PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

DENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE – PRODUCCIÓN DE RADIO

Denominación del Programa de Formación Producción Medios Audiovisuales Digitales

- **Denominación del Programa de Formación**
  Producción de Medios Audiovisuales Digitales
- **Código del Programa de Formación**
  2169106
- **Nombre del Proyecto**
  Producción Audiovisual Digital
- **Fase del Proyecto**
  Ejecución
- **Actividad de Proyecto**
  Realizar la captura de audio y video según el diseño de producción y los requerimientos del producto audiovisual.
- **Competencia**
  Registrar sonidos de acuerdo con técnicas y especificaciones del proyecto audiovisual
- **Resultado de Aprendizaje Alcanzar**
  Verificar el material sonoro de acuerdo con estándares técnicos de producción
- **Duración de la Guía**
  24 Horas

2. PRESENTACIÓN

El Programa de Radio

Un programa de radio es una pieza de comunicación sonora donde se tratan temas o cuestiones más o menos preestablecidas identificadas por un título que a su vez se asocia a nombre que identifica el espacio o franja donde se emite, y que se espera tener una interacción con el oyente, Un programa de radio es un conjunto de acciones que se realizan de manera ordenada, para transmitir ideas y sensaciones a travésde este medio que tiene como objetivo informar, entretener y divertir a un público determinado. Los límites para la elaboración de los programas están sujetos a la creatividad de los locutores y productores.

Estructura de un programa de Radio

Es el nombre del espacio donde se desarrollarán las temáticas y se caracteriza por tener un nombre llamativo y muy relacionado a las temáticas que se desarrollarán en las emisiones

Tema del día o emisión

Es el contenido que se desarrollará durante la emisión el cual puede abordar temas de actualidad, noticias, temas específicos sobre el desarrollo personal, etc., el objetivo principal de la temática es captar la mayor cantidad de publico posible durante la franja horaria, lo cual atrae más anunciantes y marcas a pautar incrementando la rentabilidad y viabilidad del programa

El Segmento

El segmento es una temática que se desarrolla con base a la temática principal de la emisión por ejemplo si el programa que se transmitirá el día de hoy tratará de *"La importancia de las redes sociales en la comunicación* "cada segmento deberá contener temas asociados a la temática principal,

segmento 1 *"TikTok la herramienta que más contenido audiovisual produce diariamente"*

Ejemplo Programa de Radio

Nombre del Programa: "Las Mañanas de Juana"

Tema del día: Plantas Medicinales

Segmento 1: La albahaca y los dolores de estómago
Segmento 2: Como la manzanilla ayuda a curar las infecciones en los ojos
Segmento 3: La sábila y las quemaduras
Segmento 4: El dolor de cabeza y el agua de Menta

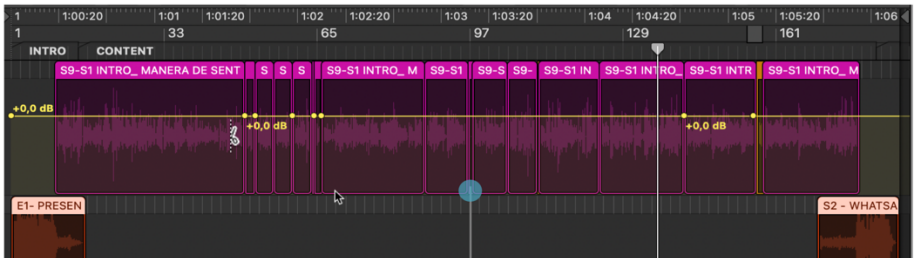
Los ID's o Identificadores

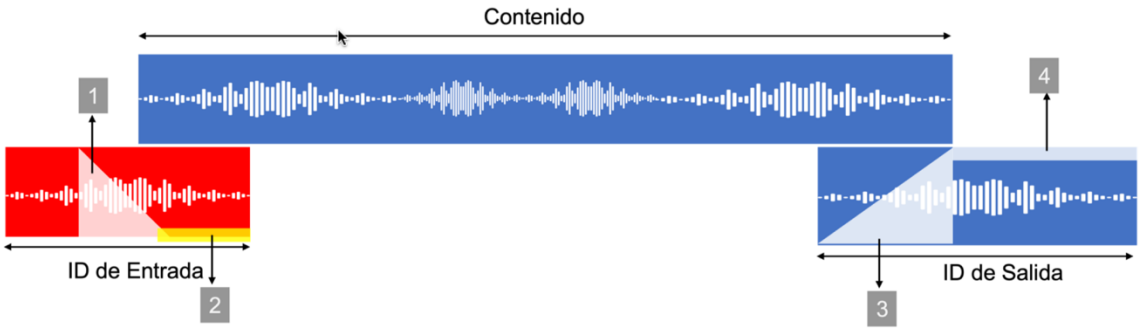
Los ID's son fragmentos compuestos de música y voz que funcionan como preámbulo a cada segmento del programa o como elemento informativo del mismo, generalmente se utilizan con el fin de informar al oyente las características del programa, quien interviene, los medios de interacción e información como redes sociales, página web, etc.

Id's de Entrada: Son el preámbulo sonoro y se ubican antes del inicio del segmento y perduran como fondo musical durante los primeros segundos de la intervención del locutor, su nivel debe ser inferior al de la voz.

Id's de Salida: Indican que el segmento está finalizando y acompañan la locución en un bajo nivel que aumenta cuando esta finaliza e invitan al oyente al contacto o comunicación con el locutor y a seguir el siguiente segmento

Estructura Grafica del Programa de Radio





1. Fade Out: Disminución de la música a un nivel audible

2. Cortinilla musical: Música que hace parte del ID de entrada y acompaña a la voz durante 10 a 15 segundos

3. Fase In: Aumento del volumen de la cortinilla musical, aumenta a su nivel máximo cuando finaliza la intervención de la vo

4. ID en alto Nivel: El ID tiene su máximo nivel para la mayor comprensión del mensaje anuncia la finalización del segmento

La Cuña Radial

La cuña radial es un producto publicitario para radio, cuyo objetivo principal es contar o destacar los principales atributos, beneficios y características de un determinado producto, marca o servicio en un tiempo reducido, usando recursos sonoros como la música, efectos, voces, etc, que fortalecen el mensaje y generan recordación en el oyente.

¿Cómo escoger la música?

El principio fundamental para escoger la música es identificar que sensaciones, emociones, sentimientos o estímulos producirá al ser escuchada por el oyente y que influencia o aporte dará al producto, la música es uno de los principales elementos sonoros que genera recordación en el oyente permitiendo una asociación directa con el producto, marca o servicio.

¿Y los efectos Sonoros?

La correcta utilización de los efectos de sonido permite, al igual que la música, crear o transmitir emociones. Mientras que la música genera un clima global con personalidad propia, los efectos de sonido; separan, puntualizan o acentúan secuencias.

Ejemplo: *si usted está de espalda, me aproximo y grito se asustará porque ese es el efecto que yo quería que sintiera*.

Los efectos de sonido ofrecen un lenguaje universal propio, si después de una palabra o una frase se quiere intrigar al escucha se ubica el efecto en ese punto exacto, si se ha de hablar de algo vanguardista se demuestra durante la escucha de esa expresión un sonido que el espectador no haya oído "nunca".

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

De manera individual cree un programa de radio con las siguientes características:

1.Grabar 4 segmentos de **1minuto 30 segundos** (EXACTAMENTE) donde en cada ellos se desarrolle un tema relacionado al nombre y el propósito del programa

2. **Crear 3 ID's de entrada** y **3 Id's de Salida**, usando* jingles iguales para cada ID de 30 segundos

**Jingle (música), esta música es posible buscarla mediante un buscador en línea como Google, Yahoo!, Bing, pixabay, etc*

3.Crear **4 cuñas publicitarias** para el intermedio de cada segmento y final del programa, promocionando un producto; servicio o marca, duración 25 segundos.

4.Realizar ***fade in*** al final del segmento para dar relevancia al ID de salida y ***fade out*** al inicio del segmento para dar paso a la voz después del ID de entrada,

Durante la grabación realice la correcta configuración en la entrada del sistema para evitar ruidos por alejamiento de la fuente o saturaciones.

Utilice la cadena lateral en Adobe Audition para aumentar y disminuir el volumen de la música en relación con la presencia de la voz.

5.La grabación de la locución debe ser lo más natural posible, evitar la lectura

6. RECUERDE QUE LOS ENTREGABLES A PRESENTAR SON:

a. Archivo de Audio en .mp3 que contenga 4 segmentos, 3 Id's y 4 cuñas publicitarias
b. Guion de cada segmento, IDs y cuñas publicitarias

IMPORTANTE

La grabación del programa puede ser apoyada por los demás compañeros de la ficha, pero cada uno deberá entregar un producto diferente, el apoyo que se prestará estará relacionado con la captura de audio y locución

- **Ambiente Requerido**
  Salón cerrado, luz modular y acceso a la red eléctrica y a internet.

- **Materiales**
  Equipo de cómputo y plataforma virtual

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: 1.Archivo de Audio en .mp3 que contenga 4 segmentos, 3 Id's y 4 cuñas publicitarias 2. Guion de cada segmento, IDs y cuñas publicitarias	1.Identifica la estructura de un programa de radio 2.Graba correctamente la voz de la locución 3.Edita correctamente la voz y utiliza procesos de automatización de volumen 4.Utiliza correctamente la música	**Lista de Chequeo de Producto**

2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Articulatoria: es una de las ramas de la fonética, que se ocupa de la producción física del habla, es decir, describe qué órganos intervienen en su producción, la posición que éstos toman y cómo esas posiciones hacen variar la trayectoria del aire en su viaje por la garganta hasta que es expulsado por la boca o la nariz, produciendo sonidos diferentes.

3. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Acevedo Ogliastri, Raul Fernando (Octubre 14 de 2020).*El Sonido en la Narrativa Audiovisual* (Wordpress). https://elsonidoenlanarrativaaudiovisual.wordpress.com/

Andrea Peñalver (Mayo 15 de 2020). Una introducción al uso del color en el cine: mucho más que estética (Web). https://www.caninomag.es

4. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Raúl Fernando Acevedo Ogliastri	Instructor	Contenidos Digitales	Junio de 2022


SENA