



Ministerio de Cultura y Educación  
 Universidad Nacional de San Luis  
 Facultad de Ciencias Humanas  
 Departamento: Comunicación  
 Area: Area 7:Estrategias de Producción

(Programa del año 2019)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
PRACTICA INTEGRAL DE RADIO I	LIC.EN PRODUC. DE RADIO Y TV	012/09	2019	1° anual

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
NADALINI, MARIA ALEJANDRA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
ENGEL, MAGDALENA BEATRIZ	Responsable de Práctico	JTP Semi	20 Hs
MANRIQUE GOMEZ, JULIAN ALBERTO	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 Hs
ROMERO, MARIA BELEN	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

### III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
2 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	2 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
13/03/2019	16/11/2019	30	60

### IV - Fundamentación

La radio como medio de comunicación social posee una historia dentro del mundo radiofónico y especialmente en nuestro país, por lo que esta asignatura a modo de introducción presenta una breve reseña de cómo se fue desarrollando la radio en Argentina y los cambios que se gestaron a través de los años.

En el presente programa, por las características que un profesional como el locutor/productor debe poseer, se enfatizan tres instancias en las cuales debe capacitarse y cultivarse en una primera aproximación al medio radiofónico.

La primera de ellas se relaciona con el conocimiento de las funciones que el locutor y el productor debe desempeñar dentro del medio, y de los diferentes roles que pueden cumplir tanto el uno como el otro.

La segunda, es que el locutor logre llegar a hacer un uso correcto de su voz. La voz en la radio es uno de los aspectos más importantes porque se convierte en el principal instrumento de trabajo al transformarse en el enlace permanente con los oyentes y materializa la comunicación con la audiencia. Tal es su importancia que se trabajará buscando lograr que los alumnos adquieran determinadas cualidades en sus voces, de modo que, con la adquisición de ciertos contenidos teóricos y su posterior ejercitación puedan manejar su voz con destreza adaptándola a los distintos tipos de mensajes radiofónicos a transmitir. En relación con los productores, estos realizarán un acercamiento a la redacción para la oralidad, el manejo de la tecnología con que cuenta el aula estudio de radio, la producción artística de un programa y el manejo de la estética musical.

La tercera instancia es la preparación del alumno en la producción y locución de mensajes, textos dramatizados y conducciones de diferentes programas en los que la expresividad e interpretación juegan un papel fundamental para la

emisión del mensaje.

## V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

### OBJETIVOS GENERALES

- Capacitar al alumno en los diferentes roles a desempeñar en un medio de comunicación como la radio.
- Lograr la autonomía en la producción y emisión de los mensajes radiofónicos.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el rol del locutor/productor como comunicador social y de ambos como parte del equipo de trabajo.
- Desarrollar las habilidades necesarias que requiere el trabajo grupal para interactuar en forma correcta.
- Entrenar al alumno en la pronunciación correcta de cada palabra a través de la adquisición de una buena articulación, dicción y acentuación.
- Ejercitar la lectura expresiva e interpretativa.
- Introducir al alumno en el armado de guiones y en la producción de contenidos radiofónicos.

## VI - Contenidos

### UNIDAD I: INTRODUCCIÓN AL UNIVERSO RADIOFÓNICO

Breve reseña de la historia de la radiofonía Mundial y Argentina. El mercado nacional: Radio comercial, estatal, alternativa y comunitaria. Radios ilegales.

Conformación de una emisora radial: diferentes departamentos que conforman la estructura de una radio.

El Locutor y el productor en su inserción laboral. Funciones y roles dentro de la organización de la empresa radiofónica.

### UNIDAD II: INTRODUCCIÓN AL CAMPO PROFESIONAL DEL LOCUTOR Y PRODUCTOR

El locutor y productor en estudio: uso del micrófono y las señas radiales.

El locutor y la voz profesional: lectura en voz alta, lectura a dos voces. Lectura interpretativa y dramatizada (Específico locutores)

El lenguaje radiofónico: palabra, silencios, efectos y música.

Introducción al guión radiofónico.

**Aproximación a la redacción para la oralidad. Transposición del lenguaje escrito al lenguaje radiofónico de diferentes tipos de textos.**

### UNIDAD III: GRABACIÓN, EDICIÓN Y LOCUCIÓN DE PUBLICIDADES

Introducción al conocimiento de los elementos radiofónicos de grabación y edición. Producción artística y musicalización.

La publicidad: concepto. Características de la publicidad. Diferencia entre bienes y servicios. El mensaje publicitario según el tipo de audiencia.

Redacción de publicidades AM, FM, Tropical e Institucionales: grabación en seco, musicalización y edición final.

### UNIDAD IV: LA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA DE RADIO

¿En qué consiste un programa radiofónico? La idea de un programa y el armado de una sinopsis. Concepto de programa radiofónico. La producción de un programa radiofónico.

Producción y realización de distintos tipos de programas radiofónicos: culturales, turísticos, de interés general y universitario.

El formato de radiorevista o magazín radiofónico.

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

### UNIDAD I

En esta unidad tanto productores como locutores realizarán los mismos trabajos prácticos.

Trabajo Práctico N° 1: Lectura del material bibliográfico relacionado con la Historia de la radio. Elaboración de un cuadro en el que se establezcan los sucesos más importantes ocurridos a través de las diferentes décadas en los siguientes ítems:

Histórico/ Político – Tecnológico– Estilo radiofónico y audiencia - Personajes sobresalientes.

Trabajo Práctico N° 2: Organigrama de la radio: Los alumnos en grupo deberán la estructura de una emisora de acuerdo con los conocimientos previos que traen al aula. Posterior a su exposición ante los compañeros, la cátedra expondrá el marco conceptual pertinente.

Trabajo Práctico N° 3: Visualización de un video sobre roles de locutores y productores. Realización de un cuadro comparativo en el que se plasmen las distintas funciones que cumple el locutor y el productor en una emisora y las respectivas características que debe investir.

## UNIDAD II

Locutores y productores

Trabajo Práctico N° 4: Práctico en el estudio de radio relacionado con el uso del micrófono, postura, respiración y señas entre locutor y productor/operador de consola.

Prácticas de lectura en voz alta, individual y a dos voces en las que se corregirá postura, respiración., articulación, dicción y ritmo de lectura. El productor ensayará la ubicación de micrófonos y el desplazamiento y roles dentro del estudio de radio.

Locutores

Trabajo Práctico N° 5: Práctica intensiva de aperturas y cierres de programas, presentación del staff, datos del tiempo, avance de temas, datos musicales, separación de bloques.

Trabajo Práctico N° 6: Lectura de textos dramatizados con varios personajes.

Productores:

Trabajo Práctico N° 5: los alumnos deberán llevar el apunte sobre pautas para la oralidad y un texto de interés general de la gráfica para realizar la transposición.

Trabajo Práctico N° 6: los productores deberán armar un guión radiofónico en el que integren: apertura, staff, datos del tiempo y dos temáticas de interés general adaptadas al lenguaje para la oralidad.

## UNIDAD III

Locutores y productores

Trabajo Práctico N° 7: Los alumnos deberán seleccionar un ejemplo de: sintonía, cortina, ráfaga y golpe musical.

Uno de la función descriptivo-ambiental, uno descriptivo-ubicativa y uno descriptivo-expresiva y 3 ejemplos de efectos sonoros.

3 cortinas musicales para un programa matutino.

Trabajo Práctico N° 8: Redacción de spots, servicios comunitarios, promociones, siglas, avisos institucionales, tandas publicitarias y publicidades dramatizadas. Grabación y edición de las publicidades y artísticas redactadas.

Locutores

Trabajo práctico N° 9: Práctica intensiva de lectura de publicidades según el estilo de emisora y franja horaria.

Productores

Trabajo práctico N° 9: En estudio de radio. Práctica intensiva de grabación y edición. Producción de la artística de una emisora

## UNIDAD IV:

Locutores y Productores

Trabajo Práctico N° 10: Los alumnos deberán elegir una emisora local y 2 programas.

Parte A: Analizarán: a quien está dirigido, quiénes son los conductores, qué contenidos trata, qué tareas consideran que realiza el productor/realizador, si tiene móviles de exteriores, cómo lo presentan, cómo presentan los temas musicales, etc.

Parte B- Los alumnos expondrán el trabajo realizado y posteriormente se realizará una puesta en común en la que se reflexionará sobre los siguientes interrogantes:

¿Qué tienen en común las programaciones de la emisora?

¿Qué tienen en común los programas analizados?

¿Qué tienen en común la musicalización de dichos programas?

¿Los locutores, conductores, periodistas, etc. ¿Tiene un estilo original, creativo?

¿Qué fue lo que más les llamó la atención de la emisora escuchada?

Trabajo Práctico N° 11: Se trabajará con los distintos estilos musicales. Para ello, en grupos, deberán armar 15 minutos de programa de una emisora inventada (Radio kids, Radio tropical, Radio Hits, Radio Jazz and blues, Radio Tierra Adentro, etc.) Realizarán una apertura, comentarios sobre la música y presentación de los temas musicales, en los que pueden apelar a la historia, orígenes, mixturas, etc.

Trabajo Práctico N° 12: Construcción de un guión radiofónico de un magazine radiofónico de 20 minutos.

Cada grupo deberán realizar la búsqueda, selección y sistematización de cinco clases de contenidos (salud, turismo, cultural, ecológico, etc...).

Los distintos tipos de emisoras, horarios y audiencia serán entregados por la cátedra.

Los alumnos seleccionaran el nombre del magazine, las temáticas del programa. Incluirán 6 publicidades y dos datos musicales. El orden de los contenidos será a elección del grupo.

El guión de esta propuesta deberá ser presentada dentro de 15 días para ser evaluado por los docentes.

Las funciones y roles de los integrantes del grupo deberán ser repartidas equitativamente

Integrador Final: los alumnos en grupo de locutores y productores deberán realizar la puesta al aire del programa presentado en el T.P 12.

## VIII - Regimen de Aprobación

Esta asignatura está diseñada para ser promocionada, por lo que no se aceptan alumnos regulare ni libres.

Para cursar y aprobar la asignatura, se adopta el régimen de promoción sin examen final (art. 34 y 35, ordenanza, 13/03 C.S)

Los alumnos que aspiren a la promoción deberán: aprobar el 100% de los trabajos prácticos, 80% de asistencia a las clases teórico - prácticas, 100% de evaluaciones intermedias con una calificación mínima de 7(siete). Se podrán recuperar los 2/3 de dichas evaluaciones.

La asistencia a los trabajos prácticos es obligatoria y cada uno de ellos podrá ser recuperado una vez y será calificado como: Aprobado – Desaprobado.

El alumno deberá aprobar, además, el coloquio integrador final con un mínimo de siete puntos.

OBSERVACIONES: Justificación de inasistencias: solamente se justificarán las ausencias por enfermedad debidamente certificada; por otras causas de tipo laboral o de causa mayor que la cátedra considere justificables.

## IX - Bibliografía Básica

[1] ALVES CURO. La Radio la Mayor Pantalla del Mundo. Ed. Ciespal, 1993.

[2] AMABLE, R. Enciclopedia de Autoformación Radiofónica. Locución, año 1997, Training Centre, Radio Nederland.

[3] BALSEBRE, Armand. El Lenguaje Radiofónico.

[4] CEBRIAN, Mariano. La información Audio Visual. Ed. FORJA, Madrid 1983.

[5] FERNANDEZ, José Luis. Los Lenguajes de la Radio. Bs. As. Ed. Atuel, 1994.

[6] FERNANDEZ ASIS, Victoriano, Radio-Televisión, Información y Programas, Volúmenes I y II, Instituto Oficial de Radio y televisión de España.

[7] GALLO, R. La Radio. Ediciones Corregidor, 1991.

[8] HAYE, Ricardo, Hacia una Nueva Radio, Bs. As. Ed. Paidós, 1995.

[9] HILLS, George. Los informativos en radio y T.V. La Habana. Pablo de la Torre, 1990.

[10] LOPRETE, C. El Lenguaje Oral. Ed. Plus Ultra. Bs. As. 1984.

[11] ORTIZ, Miguel y MARCHAMALO, J. Técnicas de Comunicación en Radio. Paidós, Buenos Aires, 1994.

[12] PORTUGAL, Mario y YUDCHAK, Héctor. Producción de radio. Hablan los especialistas. Buenos Aires. Ediciones Continente. 2011.

[13] TORRES, Marco Polo. Locución Radiofónica. Manuales Didácticos. CIESPAL. ED. Quipus. Quito. 1991

## X - Bibliografía Complementaria

[1] HAYE, Ricardo, Noticias de un medio cautivante. Otro siglo de radio. Bs. As. La Crujía, Bs. As. Siglo XXI. Nuevas Estéticas, 2003

- [2] CEBRIÁN HERRERO, Mariano. Información Radiofónica.  
[3] Capítulo 7: “Concepción de la información radiofónica”. Pág. 169 a 192  
[4] [http://www.mediafire.com/view/ngfaqneqitppya9/Cebrian\\_Cap\\_7.pdf](http://www.mediafire.com/view/ngfaqneqitppya9/Cebrian_Cap_7.pdf)  
[5] CEBRIAN HERREROS, Mariano: “La radio goza de muy buena salud”  
[6] <http://sonegrin.blogspot.com.ar/2013/04/mariano-cebrian-herrerros-la-radio-goza.html>  
[7] MATA, María Cristina. “Saber sobre la radio”. Revista Signo y Pensamiento 33, Segundo semestre 1998  
[8] <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2852/2136>  
[9] RODERO ANTÓN, Emma. Producción Radiofónica.  
[10] Primera Parte. Concepción de la producción radiofónica. Ed. Cátedra. Madrid, 2005.

## **XI - Resumen de Objetivos**

Situar a los estudiantes frente a la problemática y características propias del medio radiofónico en su condición de práctica comunicativa.

Dotar a los alumnos de marcos teóricos que puedan ser aplicados en la práctica en el estudio de radio.

Enfatiza, desde una perspectiva global, la formación del locutor en su rol de comunicador social y del productor en el desarrollo de habilidades comunicativas necesarias para su inserción en el campo laboral.

Propiciar la integración de un “saber” la radio y un “hacer” la radio como quehaceres unificados.

## **XII - Resumen del Programa**

La historia de la radiofonía Mundial y Argentina. El mercado nacional: Radio comercial, estatal, alternativa y comunitaria. Radios ilegales.

Conformación de una emisora radial. El Locutor y el productor en su inserción laboral. Funciones y roles dentro de la organización de la empresa radiofónica.

El locutor y la voz profesional. El lenguaje radiofónico.

Introducción al guión radiofónico. Aproximación a la redacción para la oralidad.

Introducción al conocimiento de los elementos radiofónicos de grabación y edición. Producción artística y musicalización.

La publicidad: concepto. Características de la publicidad. Diferencia entre bienes y servicios. El mensaje publicitario según el tipo de audiencia.

Redacción de publicidades

Concepto de programa radiofónico. La producción de un programa radiofónico.

El formato de radiorevista o magazín radiofónico.

## **XIII - Imprevistos**

El docente Francisco Vidal Sierra participa como docente colaborador de la asignatura desde el mes de marzo y hasta el mes de Mayo.

## **XIV - Otros**