

Fitxa de l'assignatura.

Identificació

1. Nom de l'assignatura: Teoria i tècnica del llenguatge radiofònic
2. Àrea: Comunicació Audiovisual i Publicitat
3. Titulació: Publicitat i Relacions Públiques
4. Curs: Segon
5. Tipus *Troncal* *Obligatòria X* *Optativa*
6. Crèdits (ECTS): 4

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

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
Paral·lelisme

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. També és recomana l'article sobre l'estat de la publicitat radiofònica de Perona (2007).

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*. Edt. Càtedra. 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.

PERONA, J.J.: "Formatos y estilos publicitarios en el prime-time radiofónico español: infrutilización y sequía de ideas". En Zer. Núm.,. 23. Bilbao. 2007.

PERONA, J.J. Y BARBEITO, M.L.: "El lenguaje radiofónico en la publicidad del prime-time generalista. Los anuncios en la radio de las estrellas". En Telos, núm. 77. Pp. 115-124. Madrid. 2008

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, encara que també es farà algun exercici individual.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Comunicació	Ser capaç de persuadir. Redactar i locutar adequadament
Artístic i de la Creativitat	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.
Tecnològic	Utilitzar el programari informàtic relacionat amb la creativitat sonora (Dalet)
Interpersonals	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.
Valors estètics	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.
Desenvolupament de l'auto aprenentatge	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 sonors 5.- El silenci	40%	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.
6.- El guió radiofònic 7.- El muntatge radiofònic 8.- Planificació sonora 9.- El muntatge music-verbal	40%	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	20%	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.
--	--	-------

TIPUS D'AVALUACIÓ:

Es plantegen dues formes per superar la matèria:

- **l'avaluació continuada:** l'alumne s'haurà de comprometre a la realització del programa de pràctiques i del seu dossier final. En el cas de produir-se una falta, l'estudiant passarà automàticament al sistema d'examen final, tot i que pot continuar participant en les pràctiques amb el seu grup.

La qualificació final teòrica serà el resultat de l'avaluació dels següents exercicis:

-COMENTARI CRÍTIC INDIVIDUAL DE QUALESEVOL REFERÈNCIA BIBLIOGRÀFICA, BÀSICA O COMPLEMENTÀRIA (DOS FULLS).
DATA D'ENTREGA, AL PROFESSOR PERONA, EL DILLUNS 30 DE NOVEMBRE DE 2009.

(30% de la nota, tant en positiu com en negatiu)

-DOSSIER DE LA PRÀCTICA FINAL EN GRUP

(50% de la nota)

-PARTICIPACIÓ EN EL FORO DE PUBLIRADIO

(20% de la nota)

A la qualificació final de l'assignatura també es tindrà en compte l'assistència a les sessions de teoria.

Per superar la matèria caldrà aprovar la teoria i la pràctica. Per setembre, es guardarà la nota de la part aprovada, en cas que una de les dues estigui suspesa.

- **l'examen final:** aquest comportarà la realització d'una prova teòrica i d'una prova pràctica al mes de setembre de 2010. Les característiques d'aquesta prova seran publicades en el campus virtual durant el mes de juliol de 2010.