

CURSO ACADÉMICO: 2011-2012

LICENCIATURA: Comunicación Audiovisual

CURSO: 4º

Código:	20788
Asignatura:	TEORÍA Y TÉCNICA DE LA PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN RADIOFÓNICA
Tipo de asignatura:	TR
Nº de créditos:	5
Semestre:	1º

Objetivos

Se trata de una asignatura de evaluación continua formada por dos bloques de trabajo: práctico y teórico.

La asistencia a clase es obligatoria para poder llevar adelante esta metodología de evaluación. Las personas que no puedan asegurar su asistencia pasaran directamente al examen final de febrero.

Temario

1.- COMO PREPARAR LA PRODUCCIÓN

- 1.1. Pauta o escaleta. Características
 - 1.1.1. Pauta para el director-realizador
 - 1.1.2. Pauta para el técnico de control
 - 1.1.3. Información para los oyentes
- 1.2. Los elementos de la escaleta
 - 1.2.1. Sintonía
 - 1.2.2. Careta de entrada y de salida
 - 1.2.3. Indicativo
 - 1.2.4. Entradita
 - 1.2.5. Falcas
 - 1.2.6. Cortinitas
 - 1.2.7. Golpes musicales

2.- LA PUBLICIDAD EN LA RADIO

- 2.1. Como redactar autopromos.
- 2.2. Como realizar una falca comercial.
- 2.3. Guión publicitario.
- 2.4. Papel de la palabra, la voz, la música, los efectos y los silencios.
- 2.5. Diferentes falcas publicitarias.
 - 2.5.1. Estándar
 - 2.5.2. A dos voces
 - 2.5.3. Dialogadas
 - 2.5.4. Dramatizadas

- 2.5.5. Personalizadas
- 2.5.6. Jingel

3.- LA PRODUCCIÓN DE LA ENTREVISTA RADIOFÓNICA

- 3.1. Clases de entrevista
- 3.2. Preparación antes de la entrevista
- 3.3. Discusión previa
- 3.4. Técnica de las preguntas y duración
- 3.5. Preguntas en contra. Preguntas múltiples
- 3.6. Localización de la entrevista
- 3.7. Duración de la entrevista y despedida.

4.- CARACTERÍSTICAS DEL REPORTAJE Y EL DOCUMENTAL RADIOFÓNICO

- 4.1. Elementos integrados del reportaje radiofónico
- 4.2. Información, ambiente, acción
- 4.3. Realización y montaje
- 4.4. El documental radiofónico, diferencias con el reportaje
- 4.5. La rueda radiofónica

5.- PRODUCTOR Y OPERADOR

- 5.1. Perfil del productor
 - Características humanas
- 5.2. Papel del productor
- 5.3. Lenguaje básico de la producción
- 5.4. Clases de operador

6.- COMO ORGANIZAR LA PRODUCCIÓN

- 6.1. Condicionantes y opciones
- 6.2. Presupuesto disponible
- 6.3. Naturaleza de los costes
- 6.4. Modelo de presupuesto
- 6.5. Calculo presupuestario
- 6.6. Modelo de contratos
- 6.7. Fuentes de financiación
- 6.8. Ciclos de emisión
- 6.9. El papel del equipo

7.- ORGANIZACIÓN DE UNA EMISORA

- 7.1. Como funciona una emisora de radio
- 7.2. Departamentos de una emisora
- 7.3. Trabajo de la Dirección General
- 7.4. Departamento de personal
- 7.5. Departamento de programas
- 7.6. Departamento de emisión
- 7.7. Departamento informativo
- 7.8. Departamento de producción
- 7.9. Departamento de publicidad

PRÁCTICA

Realización y producción de un programa radiofónico de 40 min. de duración. La temática y el género son libres, pero hay unos requisitos mínimos de presentación y contenido. Todos los elementos contenidos en el programa tienen que ser originales y de producción propia.

Requisitos mínimos:

- Careta de entrada y salida
- Bloque publicitario con un mínimo de 3 anuncios
- Autopromo de programa
- Ráfagas e indicativos tanto de emisora como de programa
- Dramático o reportaje de un máximo de 5 min.
- Entrevista en directo a un personaje real (puede ser un falso directo)

En la última clase, el día de la grabación del programa, se tendrá que entregar al profesor de prácticas un dossier (o memoria) del programa, en el que aparezca desde la idea original de concepción, los guiones de todos los elementos realizados, hasta los comentarios pertinentes a la producción del mismo.

TEÓRICO

Cada grupo tendrá que hacer un trabajo de una de las siguientes emisoras o cadenas que emiten a Cataluña.

Grupo 1: COPE

Grupo 2: Onda Cero

Grupo 3: Radio Nacional

Grupo 4: RadioCat

Grupo 5: Ona Catalana

Grupo 6: COM Radio

Grupo 7: SER

Grupo 8: Catalunya Radio

Grupo 9: Radio Estel

El objetivo principal del trabajo es la redacción de una memoria de la emisora que contenga todos los datos relativos a su forma de trabajar, tanto en el área de producción como de realización o publicidad.

La memoria tendrá dos áreas principales: publicidad y creatividad, y realización y producción.

De esta manera, en publicidad se analizarán los diferentes métodos de trabajo, los equipos, las personas que trabajen, las competencias, etc. En el área creativa tenemos que analizar desde la creación de un anuncio radiofónico hasta la concepción final del guión. Si se trata de una emisora que no emite ni genera publicidad, el estudio se centrará en la creación de promos, ráfagas, etc.

En el área de producción y realización, la dinámica de trabajo será similar, métodos de trabajo, rutinas productivas, métodos de realización, elaboración de guiones, competencias de los profesionales, etc.

Evaluación

La nota final es la resultante de un 60% del trabajo practico y un 40% del trabajo teórico.

BIBLIOGRAFÍA:

BÁSICA:

- **Beltrán, Rafael:** *La ambientación musical*. IORTV. Madrid, 1984
- **Keith, Michael:** *Técnicas de producción de Radio*. IORTV. Madrid, 1992
- **Martí, Josep M^a:** *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*. Ed. Pòrtic. Barcelona, 2000.
- **McLeish, R.:** *Técnicas de creación y realización radiofónica*. IORTV. Madrid, 1992
- **Ortiz, M.A. y Volpini, F.:** *Diseño de programas en radio*. Ed. Piados. Barcelona, 1995
- **Perona, J.:** *El ritmo en la expresión radiofónica*. Tesis Doctoral, UAB. Bellaterra, 1992
- **Sainz Sánchez, Miguel:** *El productor Audiovisual*. Ed. Síntesis. Madrid, 1999

COMPLEMENTARIA:

- **Balsebre, Armand:** *El lenguaje radiofónico*. Cátedra. Madrid, 1994
- **Barea, P.:** *Redacción y guiones*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco. Bilbao, 1992
- **Cebrián Herreros, M.:** *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Ed. Síntesis. Madrid, 1994
- **Cuní, J.:** *La radio que triomfa: l'abecedari d'això que em diem: Magazín*. Pòrtic. Barcelona, 1999
- **Fast, J & B.:** *Hablando entre líneas. Cómo significamos más de lo que decimos*. Ed. Kairós. Barcelona, 1981
- **Hills, G.:** *Los informativos en radiotelevisión*. IORTV. Madrid, 1983
- **Muñoz Torres, J.R.:** *El interés informativo*. Ed. Fragua. Madrid, 1996

- **Muñoz, José Javier y Gil, César:** *La radio, teoría y práctica*. IORTV. Madrid. 1986
- **Ortiz, M.A. y Marchamalo, J.:** *Técnicas de comunicación en Radio*. Ed. Piados. Barcelona, 1994.
- **Pereira Garza, M.:** *La percepción auditiva de la noticia radiofónica*. En TELOS, 28. Febrero 1991
- **Pérez H., M.A.:** *Prácticas radiofónicas. Manual del Productor*. Ed. Porrúa. México, 1996
- **Rodríguez Bravo, A.:** *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Ed. Piados. Barcelona, 1998
- **Richieri, G.:** *Producció de soroll i producció de sentit als mitjans de comunicació de massa*. En ANÀLISI, 19, 1996 págs. 95-104
- **Schulberb, Bob.:** *Publicidad radiofónica*. McGraw-Hill. Mexico, 1992
- **Terrón, J.L.:** *El silencio en la radio*. Tesis Doctoral, UAB. Bellaterra, 1990
- **Tubau, L.:** *Periodismo oral. Hablar y escribir para radio y televisión*. Ed. Piados. Barcelona, 1993
- **Artículos y ejercicios de diferentes manuales.**