

Índice general

Presentación	11
Capítulo 1	
Así se diseñan programas radiofónicos	15
<i>Edinson Castro Pedrozo</i>	
1.1. La radio como medio de comunicación	15
1.1.1. Posibles ventajas de la radio como medio de comunicación	17
1.1.2. Posibles desventajas de la radio como medio de comunicación	19
1.2. La radio tiene su propio lenguaje	22
1.3. Códigos del lenguaje radiofónico	24
1.3.1. La palabra	25
1.3.2. La música	27
1.3.2.1. Inserciones musicales	30
1.3.3. Los efectos de sonido	33
1.3.4. El silencio	34
1.4. Datos a considerar para el diseño de programas radiofónicos	36
1.4.1. La emisora	37
1.4.2. La promoción	40
1.4.3. Los recursos	43
1.4.4. El contenido	45
1.4.5. La audiencia	46
1.4.6. El horario	50
1.4.7. El nombre	52
1.5. Diseño inicial de un programa radiofónico	53
1.5.1. Estructura de un programa radiofónico	56
1.6. Personal necesario para la producción	63
1.6.1. Guionista	63
1.6.2. Productor	64
1.6.3. Musicalizador	65
1.6.4. Efectista sonoro	66
1.6.5. Técnico	67
1.6.6. Locutor	68
1.7. Requerimientos mínimos	68
1.7.1. La pauta	69
1.7.2. El guión	71
1.7.2.1. El guión literario	72
1.7.2.2. El guión técnico	73
1.7.2.3. La escritura	75
1.7.2.4. Un solo guión para la producción	77
1.7.2.5. El guión para grandes formatos	83

1.8. Géneros periodísticos más utilizados en los programas radiofónicos ...	86
1.8.1. Entrevista	87
1.8.2. Noticia	89
1.9. Los formatos más utilizados en la radio	91
1.9.1. Revista radiofónica o radio revista	93
1.9.2. Cuñas	93
1.10. La muestra o demo tape	97
Bibliografía	106

Capítulo 2

Hablemos del noticiero radiofónico	109
<i>Héctor Escalante Ramírez</i>	
2.1. El Noticiero radiofónico	109
2.1.1. La planificación de un noticiero radial	112
2.2. La política informativa	112
2.2.1. Problemas de orden ético como consecuencia de una falta de adecuación en el Ethos del periodista comunicador.	116
2.3. Formatos periodísticos	121
2.4. El recurso humano	121
2.5. El recurso técnico	139
2.6. Formatos periodísticos e interpretativos	140
2.6.1. La noticia	140
2.6.1.1. La noticia denuncia (descarga)	149
2.6.1.2. La noticia con testimonio	152
2.6.2. La entrevista	154
2.6.2.1. Pasos para realizar la entrevista radial	156
2.6.3. El editorial	157
2.6.4. La mancheta	162
2.6.5. El comentario	166
2.6.6. El reportaje	167
2.6.7. La encuesta	170
2.7. Tipos de noticieros radiales	170
2.8. Las fuentes informativas	173
2.9. Estructura del noticiero radiofónico	174
2.9.1. Presentación del noticiero	175
2.9.2. Cuerpo o desarrollo de la información	175
2.9.3. Cierre o despedida	176
2.10. Aspectos generales del noticiero	176
2.11. Estructura de los noticieros radiales	188
2.12. Generalidades sobre el noticiero de radio: sugerencias para un noticiero de actualidad	190
2.13. Recomendaciones para el comunicador social radial	191
2.14. Otras consideraciones generales de instituciones radiofónicas y autores sobre los noticieros	193
2.15. Aspectos teóricos sobre la producción del noticiero radiofónico ..	194

2.16. Consideraciones finales	202
Bibliografía	205

Capítulo 3

El reportaje radiofónico	207
<i>Adela Boscán de Martínez</i>	
3.1. Nacimiento de un nuevo periodismo	207
3.2. Elementos del periodismo interpretativo	211
3.3. Presencia del periodismo interpretativo en la radio	212
3.4. Clasificación de los formatos del periodismo interpretativo	215
3.5. El radio reportaje: Más allá de lo sencillo en periodismo	218
3.6. Dar más después de la primera noticia	218
3.7. Definición de radio reportaje	220
3.8. El deseo de saber conduce el radio reportaje	221
3.9. Características propias del radio reportaje	223
3.10. Elementos del radio reportaje	224
3.11. Clasificación del radio reportaje	224
3.12. Estructura del radio reportaje	229
3.13. Pasos para la realización del radio reportaje	231
3.13.1. Aspectos generales	231
3.13.2. Selección del tema	232
3.13.3. Objetivos	232
3.13.4. Tipo de radio reportaje	232
3.13.5. La investigación	232
3.13.6. Visitas de campo y entrevistas	233
3.13.7. Recopilación del material	233
3.13.8. Revisión definitiva, selección de contenidos y edición	233
3.13.9. Elaboración de un esquema o plan de contenidos	234
3.13.10. Redacción y diagramado del guión	234
3.13.11. Evaluación y revisión del trabajo	236
3.13.12. Ensayo	236
3.13.13. La grabación	236
3.13.14. Elaboración de textos y grabación de la presentación y despedida del radio reportaje	237
Bibliografía	237

Capítulo 4

¿Cómo elaborar cuñas radiofónicas?	239
<i>Esther Durante Rincón</i>	
4.1. ¿Qué es la cuña radiofónica?	239
4.2. Evolución de la cuña radiofónica	242
4.3. Tipos de cuña radiofónica	244
4.3.1. Según su duración	244
4.3.2. Según su emisión	245
4.3.3. Según el modelo	247

4.3.4. Según el estilo	249
4.4. Ingredientes para elaborar una cuña radiofónica	250
4.5. Pasos para construir una cuña radiofónica	253
4.6. El costo de una cuña en radio	254
4.7. Avances legales de la publicidad radiofónica contemporánea en Venezuela	256
4.7.1. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte): Puntos claves para reinventar la publicidad radial en Venezuela	257
4.8. La publicidad radiofónica en la era multimedia	261
4.8.1. Bondades y riesgos de la publicidad radial transmitida por Internet y por los circuitos radiofónicos nacionales	263
4.9. Tendencia de la publicidad radiofónica en el siglo XXI	267
Bibliografía	271
Capítulo 5	
Legislación sobre radiodifusión en Venezuela	275
<i>Edinson Castro Pedrozo</i>	
5.1. El gobierno siempre con el oído atento	275
5.2. Las leyes de telecomunicaciones	276
5.2.1. Ley de Telecomunicaciones de 1936	276
5.2.2. Ley de Telecomunicaciones de 1940	277
5.2.3. Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) del 2000	279
5.3. Los reglamentos de radiocomunicación	283
5.3.1. Reglamento de 1984	283
5.3.2. Reglamento de Radiocomunicaciones de 1993	286
5.3.3. Reglamento de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro	288
5.4. Propuestas de leyes relacionadas con los mensajes de los medios audiovisuales	292
5.4.1. Anteproyecto de ley sobre la responsabilidad social en la prestación de los servicios de divulgación audiovisual y sonora	292
5.4.2. Proyecto de ley sobre la responsabilidad social en radio y televisión	294
5.4.3. Propuesta definitiva del proyecto de ley de responsabilidad social en radio y televisión	297
5.5. Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley RESORTE)	300
5.5.1. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, paso a paso	301
5.5.2. Las 10 preguntas más frecuentes con relación a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión	311
Bibliografía:	313