

Código:	20747
Asignatura:	TEORÍA Y TÉCNICA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS RADIOFÓNICOS
Tipo de asignatura:	OB
Nº de créditos:	10
Profesorado:	Rosa Oliva, Manuel Pereira, Montse Pérez, Natividad Ramajo.
Semestre:	2º

TEMA 1. EL PROGRAMA COMO UNIDAD PROGRAMÁTICA.

- Concepto de programa.
- Los programas y su relación con los géneros radiofónicos. Alcance y limitaciones de las clasificaciones clásicas de géneros radiofónicos
- Los programas informativos y los géneros informativos.
- Epistemología periodística: explicar la **“realidad”**. Acepciones y usos del término **“realidad”**.
- Correspondencias y desajustes entre **“verdad-mentira”** y **“objetivo-subjetivo”**.
- Los conceptos **“hecho”**, **“interpretación”** y **“opinión”** en el periodismo radiofónico.
- Lo periodístico-informativo en la radio: perspectiva de emisor, perspectiva de radioyente.

TEMA 2. LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA.

- Concepto de programación: la relación entre programas.
- La empresa radiofónica como promotor de la programación.
- Los autores de la programación: la estructura directiva de la emisora.
- Los creadores/ejecutores de la programación: radiofonistas o periodistas, comunicadores, animadores, técnicos, ...
- La organización de la producción en radio: Servicios Informativos y Programas. Producción interna y externa.
- Tipología básica de los programas radiofónicos: Programas (Espacios) de Servicios Informativos y Programas (Espacios) de Programas.
- Relaciones entre los actores: Empresa, Directivos, Radiofonistas.
- Tipología de programaciones radiofónicas.
- La programación sin Programas: las radiofórmulas.
- Lo individual y lo colectivo en la autoría del Programa informativo.

TEMA 3. TIPOLOGIA DE PROGRAMAS INFORMATIVOS RADIOFONICOS.

- Evolución y desarrollo de la información en la radio.
- Criterios para elaborar la tipología de programas informativos: lo real-empírico versus lo real-posible. Los contenidos temáticos como criterio clasificadorio.
- La propuesta de programas informativos radiofónicos de la asignatura.

TEMA 4. EL NOTICIARIO Y SUS RUTINAS PRODUCTIVAS.

- Un problema de vocabulario: denominaciones usuales del Noticiario.
- El Noticiario como programa de referencia.
- El “Consejo de Redacción” del Noticiario.
- La edición del noticiario. Selección, distribución y presentación.
- El editor-presentador y sus intervenciones (lo factual y lo opinativo).

TEMA 5. ESTRUCTURA Y REALIZACION DEL NOTICIARIO.

- Modelos de noticiario.
- Las diferentes ediciones diarias.
- La presentación o apertura.
- Los sumarios o titulares.
- El tema de portada.
- La distribución por bloques.
- Los géneros informativos usuales en el noticiario.
- La realización: sintonías, pauta, guión.
- El ritmo del noticiario.

TEMA 6. LA ACTUALIZACION DE LA INFORMACION DE ACTUALIDAD.

- Los Boletines Horarios como prolongación de los noticiarios.
- El flash informativo.
- Las radiofórmulas informativas.
- Conceptos de actualización, actualidad e inmediatez.

TEMA 7. OTROS PROGRAMAS INFORMATIVOS.

- Programas de contenidos específicos: deportivos, economía, culturales, cinematográficos, etc.
- Las retransmisiones deportivas.
- Programas informativos semanales.
- Programas especiales o monográficos informativos.

TEMA 8. PROGRAMAS INFORMATIVOS DE OPINION.

- Las tertulias radiofónicas.
- Los contertulios y el moderador.
- La agenda de temas de las tertulias.
- Otros programas de polémica: cara a cara, debate, mesa redonda.
- La opinión radiofónica en otros programas informativos.

TEMA 9. PROGRAMAS INFORMATIVOS DE GENERO MIXTO.

- El magazine informativo o la información que con voluntad de entretener.
- La incidencia social de las “estrellas” en la radio española actual.
- El concepto de actualidad en el magazine.
- Lo factual y lo opinativo: géneros informativos radiofónicos más usuales en el magazine.
- El colectivo que “fabrica” el magazine: el conductor, su equipo, sus colaboradores.
- La tarea del productor en el magazine.
- El humor con/sobre los temas de actualidad: ¿existe el periodista-bromista?

TEMA 10. PANORAMA EMPRESARIAL DE LA RADIO EN ESPAÑA Y CATALUNYA.

- Principales empresas públicas y privadas.
- Las ofertas programáticas y sus audiencias.
- Las plantillas propias y los programas de productoras externas.
- Contratos laborales y contratos mercantiles.

Bibliografía básica.

1r. Congrés de la Ràdio a Catalunya, Actes del 1r. Congrés de la Ràdio a Catalunya, SCC, Barcelona, 1997.

Gil Calvo, E., Exorcistas de escándalos, en GIL CALVO, E. ET AL., *Repensar la prensa*, Ed. Debate, Madrid, 2002, págs. 7-66.

Jornadas sobre la libertad informativa, 10 años de libertad de información en la radio española 1977-1987, UAB- Dpto. CAP, Bellaterra, 1989.

Ortiz, M. A. y Volpini, F., *Diseño de programas en radio*, Paidós, Barcelona, 1995.

Pereira Garza, M., *El Servicio Principal de Noticias radiofónico "El Parte", 1983-84: un modelo innovador*, UAB-F.CC.I., Bellaterra, 1984.

Richieri, G., Producció de soroll i producció de sentit als mitjans de comunicació de massa, en ANÀLISI, 19, 1996, págs. 95-104.

Bibliografía complementaria

APIE (Asociación de Periodistas de Información Económica), *Ética en la información. Códigos de conducta y Estatutos profesionales (II)*, APIE, Madrid, 1996.

Cebrián Herreros, M., *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*, Ed. Síntesis, Madrid, 1994.

Cuní, J., *La radio que tiomfa: l'abecedari d'això que em diem:Magazín, Pòrtic*, Barcelona, 1999.

Martí Martí, J. M. y Bonet, M., *La Ràdio*, en Informe de la comunicació a Catalunya 2000, INCOM-UAB, Bellaterra, 2000.

Muñoz Torres, J. R., *El interés informativo*, Ed. Fragua, Madrid, 1996.

Por qué interesan las noticias, Ed. Herder, Barcelona, 2002.

Pereira Garza, M., *La percepción auditiva de la noticia radiofónica*, en TELOS, 28, Febrero 1991.

Reverte, J. M., *Perro come perro. Guía para leer los periódicos*, Ares y Mares, Barcelona, 2002.

Sánchez, C., *Las tertulias en la radio*, Publicaciones Univ. Pontificia, Salamanca, 1994.

Villafañe, J. et al., *Fabricar noticias: las rutinas productivas en radio y televisión*, Ed. Mitre, Barcelona, 1987.

Winocur, R., *Ciudadanos mediáticos*, GEDISA, Barcelona, 2002.

Sistema de evaluación

Opción A: (para alumnos con asistencia continuada a clase)

La nota final será la resultante de promediar la nota conseguida en el examen de los contenidos teóricos de la asignatura con la otorgada por el profesor responsable de las prácticas sobre la base de la puntuación obtenida por los alumnos en los ejercicios prácticos que se le propondrán a lo largo del curso académico.

Es condición indispensable que tanto la nota de teoría como la de prácticas sean como mínimo aprobado para realizar el promedio.

Opción B: (para quienes no usen la anterior)

En la fecha indicada en “**La guía de l’estudiant**” del curso, el alumno tendrá que realizar un examen teórico y uno práctico, con cuyos resultados se procederá como se indica en la Opción A para obtener la nota final.

La segunda convocatoria se desarrollará en la forma fijada en la Opción B.