

Nombre de la Asignatura: Radio

a) Generalidades

Número de Orden: 19	Código: RAD0	Duración del Ciclo en Semanas: 16
Pre- Requisito (s):	Ciclo Académico: IV	Duración/Hora Clase: 50 minutos
	Área: Fundamentación	Número/Hora Clase por Ciclo: 80
	U. V.: 4	Horas Teóricas/Semanales: 2 horas
		Horas Prácticas/Semanales: 3 horas

b) Descripción de la Asignatura

La asignatura desarrolla conceptos actualizados que se aplican a la práctica radial, enfatizando las funciones sociales, comunicacionales y mercadológicas; se investigan las características, lenguajes, modelos y posibilidades expresivas propias del medio radial. En Se realizará una práctica profesional en la que los alumnos elaborarán un producto radiofónico, en cualquiera formato o estilo, de acuerdo a las políticas del medio y de las características de los públicos usuarios al que se busca llegar.

c) Objetivo General de Asignatura

Conocer las características del medio RADIO en sus dimensiones y fortalezas usadas como herramientas en la comunicación y en el mercadeo, para forjar productores creativos de audio, y que con ello puedan desenvolverse como comunicadores con conocimiento del valor semántico y valor estético dentro del medio RADIO.

Objetivos Cognitivos (conocer):

- Desarrollar un conocimiento analítico de las características propias del medio radio.
- Esclarecer las funciones comunicativas, mercadológicas y sociológicas del medio.
- Entender la historia de la radio
- Comprender el lenguaje radiofónico
- Investigar la transmisión radiofónica

Objetivos Procedimentales (saber hacer):

- Analizar las propuestas gremiales de ASDER y ARPAS
- Conocer y dominar la evolución de nuevas tecnologías y su aplicación a la radio
- Explorar la Radio en Internet
- Manejar las técnicas de montaje, grabación, tratamiento y edición de audio en la producción radiofónica
- Ejercitar la redacción para la radio
- Plantear un guión radiofónico
- Practicar los principios básicos de la locución

Objetivos Actitudinales (ser):

- Explicar la visión empresarial y la gestión administrativa de las empresas de radio
- Señalar los diferentes procesos que intervienen en la producción de programas y de programación radiofónica

d) Contenidos

UNIDAD I: Aspectos preliminares y de diagnóstico de la Radio

Conceptos básicos

- a. Análisis FODA de la situación actual de la Radio
- b. ASDER y ARPAS propuestas y alcances de las asociaciones gremiales
- c. Funciones de la Radio, comunicacional, mercadológica, social, etc.

UNIDAD II: Aspectos Históricos de la Radio

- a. Reseña histórica de la Radio en el mundo
- b. Cronología de la Radio en El Salvador
- c. Personajes coyunturales en la radiodifusión
- d. Inventos que causaron y desarrollaron la radiodifusión
- e. Primeras emisiones en el mundo
- f. Usos en su origen
- g. Nuevas tecnologías. La Radio en la Internet

UNIDAD III: Aspectos Técnicos de la Radio

- a. Características del sonido
- b. La transmisión radiofónica
- c. Equipos de alta y baja frecuencia
- d. La modulación AM y FM y avances hacia la radio del siglo XXI
- e. Ámbitos radiofónicos, Estudio de Producción, Control de audio y Locutorio

UNIDAD IV: Aspectos de la Comunicación Radiofónica

- a. Características generales del medio
- b. Naturaleza de la Comunicación Radiofónica
- c. El proceso de la Comunicación y sus funciones
- d. El lenguaje radiofónico. Estética y Semántica
- e. La Voz, clasificación y usos
- f. La Música, clasificación y usos
- g. Los Efectos Sonoros
- h. El Silencio

UNIDAD V: Aspectos de la Redacción para la Radio

- a. La construcción del mensaje radiofónico. La improvisación
- b. Signos de puntuación en la locución
- c. El Guión Radiofónico. Características y Estructura
- d. Modelos narrativos más comunes, Periodístico, Dramático y Publicitario
- e. La locución de lo redactado
- f. Variables en la locución

UNIDAD VI: Aspectos de Producción Radiofónica

- a. Los Planos Radiofónicos
- b. Técnicas del Montaje radiofónico
- c. Movimiento, Dirección y Tiempo
- d. Grabación, Tratamiento y Edición de audio

UNIDAD VII: Aspectos Mercadológicos de la Radio

- a. La industria Radiofónica en El Salvador. Registro de emisora salvadoreñas
- b. Géneros, Modelos y Formatos radiofónicos
- c. Visión Empresarial y Gestión Administrativa
- d. Medición de audiencias. Concepto de Rating.
- e. Cálculo, Uso y Beneficios del Rating

e) Estrategia Metodológica

Este curso se desarrollará en un 40% a través de las cátedras participativas, y el otro 60% será eminentemente práctico; se realizarán talleres y jornadas en el laboratorio de Producción de Audio para Radio y al final del curso se comprobará el cumplimiento de los objetivos con la creación de un programa radiofónico.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
<i>El medio invisible. Radio pública, Privada, comercial y comunitaria</i>	Lewis, Peter M; Booth, Jerry	Editorial Paidós	España	1992	3
<i>Guionismo para radio, televisión y nuevos medios</i>	Hilliard, Robert L.	International Thomson	México	2000	3
<i>Manual de estilo para informadores de radio</i>	Varios autores	IORTV	España (Madrid)	1983	3
<i>Secreto a Voces: Radio, NTICs e interactividad.</i>	Girard, Bruce	Organización de las Naciones Unidas para la	FAO	2004	3

		Agricultura y la Alimentación			
<i>Estructura de la información radiofónica</i>	Prado, Emili	Editorial ATE	España (Madrid)	1992	3
<i>Estética radiofónica</i>	Arheim, Rudolph	Gustavo Gili	España (Barcelona)	1980	3
<i>Periodismo Radiofónico, la radio una revisión inconclusa</i>	Naveja, Juan María	Porrúa	México	2005	3
<i>Técnicas de Comunicación en Radio</i>	Ortiz, Miguel Ángel	Paidós	Barcelona, España	1994	3

Otros recursos:

<i>Manual Urgente para Radialistas Apasionadas y Apasionados</i>	José Ignacio López Vigil	http://www.radialistas.net/manual.php	México	2009	En la web
--	--------------------------	---	--------	------	-----------