



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE: TECNOLOGÍA RADIAL		
CODIGO DE LA CARRERA 109	PLAN DE LA CARRERA 10P	CODIGO ASIGNATURA 1936/06P
AÑO 2º	CUATRIMESTRE 1º	VIGENCIA 2010
CARRERA: LICENCIATURA EN PUBLICIDAD		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 595/04		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 747/03-603/06-690/09

OBJETIVOS

El objetivo de la asignatura es que los alumnos logren conocer las características generales del medio radial: su lenguaje, su estructura, su constitución histórica, sus roles sociales, potencialidades y limitaciones como espacio de comunicación.

Se pretende que los alumnos comprendan los procesos integrales de producción de contenidos radiales.

Se buscarán, asimismo, lecturas y abordajes creativos de estéticas y narrativas en los múltiples cruces entre la publicidad y el medio radial.

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Fundamentos de las técnicas de emisión radial. Las emisoras radiales: amplitud, frecuencia, área de cobertura. Hitos del proceso histórico de la radio. Lenguaje y discurso. La realización radiofónica. Géneros radiales. Estructura y normas generales de producción. Programación: tipología. Realización artística y especializada. Ley de radiodifusión

PROGRAMA ANALITICO

Unidad 1: Lenguaje radial y características generales del medio.

Constitución histórica del medio radial. Especificidades de la radio frente a otros medios de comunicación. Roles y espacios sociales de la radio. El lenguaje radial. Tipología del sonido radiofónico: música, efectos sonoros, voz y silencio. Del lenguaje radial al discurso radiofónico: sintaxis del lenguaje radial. La estética como marco de estudio del medio radial. Narrativas radiales: géneros, formatos y estilos radiofónicos.

Unidad 2: Realización de contenidos radiofónicos.

Los espacios en la radio: el adentro y el afuera. Roles y funciones en la producción radial. Estructuras de programación radial. Los momentos de la producción: de la idea a la emisión. Guión y pauta. La estructura narrativa y la edición radial.

Unidad 3: Radio y Publicidad.

Espacios de la publicidad en la programación radial. Cruce de narrativas publicitarias y narrativas radiales. Géneros y formatos de la publicidad radial: cuña, comunicado, publireportaje, PNT, auspicio, aviso, jingle. Acciones de patrocinio y mecenazgo en radio.

BIBLIOGRAFÍA

- Amado Suárez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos. "Comunicaciones públicas. El modelo de la comunicación integrada". Ed. Temas. 1999.
- Aprile, Orlando. "La publicidad puesta al día". Ed. La Crujía. 2006.
- Balsebre, Armand. "El lenguaje radiofónico". Ed. Cátedra.
- Bossetti, Oscar. "Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance". Ed. Colihue. Buenos Aires, 1994.
- Cebrián Herreros, Mariano. "La radio en la convergencia multimedia". Ed. Gedisa. 2001.
- Haye, Ricardo: - "Hacia una nueva radio". Ed. Paidós, Buenos Aires, 2002.
- "Otro siglo de radio. Noticias de un medio cautivante". Ed. La Crujía. Buenos Aires, 2003.
- Mata, María Cristina. "La radio: una relación comunicativa". Revista "Diálogos de la comunicación". Nro. 35.
- Ortiz, Miguel Angel y Volpini, Federico. "Técnicas de comunicación en radio". Ed. Paidós. Barcelona, 1995.
- Portugal, Mario y Yudchak, Héctor. "Hacer radio. Guía integral". Ed. Galerna. 2008.
- Rincón, Omar. "Narrativas mediáticas". Ed. Gedisa. 2006.

EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

- Cumplimiento del 75% de asistencia
- Evaluaciones parciales según lo establecido en la planificación de la materia, presentada en su oportunidad por la cátedra y aprobada por el Departamento.

EVALUACION FINAL: REGIMEN DE APROBACION DE MATERIA

La evaluación final consistirá en un examen oral y/o escrito, que comprenda la totalidad de los contenidos, según el programa vigente de la materia