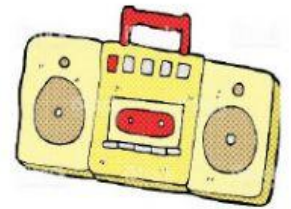




TRABAJO INDIVIDUAL SOBRE LA PUBLICIDAD EN LA RADIO PARA 8VO



1. Leer el siguiente texto.

LA RADIO Y SU HISTORIA

Hace cien años Guillermo Marconi inventó la radio. Hace cien años, el 12 de diciembre de 1901, el físico italiano Guillermo Marconi inventaba la radio, al conectar por primera vez Europa y América por medio de una señal radiotelegráfica, una fecha histórica para el desarrollo de las comunicaciones modernas. Muchos consideran a Nikola Tesla (1856-1943) el verdadero inventor de la radio, aunque fue Guglielmo Marconi (1874-1937) quien presentó la patente en 1904. Como consecuencia, en 1909, Marconi recibió el Premio Nobel de Física por su contribución a la telegrafía sin hilos.

Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada (por ejemplo, un electrón) se extiende a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético. En 1899 el italiano Guillermo Marconi consigue el enlace a través del canal de la Mancha, entre Dover (Inglaterra) y Boulougne (Francia), a una distancia de 48 km, en lo que fue la primera transmisión entre ambos países. En 1900 se inventa la radio en amplitud de modulación.

La radio es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

Características de la radio como medio de comunicación, es el emisor y receptor se comunican sin verse, ni percibirse. La radio posibilita que el receptor imagine lo que se le está transmitiendo; crea sus propias imágenes mentales.

En la radio tenemos dos partes, un transmisor y un receptor. El transmisor es capaz de traducir la señal de voz o las imágenes en el caso de una televisión y transmitirla como ondas con una frecuencia determinada que el receptor intercepta y traduce como una señal sonora o visual.

Uno de los recursos a los que tienden las empresas para publicitarse es la radio, sobre todo si se trata de negocios locales, ya que es una forma de publicidad que se suele extender en determinadas zonas geográficas. Una de las peculiaridades de la publicidad en la radio consiste en que se dedica exclusivamente a un sentido y se optimiza precisamente a este sentido: el oído. Ya que sólo se escucha, se debe hacer atractiva al oído para maximizar los resultados. Es una forma publicitaria interesante para los negocios y pymes, y sobre todo porque necesita de menos recursos para su puesta en marcha que un anuncio publicitario. Existen dos puntos importantes en la publicidad radiofónica, y deben ser los que se van a planificar en el momento de su puesta en marcha, y son el sonido y la imaginación. La publicidad debe ser atractiva de manera sonora (que no visual) y debe ser imaginativa para atraer a los potenciales clientes. Además, la voz de la persona que va a anunciar la empresa o el producto va a ser muy importante. Hay tres formas publicitarias en la radio muy conocidas: Las cuñas, espacios publicitarios y las palabras (Anuncios que emite el interlocutor).

Entre los requisitos para una publicidad efectiva, tenemos: Ser atractiva, de buena calidad, tener en cuenta el público objetivo, utilizar los medios o canales indicados, lanzada en el momento indicado, tener un mensaje claro, entre otros.

2. Contestar V O F en estas preguntas sobre el texto leído. (Valor 10 puntos)

LITERAL	PREGUNTAS	V	F
A	* Hace mil años Guillermo Marconi inventó la radio.		
B	* Al conectar por primera vez Europa y América por medio de una señal radiotelegráfica.		
C	* El 12 de diciembre de 1900, fue una fecha histórica para el desarrollo de las comunicaciones modernas.		
D	* En 1999, Marconi recibió el Premio Nobel de Física por su contribución a la telegrafía sin hilos.		
E	* Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada se extiende a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético.		
F	* En 1899 el italiano Guillermo Marconi consigue el enlace a través del canal de la Mancha, entre Dover (Inglaterra) y Boulougne (Francia), a una distancia de 48 km, en lo que fue la primera transmisión entre ambos países.		
G	* En el año 2000 se inventa la radio en amplitud de modulación.		
H	* La radio es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de computadoras.		
I	*La radio posibilita que el receptor imagine lo que se le está transmitiendo; crea sus propias imágenes mentales.		
J	*En la radio tenemos dos partes, un transmisor y un receptor.		

4. Elegir la respuesta correcta sobre la publicidad en la radio.

a) Uno de los recursos a los que tienden las empresas para publicitarse es:

*La radio.

*El fax

*El cine

b) Una de las peculiaridades de la publicidad en la radio consiste en que se dedica exclusivamente a un sentido:

*Gusto.

*Oído.

*Olfato.

c) Existen dos puntos importantes en la publicidad radiofónica, y deben ser los que se van a planificar en el momento de su puesta en marcha, y son:

* El sonido y la inteligencia.

* El sonido y la intencionalidad.

* El sonido y la imaginación.

d) Hay tres formas publicitarias en la radio muy conocidas:

* Las cuñas, espacios publicitarios y palabras (Anuncios)

* Las cuñas, locutor y palabras (Anuncios)

* Las cuñas, el producto y palabras (Anuncios)

e) El anuncio publicitario en la radio dura:

*De 10 o 20 segundos.

*De 20 o 30 segundos.

*De 40 o 50 segundos.

5. Colocar un visto en cinco requisitos para una publicidad efectiva. (5 p)

	No es recomendable resaltar las principales características y beneficios de la publicidad.
	Ser de buena calidad
	Tener en cuenta el público
	Utilizar los medios o canales indicados
	Tener un mensaje confuso.
	Ser atractiva
	Ser lanzada en el momento indicado

ELABORADO POR LIC. GLENIA CHÁVEZ