

B

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LUJAN

SEDE: J. C. PAZ

LICENCIATURA EN EDUCACION PERMANENTE

ORIENTACION: EDUCACION A DISTANCIA

LINEA CURRICULAR: MEDIOS EDUCATIVOS

TEMA: LA RADIOFONIA: SUS POSIBILIDADES PARA LA EDUCACION

PROFESORA: SRTA/ SUSANA RUGGERO

ALUMNA: ADRIANA BRAGATO

- A) ANALISIS DESCRIPTIVO DE UNA HORA DE TRANSMISION
DE UNA RADIO COMERCIAL
- B) ANALISIS DESCRIPTIVO DE UNA HORA DE TRANSMISION
DE UNA RADIO CULTURAL
- C) ANALISIS CRITICO DE UNA HORA DE TRANSMISION DE
UNA RADIO COMERCIAL Y CULTURAL

A) Análisis de un programa de Radio Comercial

Título del programa: "Música para el Domingo"

Frecuencia de emisión: una vez por semana.

Horario de emisión: 12hs 30m a 14 hs.

Emisora: Radio Continental

Fecha: 20/11/77

<u>HORA</u>	<u>TRANSMISION RADIAL</u>	<u>INTERPRETACION DE CONTEN/</u>
12, 30	Característica musical del programa. Los conductores del programa : una locutora y un locutor, presentan al mismo, invitando al oyente a pasar la tarde del domingo, día del merecido descanso, escuchando buena música e informándose sobre deporte.	Ambos locutores, Marta Cantela y Horacio Bensemy, utilizan una voz suave, y hablan en forma sucesiva (primero, ella y luego él) característica que se mantiene en todo el programa.
12, 31	<u>Música:</u> "Ese hombre"- Conjunto americano.	Al minuto de haber comenzado a transmitir el disco, bajando el sonido de mismo, el o la locutora anuncian al intérprete, al finalizar, dicen su título y su autor.
12, 34	"No digas que estoy loca"- Conjunto norteamericano	
12, 37	<u>PROPAGANDA:</u> - Café "La Morenita" - Acondicionador de aire - Hotel República - Televisores Talen de Ransen - Jingler de vino tinto Jockey Club - Sanatorio Ancorena - Branca Fernet - Lavarropa Dream - Jingler del diario "La Razón" - Diario "La Razón" (locutor) Temperatura y Pronóstico -----	Los avisos son transmitidos por los conductores, alternándose, con voz suave, pero con una rapidez que sólo permite captar el nombre del producto (que es repetido).
12, 40	Un locutor anuncia información deportiva, presentada por la fórmula Opel Chevrolet, a la que comenta Otro locutor comenta el triunfo de Galindez, que ganó el título de los pesados.	Los locutores que anuncian las informaciones deportivas, son diferentes, a través de todo el programa, de acuerdo al producto que los presentan. Por ejemplo: el de la fórmula Opel Chevrolet, es el mismo que la presenta en todo el programa.
12, 41	Locutor: Fórmula Opel Chevrolet <u>PROPAGANDA:</u> - Revista Billiken - Purificador de cocina Turbo Form - Cortadora de Pasto - Jingles de Sidra Real - Televisores Ransen	

HORA	TRANSMISION RADIAL	INTERPRET/ DE CONTEN.
12, 42	<p>- Balneario Mar del Tuyu - Jingler de Revista "Para Tí" con una música característica. Locutora: explica que en esta revista está todo lo que hay que saber sobre la salud y vestidos, también sobre la apasionante vida de Onassis . Nuevamente la música característica y las voces repiten el nombre de la revista. Locutora: ¿Y ahora qué quieren los hombres?, ¿qué critican? etc. Repite el nombre de la revista.</p>	<p>La locutora realiza la propaganda con una voz muy cálida, y dirigida a la mujer. Tiene dos partes, la música característica con las voces del coro que repiten el nombre de la revista, la que queda en segundo plano cuando habla la locutora.</p>
12, 43	<p>- Tarjetas de Unicef - Consejos para los agricultores, con respecto a los incendios y los insectos. - Información sobre la inscripción a ler año del ciclo básico de la Escuela Nac, Técnica N° 26.</p>	
12, 44	<p><u>Informativo deportivo</u>: presentado por la revista <u>Esporlandia</u>, especializada en fútbol. (Propaganda) Locutor: comenta lo que dijo el director técnico de Brasil, sobre la forma de juego que se desarrollará en los partidos del Mundial en el próximo año. Propaganda Revista Esporlandia</p>	<p>En este caso, existe relación entre el anunciante (revista de fútbol) y lo informado.</p>
12, 45	<p><u>Música</u>: "Quejas de Bandoneón" (Tango), el locutor la denomina música ciudadana.</p>	<p>Sólo transmiten un disco de tango.</p>
12, 48	<p>Locutor: informa sobre las características de la obra desarrollada por el "Fondo al disminuido visual" que no son ciegos, y reiteran la dirección.</p>	
12, 49	<p><u>MICRO-INFORMATIVO DEPORTIVO</u>: Música características. Presenta fórmula Opel Chevrolet, y anuncia al periodista que realizará el comentario. - El periodista comenta los triunfos obtenidos por una compatriota en los E.E.U.U. en golf.</p>	<p>El mensaje que transmite el periodista, el que es identificado con su nombre, está cargado de juicios valorativos, y da una imagen de la deportista, en este caso positiva, ya estructurada. No brinda sólo la información, y permite que el oyente deduzca sus conclusiones. La forma de expresarse es clara y segura, demostrando una total "convicción"</p>
12, 50	<p>- Locutor: propaganda auto Chevrolet. (30 segundos) - Periodista: continúa comentando los triunfos de la deportista, y la felicita, estableciendo lo importante que es para el país este tipo de triunfos.</p>	
12, 52	<p>Música característica del Microinformativo. Propaganda fórmula Opel Chevrolet</p>	

HORA	TRANSMISION RADIAL	INTERP. DE CONTENIDOS
12, 53	<u>Música:</u> "Río Ancho" (melódica)	
12, 57	Conjunto Santa Bárbara (argentino) pero cantando en inglés.	
12, 59	<u>PROPAGANDA:</u> - Televisores Talen de Ransen - Vino Bordoline - Revista Billiken - Sanatorio Anchorena - Jingles del diario "La Razón" - Pan Dulce "El Dorado"	
13, 01	<u>Informativo deportivo:</u> presentado por Fiat Concord. Locutor: informa sobre la suspensión de una carrera automovilística Propaganda de Fiat. " Terrenos Di Tulio Nombre de la radio: LS4 R. Contm	
13, 03	<u>INFORMANDOLOS</u> (Noticiero) Presenta Revista "4ª Dimensión". Música característica. - Informan sobre la visita que realizara una comitiva de funcionarios norteamericanos, para tratar temas nucleares. - Cable urgente de la Teltipo: establece que el secretario de E.E.U.U partió hacia Argentina, y otros países de Sudamérica, para tratar temas nucleares. - Comentarios realizados por los mandatarios de Egipto e Israel.	Estas noticias son dadas en un tono de voz más estridente, y surge como característica esencial la utilización de Teletipo, dando así información muy reciente.
13, 05	Cortina musical característica. Propaganda de la Revista anunciante.	
13, 06	<u>Música:</u> "Oye" canta Maysa	
13, 09	<u>PROPAGANDA:</u> - Lavarropas Dream - Café "La Morenita" - Jingles del diario "La Razón" - Amplificadores Ransen - Revista Salimos - Vino Bordolino - Terrenos Di Tulio - Jingles del diario "La Razón" <u>Informativo deportivo:</u> Presenta fórmula Opel Chevrolet	En esta tanda de avisos, se transmite dos veces a un anunciante (La Razón)
13, 11	Propaganda Revista "Somos" Temas : "Mujer Maravilla", "La mujer Biónica" El nuevo fenómeno de la T.V. (Cortina musical) Pautas del nuevo presupuesto	

HORA	TRANSMISION RADIAL	INTERP/ DE CONTENIDOS
	(Cortina musical) Crisis económicas	
13, 13	<u>Música</u> : "La canción terminó" Orquesta de Jazz Norteamericana	
13, 15	Información sobre conciertos: Teatro Colón: la Orquesta estable realizará un concierto para recaudar fondos para reconstruir el teatro incendiado en la ciudad de La Plata. - Conc. de Jazz en el teatro Municipal Gral. San Martín, - Conc. de Jazz en la Fac de C. Exactas	Los espectáculos anunciados van dirigidos a una audiencia restringida y determinada.
13, 16	<u>Música</u> : Cantante norteamericana, Ella Fitzgerald	
13, 20	<u>MICRO-INFORMATIVO DEPORTIVO</u> : Música carac., presenta Fórmula Opel Chevrolet. Presentan al periodista. Comentarista de Tenis: reflexiona acerca del "triunfo" que la prensa le atribuye a Vilas en Bogotá en los partidos que tendrá que jugar próximamente. Critica el mal uso del término "virtual", y aconseja el uso del diccionario de la Real Academia Española, definiendo luego el término. - Locutor: propaganda Chevrolet - Periodista (Confusión ya que el locutor continuó hablando) retoma el tema, y comenta como positivas las palabras de Vilas que es consciente de la difícil tarea que tiene.	El periodista se expresa en un tono enérgico, que trata de demostrar enojo o indignación por la manera en que la prensa, sin haberse jugado el campeonato, da por ganador a Vilas. Nuevamente hay juicios valorativos. También critica la forma en que se expresan esos medios periodísticos.
13, 24	Música característica. Propaganda Opel; Chevrolet	
13, 25	<u>Música</u> : Cantante norteamericano	
13, 28	<u>PROPAGANDA</u> : - Lavarropas Dream - Jingles del diario "La Razón" - Hotel República-Ma del Plata <u>Informativo deportivo</u> : Presenta Revista Esporlandia Informan que se trató de secuestrar en la ciudad de Mandoza a un arquero antes de su partido. - Propaganda Rev. Esporlandia - Información sobre una película que recomiendan ver. - Revista "Salimos" - Terrenos Di Tulio	

HORA

TRANSMISION RADIAL

INTERP. DE CONTEN.

- Información del INTA
- Secretaría de Comercio: informa alXama de casa las direcciones de negocios en los que los precios son más bajos, en la venta de frutas y verduras.
- Servicio Penitenciario Nacional: se dirige a los jóvenes con vocación para que ingresen a la Escuela de este servicio.
- Inf. sobre el 2º Congreso Odontológico en Mar del Plata.
- Inf. sobre un Organismo contra el Mal de Chagas

13, 29

Informativo deportivo : presentado por Fiat

Información sobre los ganadores de una carrera automovilística
Propaganda Fiat 125.

13, 30

Se indica la hora a través del Observatorio Nacional.

Locutora: Indica que se transmite en el día de la Soberanía Nacional

13, 31

Música: Cantante norteamericana, "Es la vida"

El resto del programa (de 13,30 a 14hs) mantiene exactamente las mismas características que las descriptas hasta ese momento, por lo que se hace innecesario transcribirlas.

Falta el análisis según los criterios indicados

B) Descripción de un programa de Radio no comercial

Título del programa: -----

Horario de emisión: 23hs

Emisora: L.R.A. Radio Nacional de Buenos Aires.

Fecha de emisión: 21/11/77

<u>HORA</u>	<u>TRANSMISION RADIAL</u>	<u>INTERP. DE CONTEN.</u>
23hs	Emiten música clásica.	
23, 05	<p>Locutora: anuncia lo que seguidamente se escuchará: Sinfonía para Organo y orquesta, de Aron Copla, orquesta dirigida por Leonard Bernstein.</p> <p>Detalla los movimientos de la obra (Preludio, Scherso, Finale).</p> <p>Transmiten la Sinfonía.</p>	<p>La transmisión está organizada para un receptor <u>muy determinado</u>, por lo que la música transmitida son Concier- tos, comentados muy brevemente. La loc. habla en un tono de voz muy uniforme. No hay ninguna propaganda ni comercial ni oficial. Sólo se anuncia la características del tiempo.</p>
23, 30	<p>Locutora: anuncia lo que se ha escuchado, repite el nombre de la radio.</p> <p>Locutora: Indica la hora a través de informaciones del Observatorio Nacional.</p> <p>Seguidamente, dan el pronóstico de la temperatura, en capital y provincias. También anuncian el pronóstico para el día miércoles.</p> <p>Pronóstico para navegantes: marítimos.</p> <p>Características para las diferentes costas marítimas del país.</p> <p>Todos los datos son suministrados por el Servicio Metereológico Nac.</p>	
23, 34	<p>Loc. anuncia el nombre de la radio</p> <p>Anuncian un programa que se emitirá a continuación, transmitiendo música clásica: "Madrigales" de Claudio Montevau.</p>	
23, 57	<p>Loc. vuelve a nombrar la obra transmitida, diciendo los diferentes movimientos.</p>	
23, 58	<p>Anuncian Ciclo de Solistas en; el aula Magna de la Fac. de Medicina con entrada libre.</p>	
23, 59	<p>Loc. informa que Radio Nac. edita una revista, que puede ser enviada a las provincias mediante un giro.</p>	
24	<p>Nombre de la radio. Indican la Hora.</p>	

c) Análisis de una hora de radio comercial (R. Continental)

- Técnica distintiva de la emisora:

Brindarle al público una manera de esparcimiento, a través de la música "popular" y informarlo de hechos sociales, políticos y culturales. Esto se efectúa sin sensacionalismos y utilizando los locutores una voz suave y pausada.

- El uso y efectos de la publicidad comercial y institucional:

En el programa que analicé, las "tandas" publicitarias eran realizadas por los locutores en una voz suave y vivaz, y en forma consecutiva, con gran rapidez..Como oyente percibí una sensación de confusión en un primer momento, pero la reiteración de las diferentes publicidades determinaron que se identificaran.

La publicidad institucional es realizada en forma separada, en una tanda a parte, y trata de orientar al oyente en determinados aspectos que hacen a la vida nacional.

- La relación entre el producto anunciado y el contenido del programa.

Es un programa musical y de información deportiva, escuchado por núcleos de gente de diferentes edades y niveles, por lo que las propagandas anuncian productos para el hogar, o relacionados de alguna manera con éste, como por ejemplo: venta de terrenos, revistas, automóviles, etc.

- Identificar por lo menos 5 formas de presentación:

- Monólogos
- Música
- diálogo
- informativo
- análisis valorativos de hechos deportivos.

- Analizar los propósitos de la comunicación radiofónica y relacionarlo con el horario de emisión y las características del grupo receptor.

Es un programa emitido al mediodía de una día Domingo, por lo tanto el receptor debe ser muy variado en edad, sexo, nivel cultural, nivel económico. Es el momento en que puede escucharse de la casa, o en el cobbe, o en un lugar al aire libre (plaza, paseos, etc.) , por lo que considero que los propósitos son distraer al

al oyente, e informarlo de los hechos sobresalientes del deporte, justamente en un día de la semana en que se los practica con más intensidad.

-.--.-.-

Análisis de una hora de radio cultural

- Técnica distintiva de la emisora:

Brindarle al oyente música denominada comúnmente "Culta" e informaciones culturales. Se distinguen sus locutores por la manera uniforme de emitir sus mensajes, en los que utilizan un lenguaje que no se utiliza en forma corriente.

- Uso y efecto de la publicidad comercial e institucional

- La relación entre el producto anunciado y el contenido del programa

En el programa que analicé no se detectan estas características ya que carecía totalmentne de propaganda o publicidad.

- Identificar formas de presentación:

- Conciertos

- Monólogo

- Analizar los propósitos de la comunicación radiogónica:

Es un programa trasnmitido en un día de semana , a las 23hs, o sea emitido en un horario nocturno y tarde, en el que se transmite música clásica,; pienso que el receptor es reducido e individualizado en cuanto a nivel cultural, y también por el horario y por ser transmititdo en un día de semana.



ANALISIS DE LA PROGRAMACION DE LA

RADIO CONTINENTAL

Análisis de la Programación de Radio Continental

Podemos clasificar a los programas siguiendo la siguiente clasificación: *categorias*.

Informativos: que enteran o exponen determinados hechos al oyente.

Dentro de la programación de esta radio encontramos los siguientes programas informativos.

- Panorama Informativo
- Boletines Informativos: que se transmiten cada medda hora y duran 2 minutos cada uno. Cada día se ~~dan~~ emiten alrededor de 28.
- Dos en la Noticia: todos los días, por la mañana.

Recreativos: que entretienen o distraen a la audiencia.

- Contraseña
- Felizmente Ford
- Sábado Libre
- La peña del camionero
- La realidad
- Sobremesa con Knittax

Dentro de este rubro se pueden incluir los programas específicamente musicales:

- Escuchando a los grandes
- La buena vida
- El programa de Old Smugler
- Música para los grandes momentos

LaLa noche Torino

- Exclusivo para hombres.

P Panten y las reglas del juego

S Suavemente Elida

- Las 7 lunas
- Folklore de gala
- Música en el recuerdo
- El color de la vida
- Barbaramente
- Música a la manera Harrod's
- Los momentos de Gancia
- Fiesta de colores
- Exclusivo para hombres
- Taunus, música bien puesta
- El signo de mi ciudad
- Música al portador
- Música cero Kilómetro
- Toda una selección
- Los momentos de Gancia
- Taunus, música bien puesta

- Microprograma musical
- Pequeños conceirtos
- Cuerpo y alma del Jazz.

Culturales: que incentivan el desarrollo intelectual.

- Hilando nuestra historia.
- Hablemos de hijos.

Periodísticos: que analizan hechos políticos o sociales.

- El tema de la semana.
- La semana que viene

Publicidad:

- Intermedios

Sobre esta clasificación se puede realizar el siguiente porcentaje:

Lunes a Viernes

- Informativos	-----	15%
- Publicidad	-----	2%
- Musicales	-----	40%
- Recreativos	-----	35%
- Culturales	-----	<u>8%</u>
		100%

Sábados

- Informativos	-----	10%
- Musicales	-----	73%
- Recreativos	-----	<u>17%</u>
		100%

Domingos

- Musicales	-----	65%
- Informativos	-----	3%
- Publicidad	-----	1%
- Recreativos	-----	18%
- Periodísticos	-----	<u>13%</u>
		100%

*Educación
Instruccional ?*

INFORME SOBRE LA VISITA REALIZADA

A RADIO CONTINENTAL

INFORME SOBRE LA VISITA REALIZADA A RADIO

CONTINENTAL

Somos atendidos por el jefe de programación, Sr. Horacio Benzi-
ni, que nos conduce a un pequeño estudio que pertenece a frecuen-
cia modulada estereofónica, que se utiliza a partir de las 18hs.

Le realizamos una serie de preguntas:

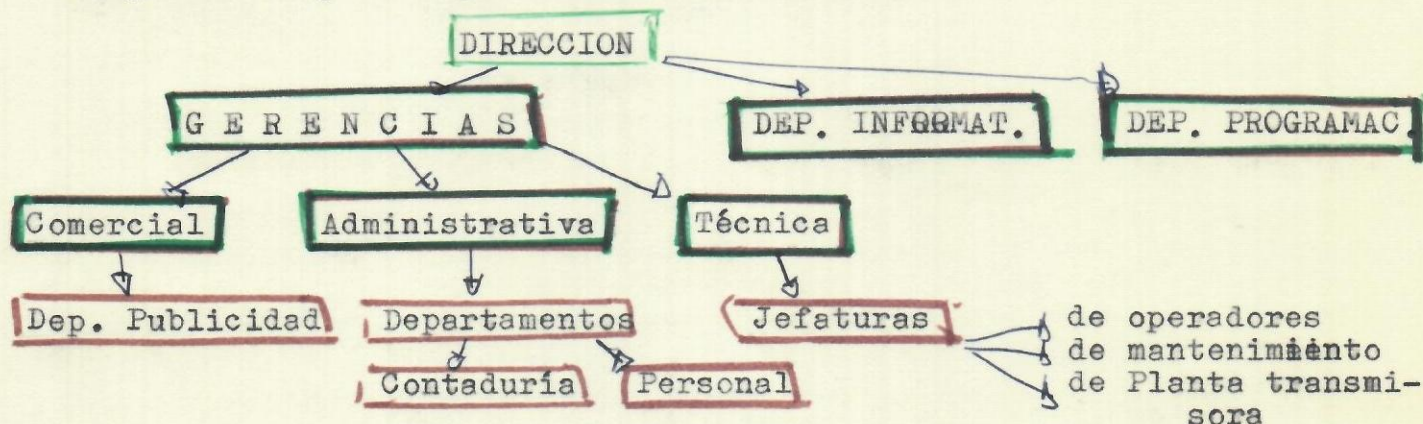
1)- Quiénes son los dueños de la emisora?

— Es una empresa privada, S.A., compuesta por 15 personas.

La Directora Ejecutiva es la Sra. Elizabeth Viegner de Udaquiola.

2)- ¿Cómo se estructura el Organigrama de la empresa?

— De la Dirección dependen las Gerencias y el Departamento de Programación y el Departamento Informativo.



3) ¿Qué funciones cumplen cada uno?

Departamento Informativo: coordinación periodística general e integral.

Departamento de Programación: Sería sinónimo de Dirección Artística. De éste dependen los locutores, la asesoría literaria y el control de grabaciones.

Gerencia Comercial: es el sector administrativo que tiene la comercialización del producto que la radio vende: directa o indirectamente a clientes que deseen auspiciar los diferentes programas.

La venta indirecta se realiza a través de Agencias publicitarias o productoras.

Dentro de esta gerencia se incluye al Departamento de Publicidad: establece las pautas publicitarias y diagrama los avisos a lo largo del día.

En la Planilla de Transmisión se detallan y describen los avisos. Esta planilla debe ser seguida por el locutor y el operador.

Por disposición del Gobierno hay 12 minutos de publicidad por hora.

La Radio vende frases con determinadas cantidad de palabras, no segundos como la T.V.

4) ¿Cuál es el costo dentro del horario más importante?

— Es de \$300.000 m/n por cada 5 palabras; pero el aviso debe decirse 10 veces.

Gerencia Administrativa: consta de dos Departamentos: Contaduría y Personal, los que realizan las tareas habituales en cualquier otra empresa (Contabilidad general; control del personal; etc)

5) ¿Cómo se elaboran los programas periodísticos o informativos?

— Ningún programa es grabado, todos son directos. Por lo tanto es necesario que haya un coordinador periodístico.

Cuando los periodistas no pertenecen a la radio, antes del programa realizan un "debate previo", o sea dialogan con el coordinador (que depende del Dep. Informativo) sobre los temas que enfocarán y cómo. Es una charla informal.

Los boletines informativos se elaboran a través de la teletipo.

6) ¿Cómo se estructura el Dep. de Programación?

Es el más complejo, de éste depende la imagen de la radio.
Selecciona, también perfecciona en parte o capacita a los locutores nuevos que ingresan, ya que deben formar y elegir voces que identifiquen a la radio.

Se encarga de los contratos de los locutores.

Los locutores pueden ser estables o independientes.

Los estables, no se les exige mucha calidad, no se les paga bien, (se le paga por convenio)

Los independientes: son los que contrata la radio, y se rigen por cachet muy elevado, se les exige calidad, realizan también doblajes para películas, etc. Pueden pasar a ser locutores exclusivos de un producto.

En cuanto a la Asesoría Literaria está formada por 2 personas (estudiantes de la Fac. de Filosofía y Letras). Supervisan todo lo que se escribe en o para la Radio, analizando las consecuencias posibles de los mensajes que se transmiten.

Los libretos les son entregados con 48 horas de anticipación.

7) ¿Cómo definiría la Programación?

Es muy difícil de hacerlo. En general la gente la reconoce como elitista, pseudocultural, y burguesa.

El Jefe de programación piensa que no es una radio con las características antes señaladas, sino que concientes de la importancia de este medio de comunicación, consideran que deben colocar programas de jerarquía, para excitar la imaginación del oyente, y que éste escuche cosas de alto nivel.

8) ¿Hay alguna disposición oficial que establezca la cantidad de programas que deben realizarse de determinados temas?

Existe la Ley de Comunicaciones, y Radio Continental cumple totalmente sus disposiciones ya que tiene:

Temas informativos
música
medicina
economía
periodismo (nacional e internacional)
Historia Argentina
educación de los hijos
esparcimientos (deportes)
de la mujer (cocina, etc.)

9) ¿Cuáles son los horarios de mayor audiencia?

Los horarios de mayor audiencia son los matutinos, pero eso están los programas periodísticos, y por la noche los programas musicales (ya que por la noche el rating lo acapara la T.V.)

10) ¿Cuáles son los elementos técnicos que se encuentran en un estudio?

- Tratamiento acústico (paredes, techo, etc)
- Micrófonos
- Fuente alimentadora del micrófono
- Alfombra (que cumple con condiciones acústicas)

11) ¿Cuáles son los elementos que se encuentran en un Control Técnico?

- Consola transmisora: la que observamos es de fabricación argentina.
- grabador
- bandejas giradiscos
- sintonizadores
- ecualizadores de voces y sonidos
- amplificadores
- borradores magnéticos.
- receptor (radio: para controlar la salida al aire)

Mush

ANALISIS CRITICO DE UN MODELO

DE PRODUCCION DE RADIO

Análisis crítico de un modelo de producción de Radio

Análisis descriptivo:

Consta de 4 etapas

- planificación
- desarrollo del material
- evaluación
- implementación

Estas a su vez se desglosan en sub-etapas, que nos indican el camino que se debe seguir.

Primera etapa: Planificación

En un primer momento, se realiza el análisis de las Políticas Educativas Nacionales, tratando de coincidir con los lineamientos generales de la mismas.

En un segundo paso, se trata de Identificar el problema, partiendo de la detectación de una necesidad, estableciéndose la distancia entre el nivel de realidad y de aspiración al que se quiere llegar.

A partir de este paso, se fijan dos nuevas alternativas: la Meta Institucional y los Niveles de Audiencia.

La Meta Institucional es la finalidad última a la que se pretende alcanzar.

En cuanto a los Niveles de Audiencia, es el análisis de los tipos de audiencia que nos escuchan. Siempre hay un grupo mayoritario al que está dirigido nuestro programa, pero también hay grupos complementarios.

Me refiero a grupo mayoritario, no quizás en cuanto a número en general, sino que condensa a un tipo de oyente (Ej.: profesores) y otros subgrupos que no pertenecen a éste.

La detectación de los diferentes niveles de audiencia son muy importantes para el procesamiento del mensaje, los intereses, el vocabulario, etc., que deben ser pensados para que sean comprendidos por los oyentes de los diferentes niveles.

Surgen entonces, tres nuevos pasos relacionados entre sí y de un mismo nivel:

- a) Caracterización de la Audiencia
- b) La Formulación de alternativas de solución y selección de alternativas.
- c) Recursos y limitaciones: interrelacionado con B), y estableciéndose una lógica retroalimentación.

Para poder caracterizar a la audiencia debemos realizarnos las siguientes preguntas: n- ¿Quiénes son?

- ¿Cómo piensan?
- ¿Qué formación tienen?
- ¿Cómo viven?
- ¿Cuál es el nivel económico? etc...

Paralelamente, una vez determinados los niveles de audiencia se establecen las diferentes alternativas, y recursos y limitaciones, eligiendo la más útil, elección que está relacionada con la caracterización que hayamos hecho de la audiencia.

Teniendo claras las características de la audiencia se formulan los Objetivos de la solución elegida.

Seguidamente, se hace la Programación sintético-analítica, se analizan los contenidos, y se Estructura la programación, siendo estos pasos consecutivos e interrelacionados. O sea, que una vez que se saben la cantidad de tiempo, se reestructuran los contenidos en función del mismo.

De esta manera quedaría finalizada la etapa de planificación.

-.--.-

Segunda etapa: Desarrollo del Material

A partir de las dos últimas sub-etapas de la Planificación, surge la primera de este segundo momento, que es Establecer la Secuencia de producción, que es un cronograma de toda la actividad del curso, o sea un ordenamiento, una planificación de todo mi trabajo

en función del tiempo que tengo.

Es entonces, cuando comienza la Recolección de Información que se efectúa teniendo en cuenta dos niveles de información:

- 1) toda clase de información (periodística, anécdotas, etc.)
- 2) Información del más alto nivel científico, que se adaptará a mis objetivos.

Una vez obtenida dicha información se Clasifica y selecciona, y el resto, que no utilizamos en esta oportunidad se Archiva.

Luego comienza el Procesamiento del guión ~~libro~~ ^{se} Archiva a través del Análisis de Tareas, estableciéndose las estructuras didácticas que se utilizarán, y se formulan los Objetivos específicos, a través de los cuales se organizan jerárquicamente los contenidos y actividades, y se establece la Secuencia de aprendizaje.

Con estos elementos se realiza la Redacción del Libreto didáctico, en el que se desarrollan los contenidos organizados según los objetivos establecidos.

Una vez que se tiene el contenido del programa, se determina una forma de presentación (Prescripción)

Se realiza una Evaluación y Aprobación del Libreto, que ha sido elaborado por un especialista en la asignatura a dictarse.

Este libreto pasa al Guionista, quien Establece las Formas de presentación y Redacta el Guión Técnico.

El guionista maneja el lenguaje radiofónico, con su especificidad, sabe armar dramatizaciones, establece formas de presentación, la estructura externa del mensaje, convirtiendo el contenido didáctico y científico en un contenido radiofónico.

Los dos pasos siguientes son la Evaluación y la Aprobación del guión técnico.

Entonces, se Multiplica el Guión Técnico, o sea que se realizan copias del mismo y se distribuyen a cada miembro del equipo y se envía al Archivo.

Pero, previamente, se realiza un Control de Multicopias, es decir se revisan las copias, atendiendo: al estilo y contenidos.

Llegamos a la realización del libreto:

La primera sub-etapa a seguir es la Marcación del guión: el director reúne a su elenco y equipo distribuyendo los roles, la música que se utilizará y los efectos especiales. Estas dos últimas elecciones, en general las realiza el musicalizador, bajo las directivas que se le establecen.

Se organiza el Ensayo Parcial, en el que director hace una marcación en el orden rítmico, y se va efectuando una evaluación.

A continuación se efectúa el Ensayo General, en la sala de grabación (se ensaya el programa como si saliera al aire), se mide el tiempo y se prepara la Ficha de Control de Producción, que la confecciona el Asistente, donde anota todo lo que se debe utilizar en el programa,

Se realiza la Grabación y a su vez la Ficha de Producción donde se anota como se desarrolló la primera.

Finalizamos aquí la segunda etapa.

-.-.-.-

Tercera Etapa: Evaluación

La evaluación se realiza en dos niveles :

- a) el contenido pedagógico
- b) el técnico: voces, cortinas, etc.

Se decide si se la aprueba o si se rehace la grabación.

-.-.-.--

Cuarta etapa: Implementación

Sale al aire la Emisión. Pero, por lo general las radios tienen filiales, razón por la cual se hacen multicopias de la cinta

Estas cintas son enviadas al interior, y deben entonces realizarse Fichas de Identificación, que se pegan en la cinta, en las que debe figurar:

- Nombre del programa
- Fecha de emisión
- Hora
- Tema
- Quien lo produce

Una vez identificadas las cintas se distribuyen, y se realizan las emisiones diferidas, las que son evaluadas nuevamente.

--- --
Análisis crítico:

Considero que este Modelo de Producción de Radio, se ha realizado muy bien, al realizar el análisis descriptivo seguí la secuencia lógica y real que puede tener la realización de un programa educativo radiofónico, que se infiere perfectamente a través de este Modelo sin haberla vivenciado.

Creo que para poder realizar algún aporte válido, tendría que haberlo experimentado varias veces, a parte de haber profundizado el tema con más detenimiento.

Sobre la base de mis limitados conocimientos en la materia, y el análisis efectuado, pienso que es un Modelo "Perfecto", entendiendo por ésto, que organiza cada uno y hasta los más pequeños pasos que se deben seguir, estructurándolos y relacionándolos entre sí con toda claridad.



B

UNIVERSIDAD DE LUJAN

LICENCIATURA EN EDUCACION PERMANENTE

LINEA CURRICULAR: MEDDOS EDUCATIVOS

TEMA: La radiofonía: sus posibilidades para le educación

PROFESORA: Sra. Susana Ruggero

ALUMNA: Adriana Bragato

Sede: José C. Paz

TRES PROBLEMAS EDUCATIVOS CULTURALES PRESENTADOS EN EMISIONES RADIOFONICAS

1a) Ciclo de programas sobre "Las grandes escuelas literarias universales".
Este ciclo se desarrollaría en programas de media hora de duración semanal.

Ejemplificaré a continuación una de las audiciones:

Título de la audición: "Literatura Española" - "Período Medieval".

Formas de presentación:

- 1) Diálogo: Se desarrollaría entre un locutor y un profesor de letras y/o un escritor, quienes explicarían las características fundamentales del período de referencia.
- 2) Cortina Musical: Cantos gregorianos que identifican a la época.
- 3) Monólogo: se explicaría el tema a dramatizar a continuación; se elegiría un fragmento del Poema del Mio Cid, anónimo español.
- 4) Cortina Musical: idem 2.
- 5) Dramatización indicada en 3).-
- 6) Diálogo de cierre del programa.

2a) Ciclo de programas sobre "Educación Musical".
Este ciclo se desarrollaría en programas de media hora de duración semanal.

El nombre de este ciclo sería "Un acercamiento a la estructura de la Orquesta Sinfónica".

Título de la audición: "Los instrumentos de cuerda": "violín, viola, violoncello y contrabajo".-

Formas de presentación:

- 1) Diálogo: se entablará entre un locutor y 4 instrumentistas que hablarán consecutivamente sobre el diseño de los instrumentos respectivos con la ejemplificación a través de la ejecución de algunos compases musicales que indiquen las diferencias sonoras entre los mismos.
- 2) Cortina Musical; *(concierto)*
- 3) Transmisión, previa presentación, de la obra "Variaciones y fuga sobre un tema de Purcell" de Benjamin Britten. (Guía Musical para la juventud). Se elige el fragmento musical en el que el autor presenta los instrumentos de cuerda de una orquesta sinfónica primero individualmente, para luego integrarlos entre sí, marcando de esta manera sus respectivas calidades sonoras.
- 4) El locutor presentará ahora a los intérpretes indicados en 1) en la ejecución del 1er movimiento del Cuarteto para Cuerdas en Si bemol mayor, Opus 18, Nº 6, de Beethoven.
- 5) Monólogo de cierre de audición.

3a) Ciclo de programas sobre "Cine Universal".
Este ciclo tendrá una duración de media hora por programa semanal.

Título de la audición: El neorrealismo italiano.

Formas de presentación:

- 1) Diálogo entre un locutor y un especialista en el tema, acerca de la ~~XX~~ evolución del neorrealismo italiano, sus principales autores, temas y films.
- 2) Cortina Musical.
- 3) Presentación y transmisión de un fragmento de la banda sonora de la película "Roma Ciudad Abierta".
- 4) Diálogo entre el locutor y el especialista en el tema analizando el argumento del cual se transmitió el fragmento de banda sonora.
- 5) Monólogo de cierre de audición.

1º) Programa referido al "Mal de Chagas".

Forma de presentación:

- a) Diálogo entre un locutor y un médico a través del cual se informa a la audiencia sobre las causas y consecuencias de esta enfermedad.
- b) Cortina Musical
- c) Diálogo con un representante del Ministerio de Salud Pública y un representante del Ministerio de Bienestar Social en el que se establecerá los medios que instrumenta el Estado para erradicar este flagelo social.
- d) Cortina Musical
- e) Monólogo del locutor en el que se señalan los pasos a seguir por la población para la prevención y/o curación de esta enfermedad.

2º) Programa referido a la "Educación Sexual".

El tema tratado en este caso sería la educación sexual en los preadolescentes.

Forma de presentación:

- a) Diálogo de presentación del tema entre el locutor y un padre.
- b) Presentación de varios especialistas en el tema: médico, sicólogo, etc. a fin de establecer las características psicofísicas del preadolescente.
- c) Cortina Musical
- d) Diálogo entre los especialistas presentes y el padre a través del cual se determinarían pautas de conducta a seguir por los adultos y por los preadolescentes.

3º) Programa referido al "Arte Culinario"

Forma de presentación:

- a) Monólogo: una especialista en el tema explicará una receta con gran valor proteico y económica.
- b) Cortina Musical.
- c) Diálogo entre una locutora y la especialista en el tema acerca del valor proteico de la receta transmitida, especificándose los alimentos de la estación más apropiados para una dieta rica en vitaminas y proteínas como así también accesibles a la canasta familiar.
