



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**Datos de Identificación del Programa**

<b>Denominación:</b>	Gerencia de Medios: Producción de Radio y Televisión				
<b>Código:</b>	G527271	<b>U.C.:</b>	3	<b>H/S:</b>	3 Horas
<b>Área:</b>	Maestría en Comunicación Social				
<b>Prelación:</b>					
<b>Tipología:</b>	Profesional (Seminarios/ Electivas)	<b>Nivel:</b>	Cuarto	<b>Tipo de Curso:</b>	Electivo / Curso de Ampliación
<b>Autor (es):</b>	William Bracamonte / Jesús Berenguer				

---

Aprobación

---

Sello

<p><b>Fundamentación:</b></p>	<p>En el terreno de la comunicación radiofónica, la producción está estrechamente ligada al concepto de programa, lo cual determina todo el engranaje y el producto final de cualquier espacio radiodifusor, por breve que este sea. En función de la calidad del producto que se aspira emitir, el proceso de producción requiere la mayor especialización posible, bien sea para producir un informativo de 60 minutos como para una cuña publicitaria de 20 segundos. Asimismo, este curso incluye preparación en producción de una "revista" diaria, cuya necesaria estructura de patrón evite la rigidez y promueva diversidad en la selección de música, efectos de sonido, voces y confección de un guión exhaustivo.</p> <p>El propósito de este curso es formar profesionales para que las emisoras de radio cuenten con espacios de calidad, con el respaldo de un cuerpo de producción, a cargo de concertar entrevistas, buscar documentación de apoyo a reportajes, preparar temas musicales, seleccionar efectos sonoros, entre otros recursos.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p>	<p><b><u>Objetivo General:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar conocimientos relacionados con la producción para diseñar diferentes tipos de producciones y conocer los principios de la redacción de guiones así como la correcta utilización de la palabra en la radio.</li> </ul> <p><b><u>Objetivos Específicos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los elementos prácticos de redacción de textos para la radio y su relación con el contexto, la característica del medio y el tipo de mensaje que operativamente se quiere difundir.</li> <li>• Suministrar los fundamentos teóricos del proceso de construcción del guión. Su importancia básica y primordial como exposición inicial de las ideas y de todo discurso radiofónico.</li> <li>• Iniciar al alumno en su tarea de creador de producciones para la radio y sus formatos con su estructura y géneros.</li> <li>• Profundizar en el lenguaje radiofónico como base de la imagen sonora hasta lograr un proyecto de programa por género seleccionado.</li> </ul>
<p><b>Contenidos:</b></p>	<p><b><u>Tema 1: Introducción a la Radiodifusión.</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Importancia de la radio como medio de comunicación.</li> <li>2. Historia de la radiodifusión.</li> </ol> <p><b><u>Tema 2: Fundamentos de la Producción Radiofónica</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La naturaleza del sonido.</li> <li>2. El fenómeno físico de la radiodifusión.</li> <li>3. Modulación</li> <li>4. AM y FM.</li> </ol> <p><b><u>Tema 3: El Equipo de Producción.</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Materiales de producción.</li> <li>2. El estudio radiofónico.</li> <li>3. Formatos analógicos y digitales</li> <li>4. Micrófonos.</li> </ol> <p><b><u>Tema 4: Elementos del Lenguaje Radiofónico</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manejo de la voz</li> <li>2. La palabra en radio.</li> <li>3. El guión</li> </ol> <p><b><u>Tema 5: El Mercadeo</u></b></p>
<p><b>Metodologías y Estrategias:</b></p>	<p>Toda vez que el Seminario se concibe tanto como un espacio para el estudio y la reflexión sobre la investigación, como un momento de acompañamiento en el proceso de diseño del proyecto de trabajo de grado, se utilizarán diversas herramientas y estrategias de aprendizaje privilegiando las de carácter analítico</p>

	<p>y colaborativo.</p> <p>En el mismo se ejecutarán las siguientes estrategias didácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición Didáctica</li> <li>• Talleres</li> <li>• Conferencias</li> <li>• Tertulias y Conversatorios</li> </ul>
<b>Recursos:</b>	Pizarrón y Marcadores, Video Beam, Presentaciones, Diapositivas.
<b>Evaluación:</b>	<p>La evaluación es tanto formativa como sumativa, por ende es de carácter continuo y acumulativo, tanto en lo cualitativo como en lo cuantitativo; consta de diversos instrumentos y porcentajes que conforman una calificación final. Se espera que los cursantes desarrollen una propuesta teórico-práctica de un proyecto comunicacional basado en las alternativas comunicacionales y/o las tendencias del periodismo analizadas. Las formas de evaluación serán ejecutadas en base a estos dos criterios:</p> <p><b>1.- Elementos de evaluación en las presentaciones escritas:</b>  Aspectos Formales y Metodológicos 40 %  Consistencia y Argumentación, Coherencia 60 %</p> <p><b>2.- Elementos de evaluación en las presentaciones orales:</b>  Organización de ideas, esquemas y guías apoyo 40 %  Coherencia en la argumentación y discusión 60 %</p> <p>Algunas de las estrategias de evaluación serán las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación activa, documentada, reflexiva y lecturas comentadas: 20%</li> <li>- Exposición (estudio de caso): 40%</li> <li>- Proyecto comunicacional: 40%</li> </ul>
<b>Bibliografías:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De Anda y Ramos, Francisco. <i>La radio: El despertar del gigante</i>. Trillas México, 1997.</li> <li>• Cebrián Herreros, Mariano. <i>Información Radiofónica</i>. Síntesis. Madrid, España, 1995.</li> <li>• Haye, Ricardo. <i>Hacia una nueva radio</i>. Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1995.</li> <li>• Valdés, Jorge. <i>La noticia</i>. Quipus. Quito, Ecuador. 1989.</li> <li>• Cabello, Julio. <i>La Radio: Su lenguaje, géneros y formas</i>. Torre de Babel. Caracas. 1986.</li> <li>• Vidal, Javier. <i>La Era de la Radio</i>. Panapo. Caracas. 1995</li> <li>• Hasuman, Carl y otros. <i>Producción en la radio moderna</i>. Thomson Learning. Traducción Pineda Rojas, Eloy. México. 2001.</li> <li>• Cebrián Herreros, Mariano. <i>La radio en la convergencia multimedia</i>. Gedisa. Barcelona, España. 2001.</li> <li>• Gross, Lynne S y Reese, David. <i>Manual de Producción Radiofónica</i>. Alhambra Mexicana. 1997.</li> <li>• Camacho, Lidia. <i>La Imagen Radiofónica</i>. Me Graw Hi11. México, DF. 1999.</li> <li>• Linares, Marco Julio. <i>El guión, elementos, formatos y estructuras</i>. Alambra mexicana. México. 1994.</li> <li>• Londoño Libreros. <i>Marketing Radial</i>. Mc Graw Hill. Bogotá, Colombia. 2000.</li> <li>• Martínez, Evelio. <i>Documento Antecedentes de las Radiocomunicaciones</i>.</li> </ul>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Ley Orgánica de Telecomunicaciones</i>. Gaceta Oficial número 39.610 del 07 de febrero del 2011.</li><li>• <i>Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión</i>. Gaceta Oficial número 39.579 del 22 de diciembre de 2010.</li><li>• Fuenmayor, Alejandro. <i>Régimen Jurídico de las Telecomunicaciones. Instituciones Fundamentales</i>. Caracas, El Nacional. Colección Minerva. 2001.</li><li>• Almenar Otero, Carlos. <i>El Estudio de la voz</i>. Caracas, SIE, 1994.</li><li>• Bravo Francisco. <i>La Excelencia en la Comunicación</i>. México. Edit. Limusa 1988.</li><li>• Carnaige Dale. <i>Como Hablar bien en público</i>. Bogotá Círculo de Lectores. 1979.</li><li>• Cortina Alfredo. <i>Breve Historia de la Radio</i>.</li><li>• Guevara, Frank y Casterlenas, Rafael. <i>La Locución: Técnicas y Prácticas</i>. Caracas. Edit. Panapo. 1990.</li><li>• Zavarce, Carlos <i>Secretos de la Producción Radiofónica</i>. Caracas Edil. Panapo.1996.</li></ul> |
|--|--|