

## **TALLER DE RADIO**

**(3 CRÉDITOS)**

**CÓDIGO CURSO:** TRA001  
**PROFESOR:** Misael Alejandro Peralta  
**CORREO:** [misaelperalta@gmail.com](mailto:misaelperalta@gmail.com)

### **PRESENTACIÓN**

En pleno siglo XXI, se confirma la importancia de la radio como medio masivo gracias a su versatilidad y alcance. Escuchar música y noticias a través de la radio es una actividad cotidiana de las diferentes sociedades. La diversidad de estaciones y de programas de radio permite pautar anuncios dirigidos a públicos cuidadosamente segmentados, lo cual ayuda a impulsar la efectividad de las campañas publicitarias.

Adicionalmente, la radio es el único medio masivo que se puede atender mientras se está realizando otra actividad: el trabajo, la tarea o los quehaceres del hogar, por ejemplo.

Por todas estas razones, la radio sigue atrayendo a un alto porcentaje de los presupuestos publicitarios si se considera su bajo costo en relación con otros medios mucho más caros como la televisión y las revistas.

En principio priman los productos audio-visuales, que son predominantes en cuanto a la proliferación. No obstante, sería interesante confrontar el mismo concepto del sonido, en este caso la voz a través de la radio para que pueda ser considerado desde todos los sentidos y no sólo como privativo del campo visual.

La relevancia de la radio en la actualidad queda de manifiesto en las siguientes formas

1. La música sigue siendo el contenido estrella, ya que a todos les gusta escucharla conscientemente o de fondo mientras realizan otras actividades.
2. Programa una transmisión frecuente de anuncios publicitarios, lo cual ayuda a captar la atención de los consumidores, pero también a que se grabe en su mente el mensaje.
3. Los costos de la publicidad radial son relativamente bajos en comparación con otros medios, ofreciendo el mejor retorno de inversión.
4. La necesidad de apelar a la imaginación de los oyentes para que recreen las escenas descritas en los anuncios ayuda a despertar emociones en ellos y favorece que los mensajes publicitarios sean recordados.

## **OBJETIVOS**

### **General**

La asignatura pretende generar las condiciones adecuadas para que los egresados del programa de Comunicación Social y Periodismo de Zion International University, diseñen, creen proyectos radiofónicos y en esta misma línea, puedan elaborar y realizar contenidos sonoros que permitan diferentes formatos y soportes, igualmente la interrelación que se deben producir en el campo de las diferentes organizaciones, generarán condiciones bajo las cuales los distintos recursos tanto humanos como técnicos requieran una planificación y un orden que indiquen la creación de obras de radio en sus diferentes perspectivas, propósitos ante los cuales nuestros egresados deben estar dispuestos y capacitados para explorar.

### **Específicos**

- Proporcionar un conocimiento exhaustivo de las técnicas, tecnologías y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases.
- Adquirir un conocimiento básico y generalista de los principales acontecimientos y mensajes que configuran el panorama actual de los medios radiofónicos, de las representaciones icónicas y acústicas y de su evolución.
- Ser capaz de expresarse con corrección, claridad y coherencia en las lenguas propias de su comunidad.
- Ser capaz de escribir con fluidez textos, o guiones en los campos de la ficción radiofónica o multimedia.
- Ser capaz de realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición y acabado diferentes productos radiofónicos.

## **METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN**

Este curso está dividido en 8 lecciones de una semana de duración cada una, con una hora de clase en la plataforma de la Universidad.

Para la correcta comprensión y apropiamiento de los conceptos teóricos, se parte de la lectura y estudio reflexivo de los materiales planteados en el desarrollo de las lecciones, los cuales están referidos dentro del plan de estudios en cada lección; estos contenidos serán comentados y complementados con las tutorías, incluyen asesoramiento personalizado, intercambio de opiniones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el aprendizaje teórico con el estudio de casos prácticos para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados, concluyendo con el desarrollo de trabajos mediante el análisis de situaciones reales, aplicando en ellas los conocimientos adquiridos en el estudio de las lecciones. A través de las acciones formativas previstas, se evaluará al estudiante valorándose su capacidad de comprender, explicar y analizar diferentes situaciones a través de la estética.

### **Tutorías**

Las dudas conceptuales que surjan tras el estudio razonado de la bibliografía asignada, el material didáctico y la investigación propia deben plantearse en los foros disponibles en el Aula Virtual o vía correo electrónico.

Se quiere destacar la importancia de los foros como principal canal de comunicación con el profesor y con los compañeros del aula, además de ser una herramienta primordial para el intercambio de conocimientos, facilitando así el aprendizaje de los conceptos asociados al curso. Se programarán tutorías para cada lección, que serán adaptadas en función de las necesidades y dudas del grupo de estudiantes de acuerdo a la programación semanal. En caso de no existir dudas amplias presentadas por el grupo de manera homogénea, se aclararán dudas individuales por medio de los foros y el correo electrónico.

El sistema de evaluación, la realización de diferentes tipos de actividades y el criterio de valoración establecido se detallan a continuación:

Examen Individual	35%
Trabajo en grupo	35%
Examen Final en línea	30%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Tabla de calificación:

95-100	A	4.0
90-94	A-	3.7
87-89	B+	3.3
84-86	B	3.0
80-83	B-	2.7
77-79	C+	2.3
74-76	C	2.0
70-73	C-	1.7
67-69	D+	1.5
64-66	D	1.3
60-63	D-	1.0
59 or <	F	0

## CONTENIDO

LECCIÓN	TEMA	ACTIVIDADES
1	<b>LA NARRATIVA SONORA</b> El formato radiofónico. La radiorevista. El guion.	Lecturas sugeridas
2	<b>MEDIOS RADIALES</b> La entrevista. Reportajes	Lecturas sugeridas
3	<b>LA PROGRAMACIÓN RADIAL</b> Programación, boletín, noticiero, magazín. Radios en FM. Proyectos radiales (radiorevista).	Lecturas sugeridas
4	<b>LA IMPROVISACIÓN</b> La conexión de ideas. La edición.	Lecturas sugeridas
5	<b>GÉNEROS RADIOFÓNICOS</b> Diálogo, monólogo, entrevista, reportaje, comentario, debate mesa redonda.	Lecturas sugeridas
6	<b>PROGRAMAS ESPECIALIZADOS</b> Musicales, culturales, deportivos, humorísticos.	Lecturas sugeridas

<b>7</b>	<b>CREATIVIDAD SONORA</b>  Sintonía, promociones, cuñas publicitarias.	Lecturas sugeridas
<b>8</b>	<b>MARKETING RADIAL</b>	Lecturas sugeridas
<b>9</b>	<b>EXAMEN FINAL</b>	

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Martín, J. A. La comunicación sonora. Biblioteca Nueva, Madrid, 2005.
- Balsebre, A. El lenguaje radiofónico. Cátedra, Madrid, 1996. • Blanco Alfonso, I. y Fernández Martínez, P. (coord.). El lenguaje radiofónico: la comunicación oral. Fragua, Madrid, 2004.
- Cebrián Herreros, M. Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones. Síntesis, Madrid, 1995.
- Cebrián Herreros, M. La información en televisión. Gedisa, Barcelona, 2004. • Hills, G. Los informativos en radiotelevisión. IORTV, Madrid, 1987.
- Huertas, A. y Perona, J.J. Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Bosch, Barcelona, 1999. • Martínez-Costa, M.P. (coord.). Información radiofónica. Ariel Comunicación, Barcelona, 2002.
- Muñoz, J.J. y Gil, C. La radio: teoría y práctica. IORTV, Madrid, 1999.
- Oliva, LL. y Sitja, X. Las noticias en radio y televisión. Omega, Madrid, 2007.
- Pérez, G. Curso básico de periodismo audiovisual. Eunsa, Pamplona, 2003.
- Prado, E. Estructura de la información radiofónica. Mitre, Barcelona, 1985.
- Rodríguez Pastoriza, F. La mirada en el cristal. La información en televisión. Fragua, Madrid, 2003.
- Roglán, M. y Equiza, P. Televisión y lenguaje. Ariel Comunicación, Barcelona, 1996.
- Sanabria, F. Información audiovisual. Bosch, Barcelona, 1994.
- Soengas, X. Informativos radiofónicos. Cátedra, Madrid, 2003.

- Villafañe, J. Bustamante, E. y Prado, E. Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión. Mitre, Barcelona, 1987.