construcció de l'espai sonor 11.- El temps radiofònic 12.- Les imatges auditives	<i>20% de la nota final</i>	Avaluació de la sensibilitat estètica i creativa per tal de construir formats radiofònics publicitàriament eficaços i de l'experimentació amb noves formes de transmissió de continguts publicitaris a la ràdio Les activitats d'avaluació seran: proves, exercicis i problemes de procés, autoavaluació individual i en grup, valoració dels treballs pràctics desenvolupats i portafoli corresponent. A més hi haurà una prova final oral.



