

ANALISIS DE LA PROGRAMACION MENSUAL DE UNA EMISORA A TRAVES
DE SU PROGRAMA IMPRESO

Categorías a Tener en cuenta

Culturales. Educativos. Informativos. Recreativos. Instruccio-
nales.

Definición de Términos

La Cultura es un proceso activo, son las acciones, las creacio-
nes de un pueblo, los productos que éste genera como respues-
ta a los problemas que crean sus necesidades.

Un programa radial será cultural en tanto y en cuanto tenga co-
mo objetivo satisfacer las necesidades reales de la audiencia,
contribuyendo a sostener y reforzar los conjuntos de sistemas
simbólicos que hacen al SER de esa sociedad, tales como: el ~~xi~~
lenguaje, la moral, la ética, el arte, la ciencia, la religión,
etc..

La Educación es el proceso de inculcar la cultura a los miembros
jóvenes de la sociedad o a los que no han tenido, por diversas
causas, acceso a ella; por parte de los mayores. Es el proceso
por el cual se transfieren o imponen a la generación ascendente
las ideas acumuladas, las normas, el conocimiento y las técni-
cas de la sociedad. De ordinario la educación es consciente, in-
tencional y deliberada. La esencia de la educación sería inculcar
a un individuo el acervo de la sociedad en la que vive.

Entendiendo entonces a la educación como un proceso y que desde
afuera podemos favorecer los cambios de ~~cultura~~ conducta, un
programa radial será educativo-cultural en tanto y en cuanto
el cambio que produzca sea un cambio perfectivante, procurando
el logro de los sistemas simbólicos creados por esa sociedad, y
cuando trate de dar respuesta a los problemas creados por las reales
necesidades de ese grupo.

La Instrucción haría las prescripciones necesarias para enseña-
rar y lograr que el otro, a través de un acto educativo, recree
y adopte como propio un determinado aprendizaje, asimilándolo
e incorporándolo.

Un programa es informativo cuando se limita a emitir información
sin fomentar el desarrollo de las operaciones del pensamiento
(comparaciones, observaciones, interpretaciones, formulaciones
de críticas, búsqueda de suposiciones, etc.).

Un programa es recreativo cuando su objetivo es hacer pasar un
rato de exparcimiento al oyente.

Porcentajes de la Programación de Radio Continental

<u>Entretenimiento</u>	45,32
<u>Periodísticos</u>	16,66
<u>Informativos</u>	18,62
<u>Deportivos</u>	16,66
? x <u>Publicitarios</u>	2,19
<u>Culturales</u>	0,55

consulte

FORMAS DE PRESENTACION DE UN PROGRAMA RADIOFONICO

¿cuál?

-Radioteatro.

-Periodístico. -Dramatizaciones. -Humorístico. -Reportaje.

PROBLEMAS EDUCATIVO-CULTURALES

- 1.- Difusión de obras de teatro de autores nacionales y extranjeros, pero particularmente dar lugar al autor nacional.
- 2.- Difusión de un ciclo de música folklórica y nativa unida a los mitos y leyendas de nuestra tierra. (Dramatizaciones).
- 3.- La música de Bs. As. unida a la historia de los barrios de la ciudad.
- 4.- Programas de alfabetización o de actualización de conocimientos. Diálogos, comentarios, dramatizaciones o radioteatros desencadenantes de las cuestiones o problemáticas a resolver.

PROBLEMAS INSTRUCCIONALES

- 1.- Campañas de Vacunación.
- 2.- Campañas sobre defensa civil.
- 3.- Programas sobre rotación de cultivos, tipos de pasturas, etc.
- 4.- Campañas viales.
- 5.- Primeros auxilios .

Estos programas se pueden hacer o recurriendo a la entrevista a expertos, con dramatizaciones que presenten el problema para que después de un debate salga la solución.

MAR

ANÁLISIS DE UNA HORA DE PROGRAMACION RADIALEMISORA NACIONAL~~Fixx~~Emisora: I.R.A. 1 Radio NacionalFecha: 14 de noviembre de 1977 Horario: de 8 a 9.00.-

8.00 Presentación del programa "La estación experimental del a INTA de San Pedro" del Ciclo "Informando al País".

9.00 Tema: Las actividades de la Institución en el área de influencia, sus relaciones y apoyo a la comunidad. Se resaltó la acción conjunta y las posibilidades de capacitación, como así también el hecho de que no sólo se avocan a los problemas agrícolas sino también sociales, médicos, educativos, etc.

No hubo cortes publicitarios durante la hora de escucha.

El programa, al que calificaría de bueno, cumplió con el objetivo que el título del ciclo propone "informar al país", pero creo que ese "el país" se debería circunscribir al norte de la provincia de Buenos Aires y sur de Santa Fe.

ANÁLISIS DE UNA HORA DE PROGRAMACION RADIALEMISORA PRIVADAEmisora: L.S. 4 Radio ContinentalFecha 14 de noviembre de 1977 Horario de 9.00 a 10.00

9.00 Síntesis de dos en la noticia.

Programa informativo- periodístico.

Se leen las noticias de los diarios y se hace el reportaje correspondiente al responsable de la misma.

Clima muy ágil que demuestra una muy buena conducción periodística.

Durante la hora de programación hubo 12' de tandas publicitarias o sea el 20% de la programación, distribuidos así:

Artículos de consumohogareño

sábanas. café.

yerba. relojes.

embutidos. revistas.

mallas. purificadores.

vino. telas

pan dulce. fideos.

sidra. televisores

sardinas. acondicionadores.

autos.

Información de servicio

Campaña de diabetes.

Cursos de la Esc. Nac. de Ed. Técnica.

Congreso de Hematología.

Servicio Financiero. Mercado de Liniers.

Comerciales

Hubo 11 propagandas de consignatarios de hacienda.

Banco.

Compañía de Seguros.

Otro aspecto de la programación es el microprograma de tres minutos dedicado a la información cinematográfica.

La tanda publicitaria muestra claramente dos tipos de audiencia, el ama de casa de clase media y el empresario, particularmente ganadero.

relaciones?

Consulta sobre los items propuestos.

FICHA CRÍTICA PARA EL USUARIO

1. Título del Ciclo : Informando al País
2. Título del Programa : La Estación Experimental del Inta de San Pedro
3. Frecuencia de emisión : (señale con una cruz los días de salida del Programa)

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
----	----	----	----	----	----	----

4. Horario de emisión : 8 a 8:30
5. Emisora : L. R. A. 1. Radio Nacional.
6. Fecha : 14 de Noviembre.
7. Horario de escucha - Inicia : 8 Finaliza : 8:30

8. Continuidad de la Escucha.. (señale con una cruz)

1- Del Ciclo

Escucho el ciclo:

- Sin interrupciones desde
- Frecuentemente
- De vez en cuando
- Esta es la primera vez

2- Del Programa

Escuché el programa: DESDE LA APERTURA HASTA EL CIERRE

- Sin Interrupciones
 - Con alta concentración
 - Con relativa concentración
 - Con baja concentración
- Con 1, 2, 3, 4, 5 Interrupciones (circunda la cantidad de interrup.)
- SOLO EN ALGUNOS TRAMOS

9. En que lugar escuchó el programa : Comedor
10. Con quién escuchó el programa : Sola
11. Opiniones

A su criterio emplee una para marcar donde corresponda

	MUCHO	POCO	NO
1. El tema tratado en el programa le interesa			
2. Pensó alguna vez en ese tema	Si		
3. Pensó que ese tema se podía tratar por radio	Si		
4. Le gustó como fue presentado el tema	X		
5. Debería mejorarse la forma de presentación	X	X	
6. Considera que la conducción fue adecuada	X		
7. El lenguaje que usó el conductor le resultó claro; lo comprendió bien	X		
8. Los otros participantes ayudan a comprender mejor el tema	X		
9. Los actores ayudan a comprender mejor el tema	-	-	-
10. La dramatización, dición, inflexión de los actores fueron adecuadas	X		
11. Los efectos sonoros contribuyeron a la comprensión	-	-	-
12. El programa lo sacó de sus preocupaciones cotidianas	X		
13. Le interesó el programa durante todo su desarrollo	X		
14. El ritmo del programa permite seguirlo con comodidad	X		

Este instrumento era para otra cosa.

Marque con una X en el lugar que Ud. considere	MUY ADEC.	ADECUADA	INADEC.
15. La cantidad de cortes publicitarios le pareció <i>volublo</i>			
16. La emisora por donde se transmitió el programa le pareció	X		
17. El horario de transmisión le pareció	X		
18. Existe relación entre la publicidad y la temática del programa	MUCHA	POCA	NO
19. Existe relación entre el "estilo" o "clima" del contenido del programa y el "estilo" o "clima" de la publicidad	MUCHA	POCA	NO
	SI		NO
20. Adquirió Ud. algún conocimiento	X		
21. El programa lo hizo reflexionar sobre alguna cosa	X		
22. El programa da margen para una explotación pedagógica posterior	X		
23. Contiene el programa propuestas de actividades complement.	X		
24. Como considera a las actividades complement. propuestas	MUY ADEC.	ADECUAD.	INADEC.
25. La recepción en su aparato fue	X		

26. El programa le pareció: (marque con ✓ dentro del rectángulo correspondiente)

MALO
 REGULAR
 ACEPTABLE
 BUENO
 EXCELENTE

12. Comentarios:

1. Comenten los aspectos del programa que considere positivos y negativos

El recalcar la importancia fue tuvo en la festividad y desarrollo de esta institución la data cuenta de la población zona. El desarrollo de jornadas de capacitación - El invitara a la gente a participar. Que fuera se hubiera buscado dia para su mejor desarrollo.

2. Háganos un comentario sobre el programa en relación con su utilización en actividades educativas (del Sistema formal, No Formal, Informal)

Resulta interesante la apertura popular, ya fue un solo cuenta en respecto su problemas de agricultura, sino también, sociales, psicológicos, médicos y educativos - Brinda curso de capacitación y el vez fue obtener resultados positivos en una investigación reunida los productores de la zona para hacer curso de difusión.

13. DATOS PERSONALES:

Nombre de la persona que llena la ficha: TRUJBA CECILIA ISABEL JUANA
Edad 29 Ocupación: TECNICO CONICET
Domicilio RIVADAVIA 200 GRAL RODRIGUEZ TE: ---

Esta ficha está destinada al usuario consumidor. Podrá ser útil en los casos en que un organismo productor necesite controlar la eficacia de programas destinados, por ejemplo, a la educación de ciertos sectores de la población o del público en general

FUENTE: "Evaluación de Materiales Audiovisuales para la Enseñanza". Esther Teresa de Zavaleta. EUDEBA 1971.

MODIFICACIÓN: Técnico Universitario en Tecnología Educativa Roberto BULACIO - UNLW. 1977

PROCESO DE PRODUCCION

El Proceso de Producción consta de cuatro momentos: planificación, desarrollo del material, evaluación e implementación.

Planificación

Políticas Nacionales: Estudio de las políticas nacionales en la materia.

Identificación del Problema: Se puede asimilar a la identificación de intereses y necesidades. Se explicita, por lo tanto en términos de necesidad, especificando cual es la situación actual y a dónde se desea arribar. La implementación de la solución que posteriormente se escogerá habrá de permitir que se cubra la diferencia existente.

Meta Institucional: Es el qué piensa hacer la institución para solucionar el problema. O sea cuando la institución asume el problema y fija una meta.

Niveles de Audiencia: Específicos y Complementarios. Ej.: productores de la Pcia. de Bs. As.. Complementarios: veterinarios, agentes distribuidores de granos, veterinarios.

Formulación de Alternativas de Solución y Selección de Alternativas: Este paso se realiza casi conjuntamente con el siguiente Recursos y Limitaciones.

Primero se formulan la mayor parte de las soluciones posibles y luego, teniendo en cuenta los recursos disponibles se analizan las alternativas (alcances, costos, efectividad, etc.). Efectuado el análisis se selecciona una una de ellas para su posterior implementación.

Caracterización de la Audiencia: Se tienen en cuenta para ello preguntas tales como: ¿cómo son?, ¿quiénes son?, ¿qué idioma hablan?, qué grado de

///

instrucción han alcanzado?, ¿cómo se divierten?, ¿qué programas escuchan?, etc., etc.,

Objetivos de la solución elegida; Formulación del o los objetivos generales de la alternativa elegida.

Programación Sintético Analítica ^{Pre} Se-lección de los contenidos teniendo en cuenta ~~mat~~ para ello factores como número de emisiones del programa, frecuencia, y tiempo de duración. Por ejemplo: 15 programas, dos por semana de 30' de duración.

Estructura de la Programación: de qué modo se utilizará el espacio. Por ejemplo si son tres programas semanales, dos durante los días hábiles y uno en sábado, durante el transcurso del tercero se repetirán los dos programas de la semana, para incorporar a la audiencia a las personas que traen bajan durante el horario de emisión hábil.

SEGUNDA ETAPA DESARROLLO DEL MATERIAL

Establecer Secuencia de Producción: Se hace mediante un cuadro de doble entrada donde se indica cuánto tiempo se tardará para efectuar cada tarea.

(Ver página N°3).

No sólo se hace de cada programa, sino también de todo el ciclo en general.

Recolección de Información: Búsqueda de bibliografía atinente a la temática.

Clasificar y seleccionar la información: Teniendo en cuenta la especificidad del medio escogido, el espacio disponible, el número de emisiones, el tiempo y duración del programa; se debe seleccionar la información a suministrar.

La Información no Calsificada se ficha y se guarda en el

SECUENCIA DE PRODUCCION

Ejemplo:

<u>TAREA</u>	<u>FECHA</u>
Emisión	25-11-77 Material por correspondencia.
Grabación	18-11
Ensayo General	17-11
Ensayos Parciales	16-11
Lectura y distribución de roles	15-11
Sonmontaje	14-11 y 13-11
Aprobación del Guión	11 y 12-11
Elaboración del Guión	5 a 10-11
Aprobación del Libreto	4-11
Elaboración del Libreto	1 a 3-11
Recolección del material	20 a 30-10

///
archivo.

Análisis de Tareas: Se analizan (disgregación) todas las tareas que serán necesarias para alcanzar a cumplir con el objetivo general.

Objetivos específicos: Son aquellos que corresponden a cada tarea específica y tienden en conjunto al cumplimiento del objetivo general.

Establecer Secuencia de Aprendizaje: Organizar las tareas, teniendo en cuenta alguna teoría del aprendizaje.

Redacción del Libreto : Establecida la secuencia se elabora el libreto didáctico.

Prescripciones: Son las indicaciones o sugerencias que deja el libretista al guionista.

Evaluación y Aprobación del Libreto: Elaborado el libreto didáctico, se presenta para su evaluación y posterior aprobación, luego de lo cual se envía una copia del mismo al archivo.

Establecer Formas de Presentación: Radioteatro, Periodístico, discurso, humorístico, etc..

Redacción del guión Técnico : Se elabora el guión siguiendo el orden correspondiente con un cope inicial y uno final, Está dividido con la especificación a la izquierda de quién habla y a la derecha la que dice y con las aclaraciones pertinentes para el control. Elaborado se para para su Evaluación y posterior Aprobación, en caso de no ser aprbado, el guionista deberá hacer las modificaciones pertinentes, pasándolo nuevamente a las etapas de Evaluación y Aprobación;

///

///

Multiplicar el Guión Técnico: Se hacen copias del mismo, tantas, [?] cuantas sean necesarias. *para qué?*

Control de las Multicopias: Se procede a hacer el control de las mismas para evitar que se deslice algún error.

Marcación del Guión: Se hacen algunas aclaraciones. ? X

Primera Lectura y Distribución de Roles : El director distribuye los roles y se hace la primera lectura.

Al mismo tiempo el encargado de la Musicalización busca los discos, pueden estar en el guión ya especificados los temas que se quieren o sólo colocar el el género o el tipo de audiencia, para que él los escoja. También se preparan los efectos especiales.

Preparado todo lo anterior se hacen los Ensayos Parciales que son Evaluados individualmente, y el Ensayo Final en el cual se actúa igual que cuando se va a emitir el programa o a grabar. Ese día el asistente prepara la Ficha de Control de Producción donde especifica detalladamente todos los elementos que tienen que estar en el estudio durante la grabación. Con esa Ficha de Producción prepara los elementos (Ej. guitarra, maracas, botellas con agua, etc., etc.) que deben estar ese día. Producida la Grabación se evalúa su nivel de calidad y si el resultado es satisfactorio. en la fecha correspondiente se procede a su Emisión

+° TERCERA ETAPA: EVALUACION

CUARTA ETAPA: IMPLEMENTACION

Una vez, entonces, que ha sido evaluado el programa se emite. En el caso de que se transmita también por otras emisoras (del interior por ejemplo), se hacen Multicopias de la Cinta. La Cinta, junto con la información no clasificada y el guión grabado pasarán al Archivo.

Cada ficha debe tener una clara Ficha de Identificación donde no sólo conte el nombre del ciclo, sino también el del programa (O el N°), su fecha de emisión y horario. Para evitar cualquier tipo de error, antes del copete inicial se graba en la misma

///

///

cinta la ficha identificatoria del programa.

Se procede luego a la Distribución de las cintas para hacer las Emisiones Diferidas y su posterior Evaluación.

Jash

CUESTIONARIO GUIA PARA LA VISITA A RADIO CONTINENTAL

- 1.-¿Cuándo aparece como emisora y cuántos años de contrato tiene?
- 2.-¿A qué tipo de radio pertenece Continental?
- 3.-¿Podría Ud. facilitarnos el organigrama de la emisora?
- 4.-¿Quiénes componen la asesoría literaria?
- 5.-¿El personal debe poseer algún título específico?
- 6.-¿Cuáles son las funciones que cumple dentro de la empresa?
- 7.-¿De dónde salen las ganancias de la empresa?
- 8.-¿Cada emisora pasa los minutos de publicidad que quiere (por hora), o existe una legislación especial sobre el tema?
- 9.-¿Cómo se calcula lo que sale incluir una propaganda en la programación?
- 10.-¿Se manejan teniendo en cuenta los resultados del rating?
- 11.-¿La gerencia comercial, quiénes la integran y qué funciones cumple?
- 12.-¿ La Gerencia Administrativa, quiénes la integran y qué funciones cumple?
- 13.-¿Estan todos los elementos que permiten la transmisión ubicados en éste edificio?
- 14.-¿Quiénes son las personas que componen el personal técnico, poseen títulos específicos, qué función cumplen?
- 15.-¿La Dirección Artística qué funciones cumple?
- 16.-¿Todos los programas se elaboran en la emisora o algunos se compran?
- 17.-¿Esta radio vende uno de sus espacios a cualquier tipo de programa?
- 18.-¿Quién selecciona la música que se transmite?
- 19.-¿Les regalan los discos o los tienen que comprar?
- 20.-¿Cómo clasifican los discos de su discoteca?
- 21.-¿Qué se necesita para ingresar a la emisora como locutor?
- 22.-¿Qué diferencia existe en las exigencias y el tipo de actividad de un locutor y un animador?
- 23.-¿Todo el personal es estable o tienen personal contratado?
- 24.-¿Qué duración promedio tienen los contratos?
- 25.-¿Cuáles son los programas que van en vivo y cuáles los que van grabados?
- 26.-¿Guardan los programas grabados de un año para el otro?
- 27.-¿Dónde se guardan las cintas y cómo se identifican?
- 28.-¿Qué marca de cintas usan?

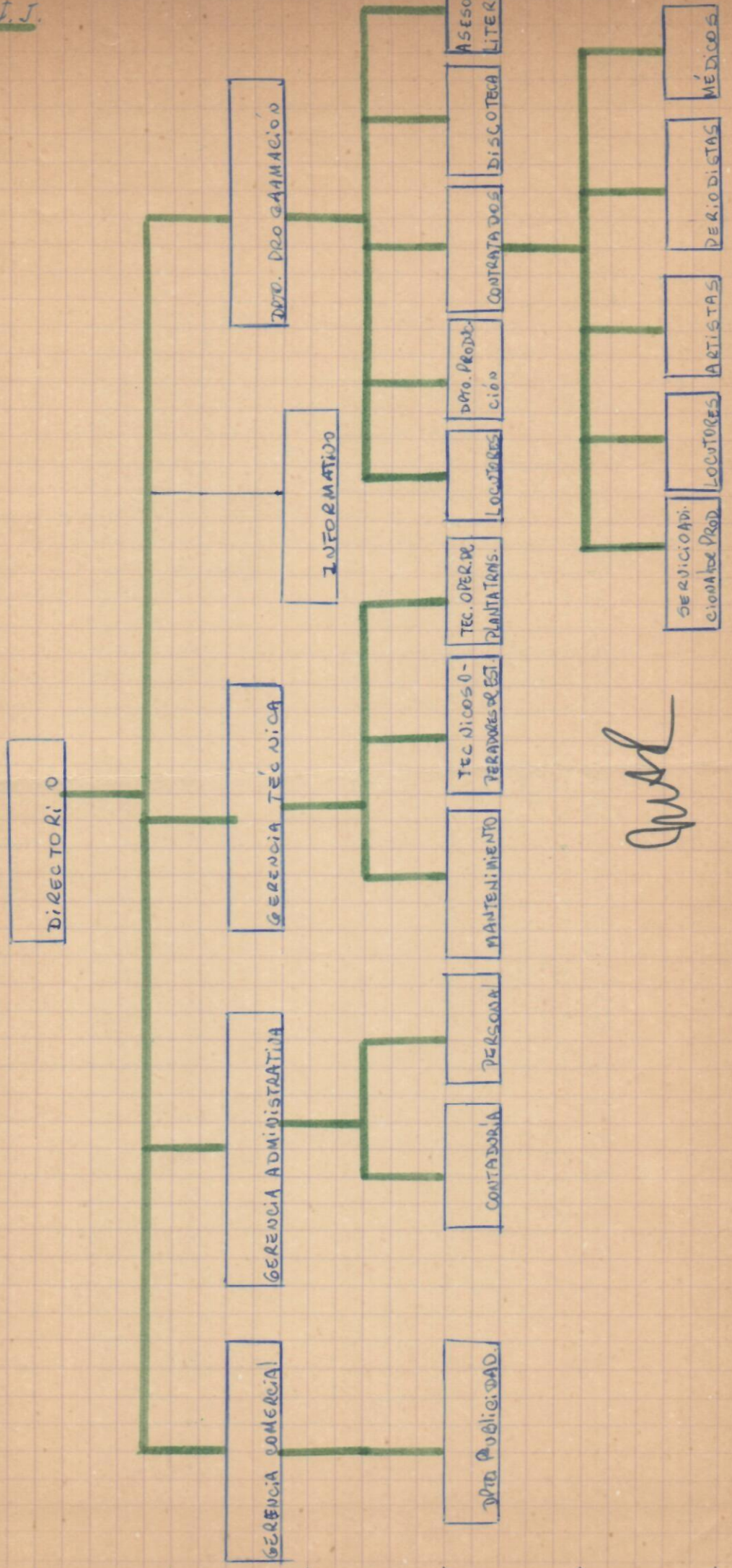
- 29.- ¿Los informativos cómo se estructuran?
- 30.- ¿Los programas periodísticos siguen un guión preestablecido?
- 31.- ¿Cuáles son las características de los estudios?
- 32.- ¿Cómo evitan el rebote acústico?
- 33.- ¿Cuál es la potencia de la radio?
- 34.- ¿Qué elementos forman la cabina de operaciones?
- 35.- ¿Quién la controla?
- 36.- ¿Podría dar las especificaciones de cada aparato?
- 37.- ¿ Los efectos de sala se continúan haciendo como antes o se utilizan los discos de efectos?
- 38.- ¿Qué aportes a la cultura nacional hace esta radio (y qué se entiende por cultura?

Insol

TRUJBA CECILIA J. J.

LEG: 704

ORGANIGRAMA DE LA EMISORA (54 RADIO CONTINENTAL)



Qual

VISITA A RADIO CONTINENTAL

L.S.4 Radio Continental es una emisora privada, cuenta con dos tipos de personal:

- a) Estable, de unas setenta personas.
- B) Contratado, dentro de éste rubro se incluyen: locutores, artistas, periodistas, médicos y el servicio adicional de producción.

La empresa no tiene pautas para la duración de los contratos, aunque generalmente son de corta duración.

No se realizan transmisiones en cadena con radios del interior, sólo se conecta con la Cadena Oficial.

ASESORIA LITERARIA

Forman su personal cuatro personas: un abogado, un estudiante de abogacía y dos estudiantes de letras.

ACTIVIDADES:

- .Análisis de contenido de:
 - . Guiones (reciben el nombre de continuidad o pauta).
 - . Grabaciones (chequeo de cintas).

.Análisis de Objetivos.

.Análisis de terminología: → En caso de problemas

↓
Comité Federal de Radiodifusión.

↓
Academia Argentina de Letras

.Corrige los textos de los libretos que le llegan.

.Cuida el "estilo" de la emisora.

COMERCIALIZACION (PUBLICIDAD)

Esta es una radio privada que vive de la tanda publicitaria. LA GERENCIA COMERCIAL, a cargo de Roberto Carballa, tiene a su cargo a los promotores publicitarios, los que venden a clientes y agencias: ideas, avisos, programas. Esta gerencia se encarga también de recibir los productos que las agencias venden.

Las ventas que se efectúan no se hacen por tiempo de duración del espacio sino por número de frases o palabras. Se saca el cálculo de cuántas palabras se pueden emitir en un determinado espacio de tiempo.

Un minuto cuesta alrededor de \$40.000.-

El precio varía de acuerdo al horario en que sale al aire.

El horario más caro es el de 6 a 14hs. Le sigue el de 14 a 18hs. después el de 18 a 24hs.. La trasnoche es el horario más barato.

La emisora sólo acepta programas y publicidades que mantengan su estilo.

La medición de mercados y tendencias la hacen las empresas privadas, no son muy tenidas en cuenta por ésta empresa. Radio Continental efectuó el control a través de la impresión de folletos sobre su programación de música clásica (primero se recogieron cuarenta ejemplares, ahora cuatro mil quinientos). Otra experiencia fue averiguar cuántos aparatos de Frecuencia Modulada se habían vendido (el resultado fue seis mil aparatos).

Legalmente sólo se pueden transmitir doce minutos de publicidad por hora. En ese lapso entran alrededor de cuarenta promociones publicitarias.

GERENCIA ADMINISTRATIVA

Dependen de ella dos departamentos: el de contaduría y el de personal.

CONTROL TECNICO: La radio se podría dividir en tres partes:

- 1.- Estudios, ubicados en Rivadavia 827.
- 2.- Transmisor de enlace, ubicado en el City Hotel.
- 3.- Planta transmisora, ubicada en González Catán.

El personal técnico(operadores de estudio y operadores de planta transmisora) dependex de la Gerencia Técnica.

DIRECCION ARTISTICA

No existe como tal, ésta función la cumple el departamento de programación, que con rango gerencial depende directamente del directorio.

Sun FUNCIONES son: . Asesoría literaria.

- . Creación y producción de programas.
- . Discoteca.
- . Locutores.
- . Contratación.

ASESORIA LITERARIA: Tema ya desarrollado.

CREACION Y PRODUCCION DE PROGRAMAS:

Radio Continental tiene dos tipos de programas:

- 1.- Los de producción propia, que son los que crea y pone en el aire.

2.- Los de las agencias, para ello la empresa vende los espacios a los productores. Estos programas salen al aire con el control de la asesoría literaria. En éstos momentos el 40% de la programación no es de producción propia.

DISCOTECA

FUNCIÓN: Creación y elaboración de pautas musicales.

Los discos estan clasificados por género, pero existen subclasificaciones (por ejemplo por autor o por intérprete). El disjockey maneja un código para la clasificación.

Los discos los regalan las compañías grabadoras. En el caso de ser importado, las empresas suelen prestar a la radio la matriz correspondiente para hacer una grabación. En el último de los casos se compra.

LOCUTORES:

Este sector tiene a su cargo a los locutores estables, su perfeccionamiento y atención administrativa.

Cuando el locutor ingresa a la empresa se lo capacita para que en su trabajo mantenga el estilo de la radio.

Trabajan ocho horas diarias, ganan alrededor de 80.000\$ mensuales y se encargan de la lectura de las tandas publicitarias, aunque pueden lograr la conducción de algún programa de la emisora.

CONTRATACION

Pertenecen al personal contratado:

- . Locutores (graban directamente en las compañías grabadoras).
- . Artistas.
- . Periodistas (salen al aire en vivo).
- . Médicos.
- . Servicios adicionales de producción.

GRABACIONES

Hay dos tipos de programas que salen al aire: los que van en vivo y los grabados.

Normalmente circulan quinientos rollos de cintas.

Las cintas grabadas se deben guardar (po Ley) 31 días, el día 32 se borran para volver a ser usadas.

Los rollos se guardan en la cintoteca y llegan la especificación del programa y fecha de emisión.

La mejor cinta es la Pyral pero ya no la usan porque resulta muy

costosa, es reemplazada por la Ampex o la Scotch ya que la Hitachi, si bien es muy buena, es muy fina y no soporta el manipuleo.

PROGRAMACION

Hay dos tipos de programas; los que salen al aire en vivo, son aquellos que por su carácter instantáneo y actual lo necesitan, como por ejemplo los informativos y los programas periodísticos. Los programas musicales y los humorísticos van grabados.

Los programas periodísticos no son estructurados rígidamente, no siguen un guión estricto sino pautas generales. El coordinador general se reúne con el equipo de periodistas antes de salir al aire para efectuar un intercambio de ideas.

ESTUDIO DE TRANSMISION

El estudio de F.M. está preparado especialmente para evitar el rebote acústico (piso alfombrado, paredes cubiertas de material aislante, puerta especial tapizada y en una de las paredes un vidrio lo separa de la cabina de operación).

En audio todos los elementos están en cadena: el micrófono, la consola, los grabadores, los platos y la acústica.

POTENCIA: 25 kW en transmisión.

5 KW en F.M.

CABINA DE OPERACION :

- . Consola Nacional, marca Tramec para F.M.
- . Dos grabadores de E.E.U.U. marca Revox. Son especiales para radio y se usan en todas. Los golpes de la botonera no se graban.
- . Bandejas gira discos: dos iguales de uso normal y una de emergencia. Pueden funcionar las 24 hs. sin recalentamiento.
- . Botón regulador de tensión: permite que las bandejas giren a la cantidad de revoluciones por minuto correctas a pesar de las caídas de tensión.
- . Receptor de aire; conectado a la línea de la calle.
- . Estabilizador de tensión.
- . Armarios.

La consola tiene dos canales contra los 16 o 24 que tienen las que se usan en los E.E.U.U. o en Europa, lo que da una idea del atraso tecnológico y explica porque nuestro país no puede competir a nivel internacional frecuentemente.

EFFECTOS DE SALA: en estos momentos los efectos se sacan de los discos grabados con efectos, ellos pueden ser o de los E.E.U.U., europeos o nacionales.

TIPOS DE RADIOS

Hay tres tipos de radios:

- . Privadas Comerciales, que dependen del Comité de Radiodifusión Argentino.
- . Estatales Comerciales.
- . Estatales:
 - .L.R.A. 1 Radio Nacional.
 - .L.S.1 Radio Municipal.

Radio Continental pertenece al primer grupo de emisoras.

RADIO CONTINENTAL Y LA CULTURA

La radio es un medio:

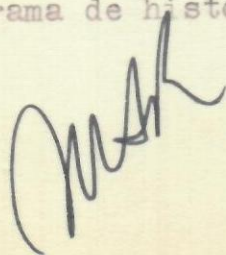
- . Instantáneo.
- . Portátil.
- . El más masivo.
- . Espontáneo.

El Pliego de Bases y Condiciones indica una serie de items que la programación de la radio debe cubrir, por ello es periódicamente evaluada. El programa y el libreto de contenido de cada programa (que llevan un código especial que los caracteriza), son analizados por el Comité de Radiodifusión, organismo encargado de aplicar las penalidades correspondientes (llamados de atención, suspensión, clausura, etc.), de acuerdo a la Ley Nacional de Telecomunicaciones.

Para la emisora difundir cultura es la manera de rescatar al oyente y se logra acercándole las cosas simples a través de una línea definida de programación.

¿Cómo se lleva esto a la práctica?

- 1.- Acercándole la INFORMACION a través de la lectura de los diarios.
- 2.- Llevándole de manera accesible los conocimientos sobre ECONOMIA ARGENTINA/
- 3.- Ubicándolo en el mundo a través de los programas periodísticos que desarrollan temas de actualidad y dándole la oportunidad de que escuche a los protagonistas, porque para la empresa informar es una forma de hacer cultura.
- 4.- Brindándole momentos de distracción a través de la música (lo que la empresa cree que es buena música) y el humor.
- 5.- Otorgando un espacio en horario central (que no tiene auspiciador) a un programa de historria con una óptica diferente, ameno, interesante.



Cecilia Trueba

Leg. 704

Universidad Nacional de Luján

VISITA AL CENTRO CRISTIANO DE COMUNICACIONES

Estudio de grabación profesional.

La cabina de control esta compuesta por una consola Solidyne Argentina. Es estereofónica y por lo tanto posee dos canales de salida. Tiene 8 canales de entrada con un mezclador que le permite entrar grabadores de cinta abierta o cassettes, discos y micrófonos.

Los cuatro primeros canales poseen un compresor cada uno, son entradas para micrófonos, grabadores (a cinta o a cassette) y radio. Los cuatro últimos son entradas fonomagnéticas (plates).

Se completa con los controles de tono que permiten, junto con el equalizador, la máxima calidad en la grabación.

La cabina cuenta con tres grabadores Telefunken a cinta y uno a cassette.; dos platos para discos y una pachera o rak que interconecta los equipos y purifica las entradas de sonido ya que capta todas las longitudes de ondas.

Con esta consola se puede hacer Play-back.

El estudio de grabación sirve para grabaciones de poco número de personas y para conjuntos musicales que tengan un máximo de cinco miembros. Esto se sabe teniendo en cuenta la relación existente entre los integrantes y las dimensiones del ambiente. A mayor número de miembros se necesita, no sólo mayor amplitud, sino también mucha mayor altura en el ambiente.

La habitación ha sido acondicionada especialmente, el piso tapizado de pared a pared; ellas especialmente recubiertas muestran paneles que absorben algunas ondas de sonido, evitando así rebotes acústicos.

Los micrófonos alemanes, son supersensibles.

El operador de estudio, posee, al igual que los demás participantes de la grabación, un guión donde figuran las especificaciones (quién habla, qué dice, cuándo debe colocar la música, y cuál será ella) a las que deberá respetar. Abre y cierra los micrófonos teniendo en cuenta quién dice el guión que habla. Coloca los discos o la grabación que se indique en la cinta original.

Cuando el locutor se equivoca, vuelve atrás la cinta, borra la parte defectuosa, vuelve atrás la cinta por segunda vez, indica al locutor desde qué palabra del guión debe continuar con la lectura y a una señal le indica el instante preciso para iniciar.

El estudio y la sala de audio estan comunicados visualmente a través de una "ventana" que permite la observación de una y otra. Esa "ventana" posee dos vidrios especiales separados entre sí' por unos 20cm. de aire que anulan la posibilidad de interferencias sonoras.

msk