

## ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL

### PRONTUARIO

<b>TÍTULO:</b>	Producción avanzada para radio visual y multimedios
<b>CODIFICACIÓN:</b>	PMR 420
<b>PRERREQUISITO:</b>	PMR 405
<b>CRÉDITOS:</b>	3 créditos   3 horas semanales   1 semestre

### DESCRIPCIÓN

Teoría y práctica de las disciplinas y técnicas que componen la producción a nivel avanzado para radio visual y multimedios. Concentración en los aspectos técnicos y creativos de las nuevas tendencias de producción de materiales auditivos y la incorporación de la imagen. Teoría y práctica fundamentada en la producción de productos reales para la industria de la radio visual, podcast y otros medios. La práctica y proyectos están vinculados a los medios de comunicación de la Unidad Tele-Radial en especial, las estaciones Radio Activa Y Radiorama Universitario.

### JUSTIFICACIÓN

Teoría y práctica de las disciplinas y técnicas que componen la producción a nivel avanzado para radio visual y multimedios. Concentración en los aspectos técnicos y creativos de las nuevas tendencias de producción audiovisual para medios de comunicación y redes. Teoría y práctica fundamentada en la producción de productos reales para el medio audiovisual distribuido en diversas plataformas.

### COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- Innovación y emprendimiento
- Investigación y exploración
- Comunicación

### OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Tener las herramientas necesarias para la producción de programas grabados y en directo para radio visual y otros medios de transmisión con la calidad que demanda la industria.
2. Identificar propuestas y modelos de negocio relacionados a la producción de contenidos audiovisuales, de alta calidad, para radio visual y medios similares.
3. Diseñar y producir programación de contenido educativo, comercial y temas especializados para radio visual y otras plataformas.
4. Investigar, conocer e identificar los aspectos relevantes de las diversas audiencias de radio visual y otros medios similares.
5. Realizar la producción de programación para radio, tomando en cuenta los aspectos éticos y morales de nuestra sociedad.

## **CONTENIDO**

### **I. Modelos de la industria y emprendimiento para radio visual y medios relacionados**

#### **A. Identificación de mercado y formatos de producción**

1. La industria de la radio y su convergencia a la integración visual e interactiva
2. El podcast y otros medios de consumo “en demanda”
3. Creación y conceptualización de canales y estaciones de radio WEB
4. Distribución de contenido para multimedios

#### **B. Desarrollo de ideas y propuestas**

1. Propuesta para proyectos de radio visual, multimedios y distribución “en demanda”
2. Audiencias específicas, temas emergentes y segmentación de mercado
3. Integración de estrategias audiovisuales para la radio visual y otros medios similares

### **II. Producción y programación para radio visual y medios similares**

#### **A. Programación**

1. Estrategias de programación de formato musical
2. Estrategias de programación de programas de formato hablado
3. Producciones de investigación e informativos
4. Producciones de temas especialidad y audiencias Específicas

5. Elementos visuales y estrategias de programación
6. Podcast y consumo por demanda

#### B. Producción

1. Estrategias para lograr el efecto deseado en la audiencia
2. El trabajo del productor con los elementos de producción sonoros y visuales
3. Aplicación de narrativa auditiva y visual a los productos de producción para radio visual, podcast y multimedios

#### III. Producción técnica de radio visual y medios similares

##### A. Técnicas de producción de programas en directo

1. Organización y preproducción técnica
2. Documentos dinámicos de organización audiovisual “rundown” y el guion electrónico
3. Técnicas de operación de consolas y sistemas para producción en directo
4. Operación de sistema de “switcher” y video streaming
5. Integración de audiencia y participantes vía telefónica, video llamadas y redes sociales
6. Integración de imágenes, vídeos y gráficas a la producción en directo
7. Combinación de elementos sonoros y visuales en favor de las estrategias de producción.

##### B. Técnicas avanzadas de elementos audiovisuales

1. Captura, composición y calidad de la imagen
2. Edición avanzada de elementos sonoros y visuales, “storytelling” y persuasión de la audiencia
3. Integración de elementos gráficos estáticos y dinámicos
4. Producción avanzada de elementos sonoros y aplicación de estrategias
5. Diseño de arte, preparación de “set” y el espacio visual
6. Aplicación avanzada de técnicas de grabación, mezcla y procesamiento de la señal de audio

#### IV. Producción de proyectos para radio visual y multimedios

##### A. Producción de programas para radio visual

##### B. Producción de video Podcast y otros formatos

##### C. Producción de contenido multimedios (radio, redes y otros)

## METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Aprendizaje Basado en proyectos - ABP
- Aprendizaje colaborativo - AC
- Aprendizaje basado en desafíos o en retos - ABR o ABDe

## EVALUACIÓN

Participación 30%  
Trabajos parciales 40%  
Proyecto o Examen (Evaluación final) 30%  
**TOTAL 100%**

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alten, S. R. (2011). *Audio in media*. Wadsworth Cengage Learning.
- Anderson, K., Lucas, M., Hurbis-Cherrier, M., & Saidens, A. (2016). *Documentary voice & vision: a creative approach to non-fiction media production*. Focal Press.
- Compesi, R. J. (2019). *Video field production and editing*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Compesi, R. J., & Gomez, J. S. (2018). *Introduction to video production: studio, field, and beyond*. Routledge.
- Connelly, D. W. (2017). *Digital radio production*. Waveland Press, Inc.
- Corey, J., & Benson, D. H. (2017). *Audio production and critical listening technical ear training*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Ford, M. (2013). *Radio production*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Foust, J. C., Fink, E. J., & Gross, L. S. (2018). *Video production: disciplines and techniques*. Routledge.
- Geller, V., & Ryder, T. (2015). *Beyond powerful radio a communicator's guide to the*

*internet age ; news, talk, information & personality for broadcasting, podcasting, internet, radio.* Focal Press, Taylor & Francis Group.

Hand, R. J., & Traynor, M. (2011). *The radio drama handbook audio drama in context and practice.* Continuum.

Hausman, C., Messere, F., Benoit, P., & O'Donnell, L. B. (2018). *Modern radio and audio production programming and performance.* Cengage Learning.

Hendricks, J. A. (2020). *Radio's second century: past, present, and future perspectives.* Rutgers University Press.

Hilliard, R. L. (2015). *Writing for television, radio, and new media.* Cengage Learning.

Kobre, K. (2017). *Videojournalism: multimedia storytelling.* Focal Press.

Mayo, A. (2019). *Podcasting: how to start a podcast and create a profitable podcasting business.* Monkey Publishing.

McLeish, R., & Link, J. (2016). *Radio production.* Focal Press.

Miles, J. (2019). *Instagram power: build your brand and reach more customers with visual influence.* McGraw Hill Education.

NUZUM, E. R. I. C. (2020). *Make Noise: a creator's guide to podcasting and great audio storytelling.* WORKMAN.

Owens, J. (2017). *Video production handbook.* Routledge, Taylor Francis Group.

Roberts-Breslin, J., & Breslin, D. (2018). *Making media: foundations of sound and image production.* Routledge.

Sauls, S. J., & Stark, C. A. (2019). *Audio production worktext: concepts, techniques, and equipment.* Routledge.

Utterback, A. H. (2016). *Studio television production and directing: concepts, equipment and procedures.* Focal Press/Taylor & Francis Group.

VanCour, S. (2018). *Making radio: early radio production and the rise of modern sound culture.* Oxford University Press.

Zettl, H. (2017). *Sight sound motion: applied media aesthetics.* Cengage Learning.

## **BIBLIOTECA VIRTUAL**

La Biblioteca Virtual incluye las bases de datos electrónicas a las cuales la Biblioteca Madre María Teresa Guevara está suscrita directamente. Incluye artículos de revistas y periódicos, libros, documentos, recursos audiovisuales y otros recursos de información relacionados con los temas de los cursos.

Para utilizar la Biblioteca Virtual siga los siguientes pasos:

Para acceder desde Sagrado:

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>
- seleccione Biblioteca Virtual y aparecerá la página en la cual podrá comenzar a hacer sus búsquedas de información y acceder a las bases de datos. Puede acceder a las bases de datos por disciplina o por orden alfabético.

Para acceder desde fuera de la Universidad o utilizando computadoras personales:

- escriba la dirección <https://mi.sagrado.edu>
- escriba su nombre del usuario y la contraseña
- seleccione el ícono de Biblioteca Virtual
- aparecerá la página en donde podrá comenzar a hacer sus búsquedas de información y acceder a las bases de datos. Puede acceder a las bases de datos por disciplina o por orden alfabético

## **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Estudiantiles:

- Estudiante participante del Programa de Apoyo al Estudiante (PAE) solicitará el servicio en las oficinas del Programa.
- Estudiante que no participa del Programa de Apoyo al Estudiante (PAE) solicitará el servicio en el Centro de Bienestar Integral.

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente.

## **INTEGRIDAD ACADÉMICA**

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.