

Aprender con la radio

Herramientas para una comunicación participativa

Programa Red Nacional de Radios Escolares
Aprender con la Radio

Asociación Civil Las Otras Voces

Dirección del programa
Mónica Beltrán y Silvia Bacher

Coordinación del programa
Eva Amorín

Autoras
Silvia Schujer
María Schujer

Diseño
Mariana Lescano

Ilustraciones
Pablo Tambuscio

Este material puede ser reproducido en forma parcial siempre que se haga referencia a la fuente.

Agradecemos el apoyo de la Fundación Arcor, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y UNICEF para la realización de este programa.

Buenos Aires, marzo 2005

Las Otras Voces asociación civil
Esmeralda 1066, 7mo A. C.P. 1007.
Ciudad de Buenos Aires, Argentina
(011) 4311 3052 / (011) 4315 1623

info@lasotrasvoces.org.ar

www.lasotrasvoces.org.ar

Contenidos

Prólogo I

Prólogo II

Características de la radio

La radio, un recurso que sorprende, informa y acompaña

Un medio al alcance de todos

Lo primero es el oyente

Funciones de la radio

El código radial y sus elementos

Elementos del código radial: I: La voz

Elementos del código radial II: La música

Elementos del código radial III: Efectos de sonido

Elementos del código radial IV: El silencio

El lenguaje radiofónico y la comunicación

Géneros radiofónicos

¡Extra, extra!

Síntesis informativa

Estructura de la noticia

La redacción de noticias

La entrevista y el reportaje

A hacer entrevistas

La polémica en radio

El documental

Fuentes de información

Comentario Periodístico

Subjetividad, censura y periodismo

La libertad de expresión es un derecho

Los géneros musicales

El radioteatro

Actores en la radio

La lectura en voz alta y la oralidad

Radio y promoción de la lectura

Todos a leer

Programa *magazine* o revista radial

La publicidad

La realización

El Guión de Radio

Presentación de un guión de radio

Hay que caer en la Rutina

Características de las emisoras de radio

La artística

Los tiempos y el ritmo

De la radio a su casa: proceso de comunicación radial

Organización de un programa de radio

Manos a la radio
Para hacer una emisora

Historia de la radio

Historia y vida cotidiana en la radio
Historia de la radio
La radio en Argentina
El humor en los comienzos de la radio

La radio es un trabajo de equipo

Un taller de radio
Un equipo eficiente
Comunidad: algo en común
¿Qué es la radio comunitaria?
Comunicación participativa y educación
Radio y educación
Una radio en la escuela
Niños y jóvenes hacedores de radio
El oyente de la radio escolar

Prólogo I

Aprender con la radio, con voces de pequeños y no tanto... haciéndose escuchar y escuchando, en cada barrio, en cada comunidad, en la que se entrecruzan diversos actores, movilizadas por quienes hacen este medio, en este caso, las niñas, niños y jóvenes de lo que esperamos sea todo el país.

Aprender con la radio. Herramientas para una comunicación participativa es el resultado de un proceso que venimos acompañando desde hace más de cuatro años, por medio del Programa Infancia y Desarrollo, llevado adelante por las Fundaciones Arcor y Antorchas, con el objetivo de potenciar la labor de entidades no gubernamentales dedicadas a la niñez y la juventud, tratando de propiciar la participación de las propias comunidades en la resolución de los problemas relacionados con sus niñas, niños y jóvenes.

Esperamos que este proceso que comenzó a desarrollarse en escuelas rurales sea replicable en otras tantas más.

Porque deseamos que esas tantas voces sean escuchadas, porque tienen el derecho a serlo y porque creemos que es el comienzo de una etapa que puede constituir el cambio de la comunidad, desde la toma de conciencia de sus necesidades, anhelos y sueños, hasta su traducción en acción participativa.

Queremos agradecer a los profesionales, docentes y periodistas, que han dedicado su esfuerzo y sus conocimientos para la realización de este proyecto y que entre micrófonos, parlantes, radios, canciones y voces aportan y contribuyen a que nuestros niños sean reconocidos como actores activos de la comunidad.

Programa Infancia y Desarrollo

Fundación Antorchas

Fundación Arcor

Prólogo II

Primeras palabras.

Hay voces que nunca emergen. Parece que no existieran: no se las escucha. Son las voces de los niños, niñas y jóvenes, que no encuentran espacio. Sus voces –igual que sus cuerpos, necesidades, conflictos y propuestas- se invisibilizan. Son silenciadas por adultos que creen tener el poder para decidir por ellos.

¿Por qué?

Tal vez, porque a pesar de los avances conceptuales y de reconocimiento jurídico, desde el trato cotidiano se sigue considerando a la infancia como “objeto de protección” (y esto último, ni siquiera...), en lugar de sujetos de derechos. Posiblemente, además, por motivos que van más allá de la razón y del elemental respeto a los derechos humanos.

Paradójicamente, en tanto en sus comunidades y en ámbitos de poder se los ignora, el mercado, avasallante, los considera consumidores imprescindibles para su propia supervivencia y expansión. Niños, niñas y jóvenes son rehenes de las reglas que el mercado impone y que los medios masivos de comunicación difunden, publicitan y expanden.

Conocer y comprender esas reglas permite reflexionar críticamente. Es una posibilidad de defensa y un primer paso –indispensable, pero no suficiente- para ejercer el propio derecho a la comunicación.

Las otras voces

Para estimular el pensamiento crítico, la reflexión, el debate, para promover la libre circulación de información y la libertad de expresión es que surge **Las Otras Voces**, organización no gubernamental cuya misión central es fortalecer la participación de la comunidad en la vida democrática a partir de promover el ejercicio del derecho a la comunicación desde la infancia.

Trabajamos sobre el derecho a la comunicación en medio del bombardeo al que todos los días nos someten los medios. Hoy muchas preguntas sobre cuestiones básicas, como la identidad, la ciudadanía, la cultura y sobre la vida cotidiana, se contestan más desde el consumo de bienes y desde los medios masivos de comunicación que desde la escuela, la familia o desde la política.

Trabajamos por el derecho a la comunicación porque creemos en la responsabilidad que como adultos tenemos, para que niños, niñas y jóvenes cuenten con herramientas para alumbrar una concepción diferente de comunicación. Una comunicación que aporte a la construcción de una sociedad más justa. Una comunicación participativa.

Es desde ese espacio social que, con el apoyo de diferentes organizaciones como el **Programa Infancia y Desarrollo de las Fundaciones Arcor y Antorchas**, **la Organización de Estados Iberoamericanos** y **UNICEF** comenzamos a promover la participación de niñas, niños y jóvenes en la producción de medios de comunicación escolares. Con ese espíritu surge la **Red Nacional de Radios Escolares Aprender con la Radio**.

Por qué la radio

Los medios de comunicación son espacios públicos tanto o más recorridos que parques y plazas. En ese sentido, la invitación a disfrutar de ellos se amplía al disfrutar en ellos, con ellos, desde ellos, con las complicaciones, exigencias y satisfacciones que esto implica. La producción radial se caracteriza por ser inclusiva, dinámica y económicamente accesible.

En un tiempo histórico en que la cultura mediática refuerza un discurso único, uniforme, esquematiza y despliega las plumas de la superficialidad, la escuela tiene la opción de apropiarse de las herramientas periodísticas y crear medios de comunicación que expandan la cultura local y den cabida a todas esas voces que habitualmente no se escuchan en los grandes medios. Entre otras, las de los niños, niñas y jóvenes.

La práctica radial da espacio a la palabra. Rompe muros para abrir puertas. En la Argentina, en una tarea constante y silenciosa, miles de escuelas producen programas de radio que, con propaladoras, se emiten durante la jornada. Con frecuencia, esos programas atraviesan el patio, salen a la calle y se expanden por la comunidad, a través de los radios locales. Tres mil de esas creaciones, algunas con voces de pre-escolar, la mayoría con timbres de infancia y unas cuantas con esos tonos entre agudos y guturales propios de adolescentes en polimodal, participaron del Concurso Nacional *Aprender con la Radio* organizado desde el programa Cátedra Libre¹, emitido por Radio Nacional.

Escuchar esas producciones es introducirse en el mundo de preocupaciones y fortalezas de niñas, niños y jóvenes. Es conocer, además, las estrategias de muchos docentes para estimular la valoración de la propia realidad, de la propia palabra. La radio es una herramienta maravillosa para recorrer el desafío indispensable de recuperar la palabra oral desde la escuela.

Pero las producciones no llegaron solas.

Cientos de escuelas de zonas urbanas, rurales, públicas o privadas, de educación básica o media respondieron con un mismo pedido: capacitación específica y espacio para difundir sus producciones.

Red Nacional de Radios Escolares

En 2004, como manera de dar continuidad a esos primeros ámbitos de participación generados y, a modo de respuesta a lo concreto de la demanda, promovimos la creación de la "Red Nacional de Radios Escolares Aprender con la Radio", que integran más de un centenar de nodos, en los que confluyen decenas de escuelas y de docentes. Aunque la mayoría de los integrantes no se conoce entre sí, todos comparten una convicción: la radio en la escuela tiene un sentido pedagógico y social profundo.

Animada semanalmente desde **Las otras voces**, ofrece capacitación a los inscriptos para que los procesos de producción de materiales, de apropiación de las herramientas radiofónicas y la calidad de las producciones mejore día a día. También promueve el intercambio, lo que fortalece y da

nuevos sentidos a la producción radial en la escuela.

La Red surgió para que estudiantes, docentes y ONGs de todo el país se perfeccionen en técnicas radiales; para que encuentren un incentivo mayor en los establecimientos educativos; para que una comunidad de Tierra del Fuego tenga la posibilidad de compartir sus experiencias radiofónicas con otra de Salta; para que todos aprendamos de todos. Para que la oportunidad de explorar nuevos lenguajes de lugar a polifonía de las voces de cada comunidad.

Aprender con la Radio

“Aprender con la Radio. Herramientas para una comunicación participativa” es una publicación destinada a aquellas personas que intentan el desarrollo de talleres de producción radial desde una perspectiva ligada a la comunicación comunitaria.

Concebido para trabajar en escuelas, organizaciones no gubernamentales y grupos comunitarios bajo la modalidad de taller, en sus páginas la propuesta de actividades ocupa un lugar central, con un variado abanico de dinámicas participativas, siempre precedidas por conceptos teóricos introductorios a cada uno de los temas.

Si se sigue el orden propuesto por el índice (lo cual no es indispensable), se parte de descubrir a la radio como oyentes, desarmando el universo de elementos que la componen, para avanzar en la elaboración primero de un programa y, luego, de una emisora escolar.

“Aprender con la radio. Herramientas para una comunicación participativa” está organizado en cinco partes:

1. Características de la radio. A partir de pensar en los diversos oyentes posibles y las funciones de la radio (las actuales y las que podría tener), se introducen los elementos básicos del código radial: la voz, la música, los efectos de sonido y el silencio.

2. Géneros radiofónicos. Organizados en “periodísticos” y de “ficción”, aborda la redacción de noticias, la entrevista, la polémica, el documental y el radioteatro. Propone, además, reflexionar sobre la censura, la subjetividad y la libertad de expresión.

3. La realización. Desarrolla las características de la producción radial: guión, rutina, artística, los tiempos y el ritmo. Se recomienda la visita a una radio para familiarizarse con el estudio de grabación y aborda la organización completa de un programa y una emisora. Se trata de “hacer” la radio.

4. Historia de la radio. Es un repaso lúdico y breve (apenas anticipo para seguir investigando) sobre cómo surgió la radio en la Argentina, qué significó en el pasado y qué lugar tiene hoy, en la ciudad y en el ámbito rural.

5. La radio es un trabajo en equipo. Propone vivenciar a la radio como acción colectiva, desarrolla las características y el sentido particular de la radio comunitaria y de la radio en la escuela.

De lector a productor

Hasta ahora hemos trabajado quienes de uno u otro modo ideamos y produjimos este material. Es ahora tiempo de sumar actores. Por eso te invitamos a que recorras tu camino tomando de cada uno de los capítulos aquello que te interese, te perturbe, te enoje o te divierta. Porque esta propuesta sólo cobrará sentido cuando cada lectora o lector, niño, joven, adulto, abra la puerta a la participación de modo creativo; por un lado, apropiándose de los debates y propuestas que acerca este libro y, a la vez, imaginando, nuevas estrategias que promuevan la producción de radio con niñas, niños y jóvenes.

En síntesis, esta publicación cobrará sentido sólo si colabora a fortalecer el ejercicio del derecho a la comunicación desde la infancia.

Las otras voces

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 1

La radio, un recurso que sorprende, informa y acompaña

A las 7 en punto de la mañana se mete en sus sueños como una intrusa. En ese momento la odia. Estira un brazo para apagarla pero a mitad de camino se arrepiente y decide que es mejor obedecerla y levantarse de una vez. Mientras calienta la pava para hacer el mate, ella sigue siendo su compañía. El odio se le va pasando poco a poco mientras escucha las noticias del día y luego un poco de música clásica, de esa bien apropiada para la ducha en una mañana fría. Ya son las 7:45 y el portero saluda amablemente mientras baldea la vereda con el ritmo tropical que sale del parlantito a pilas que cuelga del picaporte del edificio. En el colectivo se entera del pronóstico del clima y se acuerda que olvidó el paraguas. Sin preguntar a nadie, el colectivo decide que los 34 pasajeros estarán más contentos con un poco de rock nacional y cambia de frecuencia. Cuando llega al colegio, todos los chicos y profesores comentan la noticia del día: inundaciones en Santa Fe. Pronto se organiza la colecta de víveres y ayuda. Durante la mañana, mientras trabajan, siguen el desarrollo de los acontecimientos (como ya le dicen todos). De vuelta, bajo una lluvia torrencial, se refugia en el kiosco de la esquina... ahí, el kiosquero escucha un partido y de vez en cuando lanza exclamaciones de amor y de odio, de felicidad y de enojo. Todo el grupo de los “sin-paraguas” está atento y en silencio mientras el locutor relata los pases, las gambetas y hasta un gol que festejan casi todos. Cuando el cielo se despeja, vuelve a su casa. Después de un día tan agitado, siente ganas de escuchar algo lento y prende la radio. Esa que al día siguiente, a las 7 en punto, odiará de vuelta².

Cada uno tiene una relación personal con la radio: los que necesitan estar siempre informados; los que aman la música; los que manejan largas distancias, para sentir una compañía en las rutas; los que suelen llamar para ganar algún premio; los que deben estar atentos a lo que ocurre en los caminos... en fin, hay radio para todos los gustos, necesidades, edades y momentos del día.

Cuando no había televisión, la radio era la protagonista indiscutible de las casas, las familias se juntaban en torno al receptor como una tribu alrededor del fuego para escuchar a sus cantantes favoritos o para seguir los capítulos de algún radioteatro.

Hoy en día la relación de las personas con la radio es diferente, el contenido de los programas es más variado, existen más emisoras, los receptores están por todas partes, los cantantes ya no actúan en vivo, los radioteatros fueron sustituidos por las telenovelas y se transmite a través de satélites de comunicación.

Pero aún con cambios, la radio sigue siendo un medio muy importante que, a medida que se desarrolla, nos propone un modo de participación más activo, nos ofrece la posibilidad de expresar opiniones o

reclamamos, nos ayuda a comunicarnos con otros miembros de la comunidad, supera las diferencias entre las personas, sirve para contrastar puntos de vista y difundir conocimientos.

Escuchar la radio no es una actividad pasiva: implica participar de la comunidad a la que se pertenece.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 1

1. Collage “La radio a través de los años”

Materiales: Revistas, diarios y libros ilustrados. Papel afiche. Pegamento.

Buscar imágenes de receptores de radio de distintas épocas y clases (de madera, de plástico, con parlantes separados, a pilas, portátiles, de auto, etc.), y dibujos o fotos que muestren escenas referidas a la radio (gente escuchando, locutores en estudio, etc.)

Fotocopiar -en lo posible- las imágenes y pegarlas sobre un papel afiche por orden cronológico.

Escribir, debajo de cada imagen, el tipo de programas que -de acuerdo con lo que ven e imaginan- se transmite desde cada aparato.

Este collage puede servir para decorar el espacio que se dedique a la creación del programa de radio.

2. Historias de radio

Tomando como modelo el texto inicial, escribir una historia donde la radio sea un elemento que acompaña a una persona durante un día. Estas historias podrán rescatarse más adelante para ser incluidas en el programa que se realizará.

3. Todos escuchamos radio

Se trata de una mini-encuesta para conocer las preferencias de un grupo de personas cercanas a los participantes del taller de radio.

Armar una lista de qué aspectos de las preferencias en radio de nuestras personas cercanas queremos conocer. Con esos temas, elaborar una ficha con preguntas y respuestas de opción múltiple o utilizar la que se propone a continuación.

Repartir dos o tres fichas a cada participante del taller para que las completen en su casa.

Con las fichas ya completas, trabajar en grupos para buscar coincidencias y excepciones entre las respuestas. Intentar alguna conclusión.

Exponer las conclusiones de cada grupo.

FICHA TIPO:

Nombre del encuestado:

Profesión o actividad:.....

Horarios en el /los que escucha la radio (marcar lo que corresponda)

MAÑANA () TARDE () NOCHE () MADRUGADA ()

Lugares donde se escucha

EN LA CASA TOMANDO MATE ()

EN LA CASA HACIENDO LAS ACTIVIDADES DOMÉSTICAS ()

EN LA CASA ESTUDIANDO ()

EN EL TRABAJO ()

EN EL AUTO ()

EN LOS MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO ()

EN LA CALLE, CAMINANDO ()

ANDANDO EN BICICLETA ()

OTRAS.....

Cuando se escucha en la casa, detallar en qué espacios

COCINA () COMEDOR () HABITACIÓN () BAÑO ()

OTROS.....

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 2

Un medio al alcance de todos

Si echamos una mirada a nuestro alrededor veremos que prácticamente todos los hogares tienen uno -o más- aparatos de radio. Y es que la radio constituye un medio barato, cómodo y fácil de operar: no ocupa mucho espacio y no requiere más que un enchufe o unas pilas para que el milagro del sonido ocurra.

A diferencia de otros medios de comunicación, la radio no exige mucho de su público. Veamos: no se puede leer el diario y planchar al mismo tiempo, o ver la tele al manejar. Escuchar radio, en cambio, es una actividad que puede alternarse con otras. Se trata de un medio al alcance de muchas manos (o muchas orejas) que a veces se escucha con atención y otras, simplemente, de fondo.

Estas características hacen de la radio un medio de comunicación “súper” masivo, es decir que alcanza a miles y miles de personas al mismo tiempo en los puntos más alejados de la ciudad, del país y hasta del mundo (actualmente, a través de Internet, se pueden escuchar programas producidos aquí o allá, en Chile, Mongolia o el Congo).

Pero no hace falta ir tan lejos. Lo importante es reflexionar acerca de la dimensión comunicativa que ofrece la radio. Afirmar que la radio es un medio de comunicación es decir –justamente– que, a través de ella, uno puede comunicarse con otros: poner algo en común. Ese “algo” es lo que permite transformar un medio de *comunicación* en un medio *comunitario*, o sea en un espacio de expresión solidario y democrático.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 2

1. ¿Telón de fondo o con la oreja pegada?

A veces está ahí nomás, sin que le demos demasiada importancia, sólo como acompañante durante las actividades cotidianas. Y otras veces nos pide que “peguemos la oreja” a los parlantes y quedemos en silencio para no perder detalle de lo que se nos relata.

A continuación se presenta un cuadro con tres columnas: contenidos, acciones y estados de ánimo. El juego consiste en elegir al azar tres elementos -uno de cada lista- e imaginar si la persona está escuchando con atención o sólo como ruido de fondo. (Se sugiere probar la mayor cantidad posible de combinaciones)

Contenidos de Programa	Acciones Cotidianas	Estados de ánimo
------------------------	---------------------	------------------

Solo música bailable	Planchar	Tristeza
Música clásica	Desayunar	Preocupación
Información	Trabajar	Alegría
Radioteatro	Bailar	Melancolía

Ejemplos

Radioteatro / tristeza / planchar: escucha con atención.

Radioteatro / preocupación / desayunar: escucha de fondo.

**Si a estos elementos se agregan algunos más, en las tres listas pueden surgir combinaciones extrañas.*

2. ¿Hay alguien ahí?

a.- Escuchar atentamente un programa de radio e identificar qué recursos se usan para “llamar la atención” de un oyente distraído.

Cambio en el volumen
Palabras de alarma o altisonantes
Ruidos escandalosos
Repetición
Discurso que interpela directamente al oyente

b.- Pensar entre todos los participantes

1) Acciones concretas que ilustren los recursos dados en la lista.

Ejemplo: Cambio de volumen: bajar la voz del locutor para que parezca que habla en secreto.

2) ¿De qué otras maneras se podría llamar la atención del oyente? Confeccionar una nueva lista e ilustrar cada ítem.

Ejemplo: Dar un dato meteorológico exactamente opuesto al de la verdadera situación del clima. Si es verano, decir que la temperatura no supera los 3 grados de sensación térmica.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 3

Lo primero es el oyente

Demos una vuelta por el *dial*. En menos de 5 minutos comprobaremos que hay noticias, deportes, programas para chicos, para los amantes de la cumbia, para taxistas, para los vecinos de un barrio específico, para colectividades de otros países... La oferta de programas radiales es enorme. Cada programa, a su vez, tiene características propias que apuntan a una franja de público. Esta franja puede estar determinada por el gusto o por las necesidades, por la edad y hasta por la profesión de los oyentes. El sector de audiencia a que está dirigido un programa de radio recibe el nombre de *target*, que en inglés quiere decir *objetivo*.

En el momento de pensar en un programa de radio es necesario plantearse a quiénes va dirigido y por qué. Definir el *target* del programa es el primer paso en la planificación de cualquier programa, ya que la elección de los contenidos, de la música, de los invitados, del horario de transmisión, etc., tiene que ser coherente con el público que va a escuchar. Además, si el programa logra captar las necesidades de una franja determinada de audiencia, atraerá cada vez más oyentes afines.

Pero hay que ser cuidadosos: estudiar a los oyentes para conocer sus gustos y necesidades no significa que la radio deba seguir al pie de la letra aquello de “al público lo que pida”, no. Se trata simplemente de establecer un equilibrio entre lo que las personas están buscando oír y lo que quienes haremos radio tenemos ganas (o creemos que es importante) comunicar. La radio puede buscar también confrontar a los radioescuchas con sus propios gustos e intereses, generar un espacio abierto al intercambio y el enriquecimiento mutuo, sobre todo si se piensa en programas donde la radio puede aportar en la formación general a través de contenidos educativos y culturales.

Pensar en un programa de radio implica pensar en un oyente concreto, no en una idea subjetiva de cómo nos gustaría que fueran los radioescuchas. Hay que prestar atención a esto para verificar que la propuesta radial “sintonice” con las necesidades y expectativas del público real.

Por ejemplo, al pensar en la audiencia juvenil, se tiende a limitar la programación a contenidos musicales, porque ¿a qué chico no le gusta la música?. Pero existen otras opciones. Un programa de radio pensado para jóvenes podría incluir debates con búsquedas de alternativas sobre temas vinculados a conflictos sociales y culturales, en los que se articularían sus preocupaciones y también se buscaría su participación.

Si bien actualmente existen muchos programas dirigidos a un público variable, la masividad del medio radiofónico ocasiona que muchas audiencias queden relegadas. Pensemos por ejemplo que muy pocos programas contemplan al público infantil, las minorías sexuales o las personas mayores.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 3

1.- Chimentos, música o deportes...

Una parte fundamental de todo proyecto radiofónico es conocer las necesidades y gustos específicos de la comunidad a la que está dirigido.

Si la idea es instalar en la escuela una emisora de radio con alcance a los alumnos y autoridades en la propia institución y a tres o cuatro manzanas a la redonda. ¿Qué contenidos debería tener?

Elaborar una ficha con preguntas y respuestas de opción múltiple o utilizar la que se propone a continuación.

Realizar la encuesta a los miembros de la comunidad.

Una vez completada la encuesta, trabajar en grupos para buscar coincidencias y diferencias entre las respuestas.

Exponer las conclusiones de cada grupo.

FICHA TIPO

Nombre del encuestado:

.....

Profesión:..... actividad:.....

Contenidos que debería incluir el programa:

INFORMES METEOROLÓGICOS ()

REPORTAJES ()

RADIOTEATROS ()

CHIMENTOS ()

MÚSICA ()

INFORMACIÓN DEPORTIVA ()

INFORME DE TRÁNSITO DEL BARRIO ()

CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES ()

UNA LÍNEA PARA EMERGENCIAS ()

NECESIDADES DE LA ESCUELA ()

Dejar un espacio (puede ser al reverso de la ficha) para desarrollar ideas en los rubros señalados.

Ejemplo: *NECESIDADES DE LA ESCUELA: Pedido de libros a la comunidad para la biblioteca. Anuncio sobre alguna feria del plato para juntar fondos*

Incorporar un buzón solidario donde la gente del barrio cuente qué podría ofrecerle a la escuela.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 4

Funciones de la radio

La radio es un medio muy económico. Y no solamente para quienes la disfrutan escuchando, sino también para aquellos que la producen. Por esta razón, hacer radio resulta una excelente estrategia a la hora de difundir información, cultura y educación.

De acuerdo con el tipo de comunidad a la que se dirige y, según las circunstancias, la radio puede cumplir diversas funciones.

Brindar información general y particular. Las emisoras de largo alcance habitualmente transmiten noticias nacionales e internacionales; en emisoras más acotadas, la información puede centrarse en hechos que afecten directamente a los miembros de la comunidad: alertar a los vecinos de una posible inundación, por ejemplo, y dónde acudir en caso de evacuación.

Promover la participación ciudadana. Si el caso es que en el barrio hay una inundación, la radio puede pedir colaboraciones para ayudar a los afectados. También puede servir para convocar a los vecinos a participar en una murga, o para encontrar un perro que se perdió. Los mensajes de radio constituyen excelentes herramientas para que la comunidad se organice en torno a problemáticas y necesidades locales.

Difundir conocimientos útiles y cultura. A través de la radio mucha gente aprende cosas importantes, desde recetas de cocina hasta primeros auxilios, se entera cuándo y dónde puede asistir a un espectáculo gratuito, y por supuesto escucha poesías, canciones o cuentos. La radio ha jugado -además- un papel muy importante en campañas de alfabetización a través de programas educativos.

Ser un medio para ejercer la libertad de expresión. La radio permite opinar, discutir, expresar acuerdo o protestar. La libertad de expresión es un derecho humano universal y constituye una condición indispensable para el desarrollo, la democracia y la paz.

Entretener y recrear. No menos importante que las funciones anteriores es la de entretener y acompañar a las personas en su tiempo libre... como escuchar música en soledad o con amigos en una fiesta, compartir con la familia un radioteatro, seguir un partido de fútbol o simplemente escuchar voces amigables después de un día cansado.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 4

1. ¿Para qué sirve la radio?

Se trata de un ejercicio grupal de imaginación para ilustrar las funciones de la radio ya descritas o para pensar funciones nuevas.

Cada grupo propone 3 nuevas funciones que podría cumplir una radio.

Entre las expuestas en el texto y las nuevas, se elige una de las funciones de la radio y se desarrollan los siguientes puntos:

Nombre del programa.

Detalle de la función -objetivo de la emisión.

Mecánica que podría tener el programa.

Ejemplo

Nombre: “¿Qué haces? Tanto tiempo”

Función: Localizar amigos de la infancia a quienes se les perdió la pista.

Mecánica del programa: Los oyentes pueden mandar una carta o correo electrónico con el nombre de la persona que quieren localizar, el lugar donde se conocieron y alguna otra referencia que sirva para unir a los amigos perdidos.

Otro ejemplo

Nombre: *La oferta del día*

Función: *Difundir ofertas especiales de los comercios del barrio.*

Mecánica del programa: *Para participar, los comerciantes proponen una oferta, por ejemplo, una librería puede ofrecer lápices a 2 x 1. La oferta sólo dura un día y ayuda tanto al comercio del barrio como a los vecinos.*

2. Nuevos objetivos

A partir de las funciones de la radio mencionadas en el capítulo, y en función de las necesidades de la comunidad:

Identificar cuándo y de qué manera la radio sirvió para cada uno de esos objetivos.

Discutir en grupo cuáles podrían ser los nuevos objetivos de la radio.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 5

El código radial y sus elementos

Tal como se explicó en el capítulo anterior, la radio implica comunicación. Sabemos que la comunicación sólo es posible cuando se comparte un código (un idioma, una historia, un lenguaje). Igual que cualquier conversación, la comunicación siempre resulta más fluida y rica cuando uno está familiarizado con “el modo de expresarse” del interlocutor: sus ritmos, sus muletillas, las palabras que prefiere, las que inventa y hasta sus *malas* palabras. Esto también ocurre con la comunicación radial: tiene un lenguaje propio que vale la pena conocer para utilizar al máximo.

Cuando hablamos de lenguaje nos referimos entonces a un conjunto de reglas que sirven para generar mensajes de tal modo que esos mensajes sean interpretados lo mejor posible por otros.

Los recursos expresivos de los que se vale la radio para generar mensajes tienen un carácter exclusivamente auditivo.

Los elementos del lenguaje radial son:

I.-La voz

II.-La música

III.-Los efectos sonoros

IV.- El silencio

La articulación y combinación organizada de estos cuatro elementos constituye el código radiofónico propiamente dicho. Este código es compartido por el emisor y el receptor, en la producción del mensaje y en su interpretación respectivamente.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 5

Una historia sin palabras

Narrar una historia brevísima sin palabras. Solamente con una secuencia de sonidos, músicas y silencios.

(Ejemplo:

Ruido de pasos - puerta de que se cierra - ruido de autos y bocinas- ruido de choque fuerte - grito desgarrador- murmullo de gente - ambulancia)

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 6

Elementos del código radial

I: La voz

Muchas veces podemos reconocer a alguien sólo escuchando su voz, y es que cada persona posee una voz única. La voz constituye el elemento radiofónico por excelencia. Su misión es la de emitir mensajes concretos mediante palabras. Como el oyente sólo cuenta con su sentido del oído para percibir la intención o la emoción del mensaje oral transmitido, es necesario que la voz que habla a través de la radio sea clara y expresiva. Sucede que, en radio, de nada sirve gesticular, guiñar los ojos, señalar con el dedo o poner cara de asco: todo eso debe lograrse únicamente con la voz y sus matices.

Los locutores o actores de radio están capacitados para manipular su voz de acuerdo con la intención del mensaje, y son capaces de proyectarla para que ésta sea audible aún para quienes están más lejos o tienen más dificultades para sintonizar la frecuencia. Por supuesto, también cuentan con un entrenamiento adecuado para pronunciar bien las palabras y conseguir la mayor nitidez posible en el discurso, aún cuando improvisen o charlen con naturalidad.

Es deseable, por otra parte, que la voz que “sale” de la radio sea expresiva, es decir, logre generar ritmos, climas o atmósferas y así transmitir emociones a quienes la escuchan.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 6

1. La voz adecuada

Cada participante busca una noticia en el diario y la lee a los demás. Se trata de averiguar cuál es el tono, la velocidad y el timbre más adecuados para cada noticia según su contenido.

Una vez que se encuentra el tono preciso, el participante ensaya y vuelve a leer la noticia con la intencionalidad correcta.

Luego de cumplida la primera etapa, una variante posible de esta actividad consiste en intercambiar las noticias entre los participantes y leerlas con la intención de otra noticia muy diferente. Los contrastes entre contenido y expresividad también generan efectos divertidos e interesantes.

2. ¿Cómo habla la radio?

Escuchar diferentes programas y establecer cual es la relación entre el contenido del programa y las características de las voces de los locutores (velocidad, volumen, expresiones populares o lenguaje culto, inflexiones, tartamudeos, etc...)

De música clásica:

De tango:

De folklore:

De Rock:

Informativo:

Deportivo:

Educativo:

Cultural:

3. Todas las voces, todas

La voz es un instrumento muy complejo con el que se consigue expresar sentimientos, climas y estados de ánimo.

A continuación se muestra un cuadro con dos columnas. La actividad consiste en unir con líneas un elemento de la izquierda con otro de la derecha y probar con la propia voz si es posible conseguir los efectos que se proponen.

Si la voz fuera Podría parecerse a
Fuerte UN TRUENO
Suave UNA CAMPANITA
Cálida UNA NOCHE OSCURA
Estridente UNA BRISA
Monótona UN ESTANQUE
Juvenil UNA TORMENTA
Sensual UN DISPARO
Chillona UNA CERRADURA OXIDADA
Clara UNA OLA

Luego, para seguir el juego, se pueden agregar nuevas propuestas para el cuadro.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 7

Elementos del código radial

II: La música

En un medio que se dirige a los oídos no puede faltar la música. La música es uno de los ingredientes más importantes de la mayoría de los programas de radio, y no sólo de los que se abocan específicamente a la transmisión de canciones, sino también a programas que transmiten noticias, reportajes, radioteatros, etc.

A lo largo de los programas, la música aparece cumpliendo diferentes funciones como auxiliar de la voz.

Al planear un programa de radio, es importante incorporar música que sea coherente con la temática y que acompañe al contenido sin opacarlo.

Se detallan a continuación las diferentes funciones que puede tener la música en los programas radiales.

Cortina principal: Se trata de un fragmento musical que generalmente no dura más de diez segundos. Su función es marcar el comienzo y el final del programa. Permite además que los oyentes lo identifiquen.

Cortinas secundarias: Son fragmentos de ritmos de diversos estilos que se usan durante el desarrollo del programa.

Puente: Es un intermedio musical que dura aproximadamente veinte segundos. En ocasiones, a volumen bajo, se emplea como fondo para la voz.

Separador: Puede contener textos y música, funciona para articular distintos momentos o “bloques” del programa, para presentar secciones fijas, así como para abrir o cerrar bloques.

Ráfaga: Consiste en un pequeño fragmento de música estridente a volumen alto que sirve para llamar la atención de algún oyente distraído.

Fanfarría: Algunos programas utilizan fragmentos de música, generalmente con instrumentos de percusión y metales, para anticipar escenas heroicas o situaciones festivas.

Contenido principal: En los programas musicales se transmiten canciones enteras de diferentes géneros, según el perfil de la emisora y de los oyentes.

Complemento: En algunos programas, que no son específicamente musicales, en ocasiones se presenta alguna canción para ilustrar el tema del que se habla o para hacer una pausa.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 7

1. Música maestros

Trabajo grupal.

Seleccionar tres de los textos con que se trabajó en la actividad del capítulo anterior y armar un programa informativo que contenga los siguientes elementos.

Un fragmento musical como cortina principal de comienzo y final

Un puente a bajo volumen como fondo de las voces

Un separador para incluir entre noticias

Si es pertinente, una o más ráfagas.

El experimento puede grabarse en un casete con varias pruebas hasta hallar la música más precisa.

*Si alguno de los integrantes del programa sabe tocar algún instrumento, los fragmentos musicales pueden ser realizados en vivo.

2. El momento de la crítica

Para saber cómo resultó el programa elaborado en la actividad anterior es necesario que alguien lo escuche.

Tomar en cuenta al oyente es la única manera de saber si nos estamos comunicando adecuadamente o no.

Hacer que otra persona escuche la grabación (puede ser un miembro de la familia o un amigo)

Observar sus reacciones (risa, desconcierto, asentimiento, etc.)

Pedirle al oyente una opinión (sincera) y comentarla con el resto de los participantes del taller.

3. Con cierto desconcierto

Elaborar un programa musical que contenga los siguientes elementos.

El título general del programa y su cortina correspondiente.

Una selección de 3 o 4 temas musicales destinados a un tipo de público o circunstancia particular.

Un intermedio entre tema y tema donde se anuncie el título, autor e intérprete de cada canción.

(Ejemplo:

Programa de música infantil

Título: *Ruidos y ruiditos*

Cortina: *fragmento musical*

Temas: *El reino del revés, Arroz con leche, etc.*

Intermedio: *“Hemos escuchado El reino del revés, de María Elena Walsh, interpretado por...”*)

Grabar el programa en un casete

Mostrar el programa a algunas personas para escuchar sus opiniones. De preferencia conseguir un público adecuado para el tipo de programa.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 8

Elementos del código radial

III: Efectos de sonido

Un portazo, pasos que bajan una escalera, una tormenta de granizo, el ladrido de perros furiosos, un auto que acelera y luego frena de golpe, bocinazos, un choque, la sirena de una ambulancia...

A un infinito número de acciones corresponde un infinito número de ruidos. En radio, a estos ruidos se los llama *efectos de sonido*. Por medio de los sonidos podemos evocar acciones, situaciones, climas y atmósferas.

Junto con las palabras, los efectos de sonido consiguen ilustrar y completar los mensajes para que los oyentes tengan una experiencia más integral de las situaciones presentadas.

En los programas dramáticos se utilizan mucho. Si se los incorpora con imaginación y creatividad, los sonidos son capaces de establecer el escenario, el tiempo y el ambiente psicológico de cada situación presentada.

Al ilustrar textos con efectos de sonido hay que tener cuidado de seleccionar los ruidos más adecuados, sin saturar al oyente, pero sí apelando a su imaginación y su memoria.

Si bien actualmente, gracias a los adelantos tecnológicos, se pueden conseguir grabaciones de una multiplicidad de sonidos, resulta interesante aprender a generar efectos de manera artesanal.

A continuación se presentan una serie de trucos para realizar efectos de sonido:

Ascensor: introduciendo una aspiradora en un balde de plástico.

Cascos de caballos: golpeando dos mitades de cáscara de coco, dos pequeñas macetas de plástico o cualquier par de elementos cóncavos.

Choque: dejando caer trozos de hojalata.

Disparo: sujetar una regla por un extremo y golpear el otro extremo sobre una superficie sólida.

Frenado: escurriendo un dedo mojado sobre una superficie lustrosa.

Fuego: arrugando lentamente papel de celofán, como el que envuelve los caramelos.

Locomotora: frotando dos trozos de madera con papel de lija.

Lluvia: dejando caer sal sobre una hoja de papel.

Olas: golpear con la mano agua en un recipiente.

Pasos: pisar sobre una caja de cartón llena de papeles o golpear con un dedal sobre azúcar y arroz.

Sonido de aviones: utilizando un secador del pelo a distintas velocidades y distancias del micrófono.

Truenos: agitando una lámina grande de metal.

Viento: soplando sobre el micrófono desde distintas distancias.

Voces: dirigiendo nuestra voz hacia latas (si son grandes, mejor) se consiguen voces con resonancias.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 8

1. Un archivo de efectos

Experimentar las propuestas que se indican para crear un archivo de efectos de sonido que pueda ser utiliza-

do para ilustrar los programas que se realicen durante el taller.

Agregar nuevos sonidos inventados por el grupo. Por ejemplo ladridos de perros, una botella que se descorcha, el teclado de una máquina de escribir...

2. Te cuento un cuento

- * Elegir un cuento breve o una leyenda y sonorizarla con música o efectos especiales.
- * Señalar en el texto los momentos más fáciles de sonorizar.
- * Ensayar la narración en voz alta teniendo en cuenta los matices y la intencionalidad del texto.
- * Grabar la narración intercalando los elementos elegidos para sonorizar.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 9

Elementos del código radial

IV: El silencio

Tal como en las conversaciones y en la música, las palabras y los sonidos adquieren significados en contraste con la ausencia total de todo ruido. Por supuesto, es imposible que el silencio ocupe demasiado espacio en un medio cuya principal herramienta es el sonido, sin embargo, saber dosificar los silencios resulta muy útil para equilibrar las palabras, la música y los otros elementos sonoros, con el fin de que la transmisión de mensajes sea clara y efectiva.

El silencio ayuda a jerarquizar y destacar los sonidos que se emiten por la radio, también genera sensación de misterio y expectativa. El silencio, además de funcionar como un indicador de pausas o interrupciones, funciona como un recurso expresivo dentro del discurso.

Si se usa con imaginación, el silencio puede servir para:

Describir ideas o sensaciones. Por ejemplo si se ubica tras una mala noticia.

Dar ritmo a una secuencia de acciones. Por ejemplo, se escuchan pasos, silencio, un grito.

Expresar momentos de expectación, misterio o sorpresa. Por ejemplo antes de dar el resultado de un examen o un sorteo.

Generar reflexión en quien escucha, en ocasiones el locutor deja un espacio de silencio antes de emitir su propia opinión respecto de alguna noticia. De este modo, permite que el oyente tenga tiempo de elaborar ideas propias.

Como pausa, algo así como un signo de puntuación en la escritura.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 9

1. La radio muda

El silencio puede aparecer en la radio en distintas situaciones y con diversos fines. El siguiente cuadro muestra ejemplos del uso del silencio y el efecto que genera.

La actividad consiste en calcular cuánto tiempo (horas, minutos o segundos) puede durar cada momento de silencio.

En esta situación:	Para...	Duración
Antes de anunciar al ganador de un sorteo	generar expectativa	
Después de dar una mala noticia	En señal de respeto	
Durante una entrevista	dar tiempo a quien contesta	
Durante un radioteatro	generar misterio	
Entre dos canciones	Como separador	

Una vez que se ha llenado el cuadro, se recomienda escuchar algunos programas y observar el tiempo que duran los silencios de acuerdo con la situación en que se utilizan.

A partir de la audición, agregar al cuadro otras situaciones donde la radio utilice el silencio como un recurso expresivo.

Elegir alguna de las situaciones nuevas, redactar un texto y grabarlo los silencios correspondientes.

Escuchar las grabaciones y analizar si se logró producir el efecto deseado.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

CAPÍTULO 10

El lenguaje radiofónico y la comunicación

Voces, música, efectos y silencios. Todos estos son elementos expresivos que confluyen en el lenguaje radiofónico. La radio, sin embargo, no se reduce a mezclarlos y combinarlos. *Hacer radio* va mucho más allá: se trata de crear un lenguaje, un código que pueda ser compartido por los radioescuchas. Por eso, para que la radio sea realmente comunicativa, es indispensable que *hable* el mismo idioma que la comunidad a la que apela.

El lenguaje radiofónico debe ser dinámico, flexible y fluido. Su prioridad es la comunicación y para potenciar su poder socializador, su papel crucial como órgano de información al servicio de la comunidad, los mensajes que se emiten tienen que ser claros y alcanzar las orejas de todos.

La radio debe ser capaz de transmitir conceptos, ideas y valores a un grupo significativo de receptores. En el ida y vuelta, estos mensajes se articulan en un espacio de interacción que pone al lenguaje en movimiento, hace circular los discursos y genera respuestas nuevas. Las comunidades se constituyen a través del lenguaje, éste es su marca de identidad por excelencia.

Por eso, al pensar en la realización de programas de radio, deben considerarse los recursos expresivos de la población a la que se dirige. Por ejemplo, si pensamos un programa escolar, el lenguaje, además de ser adecuado para los chicos (sin palabras difíciles, por ejemplo), debe incluir alusiones a sus problemáticas cotidianas, a sus referentes, etc.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 10

1. Para no hablar en chino

Realizar entre todos un “diccionario de la comunidad”. Para hacerlo es necesario emprender una *investigación* en la comunidad a la que se dirigirá.

Puede confeccionarse un breve cuestionario para recabar datos interesantes.

Ejemplo de cuestionario:

Si el programa fuera para los vecinos de un barrio determinado

¿Cómo le dicen al almacenero que siempre fía?

¿Con qué nombre se conoce la plaza central?

¿Cuál es la esquina de reunión más habitual?

* En este relevamiento -además- se podría proponer a los vecinos que bauticen un bache que la municipalidad nunca arregla -por ejemplo- o situaciones por el estilo, que impliquen la creación de un código zonal propio.

Ejemplo de “Diccionario”

Si el programa estuviera dirigido exclusivamente a la comunidad escolar, averiguar cómo llaman los alumnos a las distintas materias, cómo se llama el equipo de fútbol del colegio, cuáles son los grupos musicales que prefieren, qué escritores han leído.

* Para profundizar la investigación, se sugiere preguntar a los padres y/o abuelos de los alumnos cómo llam-

aban ellos a los prototipos (chupamedias, traga, etc) y cuáles eran las “travesuras” más habituales.

2. Hablando se entiende la gente

A continuación presentamos una lista de requisitos para la comunicación radial.

La actividad consiste en señalar –y discutir, si es necesario– los puntos que consideran falsos y los que consideran verdaderos.

“Decálogo de la buena comunicación radial”

El locutor debe hablar varios idiomas

El locutor no debe hablar con la boca llena

La música debe ser siempre suave

La música debe ajustarse a las características del programa y la audiencia

Los silencios no deben ser muy prolongados

Todos los programas deben durar una hora

Las noticias no se musicalizan

Las voces tienen que ser claras

Se abordan temas que interesen a la comunidad

Es necesario tener un satélite de comunicación

Para seguir el juego se sugiere que cada integrante del taller agregue un elemento verdadero para lograr que la comunicación de la radio sea más efectiva.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 11

¡Extra, extra!

Se dice por ahí que hoy vivimos en “la era de la información” y en cierto sentido es así. Hoy, más que nunca, las personas tenemos un acceso casi ilimitado a conocer lo que ocurre a nuestro alrededor, en el barrio, el país y en el resto del mundo. La información está por todas partes. Ahora bien: ¿significa esto que estamos informados?. No necesariamente porque, aunque parezca mentira, el exceso de información satura y esto genera des-información.

Por otra parte, hay distintas maneras de contar una misma noticia; de cómo esto se lleve a cabo también depende que se esté informando realmente o no. Pongamos por caso, una noticia que habla de la guerra y que, en vez de explicar cuáles son los intereses en pugna, se detiene en detallar con cifras y firuletes la cantidad y tipo de armamento utilizado, la cantidad de soldados, etc. Obviamente, se dan muchos datos pero no se brinda la información necesaria para que se pueda comprender verdaderamente el por qué de la contienda.

Por eso, al pensar en un programa informativo, resulta muy importante saber identificar cuáles son realmente las noticias que tienen un interés especial para el público al que se dirige el programa y de qué modo se las debe emitir. Pero ¿cómo distinguir estas noticias entre el gran universo informativo que se presenta? Por un lado hay que priorizar según a) su importancia general, es decir cómo afecta al grueso de la población (de una región, de un país o a nivel mundial) o b) su relevancia particular, es decir cómo afecta a la comunidad donde se emite. Por otro lado, una vez hecha la elección, se debe seleccionar qué aspectos de la noticia constituyen un aporte clarificador.

La función primordial de los programas periodísticos es brindar información a la comunidad. Según el tratamiento que le dan a la información, podemos dividir estos programas en:

Periodismo informativo: Su objetivo es que la gente se entere de un hecho ocurrido. En este rubro se encuentran las notas, las crónicas, las semblanzas, los boletines, breves entrevistas, reportes y corresponsalías. Vale la pena aclarar que lo *informativo* no es sinónimo de *objetivo*... el mismo hecho puede dar lugar a noticias muy diferentes, todo depende de cómo se trata y se transmite una información.

Periodismo de opinión o interpretativo: Además de informar, su objetivo es explicar determinado hecho. Una persona —de preferencia alguien que tenga conocimiento del tema planteado o haya investigado previamente— realiza comentarios acerca de la noticia, ampliando la información con otros referentes, tales como entrevistas de profundidad, encuestas, etc. En este rubro se incluyen opiniones, reportajes y documentales.

Periodismo de investigación: Su objetivo es revelar determinado hecho. Para hacerlo, se cuenta con un equipo de investigación que indaga acerca de un tema y expone sus resultados. Este tipo de periodismo generalmente está muy ligado a la denuncia pública.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 11

1. Crónicas, semblanzas, bombón helado....

En la columna de la izquierda se dan una serie de recursos periodísticos mediante los cuales puede brindarse una noticia.

En la columna de la derecha, hay una serie de definiciones cada una de las cuales corresponde a uno de los recursos enumerados.

Unir cada recurso con su definición correspondiente

Las crónicas

1

Se trata de una nota que envía un periodista que trabaja en alguna localidad alejada o en otro país. Este periodista sólo participa de la radio cuando ocurre algo trascendente en su lugar de residencia.

Los reportajes

2

Reciben ese nombre porque se trata de notas que dan cuenta de un acontecimiento a lo largo de un tiempo determinado. Por ejemplo el reporte de una jornada de elecciones, donde además de los resultados finales, se relata el desarrollo de los hechos del día.

Los boletines

3

A través de un diálogo compuesto de preguntas y respuestas, el periodista obtiene información directa de alguna persona importante o famosa.

Las semblanzas

4

Son noticias breves que generalmente provienen de una agencia de noticias. También se les llama así a las noticias de último momento, que pueden interrumpir la transmisión en cualquier momento.

Las corresponsalías

5

Se relata la vida o la trayectoria profesional de un personaje famoso. Generalmente se emplean para hacer homenajes u obituarios, o simplemente para señalar la importancia de alguna persona.

Solución: crónicas - 2/ reportajes- 3/ boletines- 4/ semblanzas- 5/ corresponsalías -1

2. ¿Y eso qué me importa?

Se trata de identificar cuáles son los temas de interés de la comunidad a la que se dirigirá el programa informativo.

Elaborar una ficha con distintos temas.

Repartir dos o tres fichas a cada participante del taller para que realicen una encuesta entre personas allegadas. Con las fichas ya completas, trabajar en grupos para buscar coincidencias y diferencias entre las respuestas. Intentar alguna conclusión

ENCUESTA TIPO:

Nombre del encuestado:

Profesión o actividad:.....

Señale con una X los temas de los que le interesaría tener información. Y a continuación dé un ejemplo

CHIMENTOS DE LA FARÁNDULA ()

CHIMENTOS DEL BARRIO ()

POLÍTICA NACIONAL ()

POLÍTICA INTERNACIONAL ()

POLÍTICA MUNICIPAL ()

ECOLOGÍA ()

ECONOMÍA ()

DESOCUPACIÓN ()

PIQUETEROS ()
MOVIMIENTOS SOCIALES ().....
DERECHOS HUMANOS ().....
CULTURA Y ESPECTÁCULOS ()
OTROS.....

3. De todo un poco.

Partir del siguiente suceso: hay elecciones de presidente y vice en el zoológico. Tanto los candidatos como los votantes son animales. Se conoce a los ganadores.

En tres grupos, contar la noticia de acuerdo con los distintos tipos de periodismo expuestos.

Ejemplos:

Periodismo informativo: Anuncian los resultados de las elecciones. Se da el nombre del ganador o la ganadora, el número de votos y fecha en que comenzará la gestión.

Periodismo de opinión o interpretativo: Se forma un panel de personas o animales que opinan acerca de las elecciones, dando distintos puntos de vista y escuchando llamados del público.

Periodismo de investigación: El equipo de investigación descubre que hubo un fraude en las elecciones, presenta las pruebas y las fuentes (documentos o entrevistas) y explica el proceso de investigación.

4. Objetividad... una palabra complicada

Un ejercicio divertido para observar cómo las perspectivas del mismo episodio pueden ser totalmente distintas.

Procurar que todos los participantes sean “testigos” de un mismo episodio (por ejemplo, un acto escolar o una marcha en la comunidad).

Cada uno debe escribir el episodio en forma de noticia y grabarlo.

Compartir entre todos las grabaciones para ver la diferencia entre las distintas versiones.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 12

Síntesis informativa

Además de los programas dedicados íntegramente a la información, es habitual que las emisoras transmitan un panorama o síntesis informativa que contiene los títulos principales así como un breve desarrollo de las noticias más destacadas hasta el momento. Duran aproximadamente 3 minutos y se presentan cada hora o cada media hora.

La lectura de esta síntesis informativa está a cargo de locutores. Algunas emisoras tienen locutores que se encargan exclusivamente de leer las síntesis, en tal caso suelen ser presentados por los conductores o locutores del programa. En otras emisoras los informativos son leídos por el propio conductor del programa.

Como con todos los textos que se leen en radio, el locutor o conductor que lee la síntesis informativa debe expresarse con claridad y precisión, cuidando no cometer errores en la lectura, para que los oyentes no tengan dificultades al escucharlo.

El locutor recibe las notas que escribe el redactor y las lee para el oyente, en este sentido, su papel es el de intermediario entre el redactor y los oyentes. De él depende que la información llegue a destino. Es necesario leer con cuidado, sobre todo si se trata de una noticia “de último momento” (o *flash* informativo), cuando no hay tiempo suficiente para ensayar o hacer una rápida lectura previa. Se dice por ahí que un texto inadecuado no siempre puede ser salvado por una buena lectura... y una lectura incorrecta puede arruinar un buen texto.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 12

1. Aprender escuchando

Escuchar algunas síntesis informativas de radios reconocidas

Identificar:

- * Similitudes y diferencias - a grandes rasgos-
 - * Tipo de noticias que se brindan
 - * Tiempo de duración
 - * Cómo son las cortinas musicales, si las hay.
 - * Número de personas que leen las noticias
- * Comentar cuál es la síntesis informativa que más le ha gustado a cada uno y por qué.

2. Hay que ser sintéticos

Armar una síntesis informativa a partir de noticias recopiladas en los recreos.

En grupos, definir

Cuánto tiempo debe durar cada noticia

Cuánto tiempo dura todo el informativo

Qué música usar para acompañar las noticias

Grabar el informativo para que otros lo escuchen.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 13

Estructura de la noticia

Ya hemos comentado que la radio tiene un lenguaje propio. Cuando se trata de realizar un programa informativo esto debe ser tomado muy en serio. A diferencia de otros medios que refuerzan la información con imágenes –como la televisión– o que ofrecen la posibilidad de relectura –como los diarios o las páginas de internet–, la radio tiene una limitación: la noticia que se emite se esfuma con la rapidez con que fue dicha, por más atentos que sean los oyentes. Por otro lado, la radio cuenta con una gran ventaja: las noticias se emiten de manera instantánea, prácticamente en el momento en que ocurren, no es necesario esperar una edición televisiva o una impresión, como en el caso de los medios gráficos.

Por estas razones (ventajas y desventajas), redactar noticias para radio propone un reto: el suceso que se expone debe comprenderse de una sola vez; debe despertar el interés inmediatamente y adelantar información para ampliarla posteriormente.

Al presentar una noticia radial hay que tener en cuenta los siguientes parámetros:

Actualidad. La noticia debe dar cuenta de un hecho que ocurre y que debe ser conocido por el público. Por supuesto, siempre y cuando sea de interés para la audiencia.

Claridad, Precisión y Sencillez: Debe poder asimilarse fácilmente. La redacción no debe contener demasiados datos estadísticos o cifras económicas. Hay que elegir únicamente los datos numéricos significativos para la noticia.

Brevidad (sin fragmentación). Por su carácter de audición, la noticia en radio no puede ser exhaustiva, debe ser sintética para que el oyente retenga las partes más relevantes.

El esquema clásico para la presentación de noticias en radio es el siguiente:

Encabezado o arranque: hace las veces de título de la noticia, debe ser atractivo para llamar la atención al oyente.

Entrada: Es un solo párrafo o una frase corta que exponga lo más significativo de la noticia. Cuando ocurre un hecho importante, la entrada puede repetirse varias veces a lo largo de la transmisión, con el fin de poner al tanto a los oyentes que encienden la radio en cualquier momento y desean conocer el acontecimiento.

Narración. La noticia, para ser completa, debe responder a las preguntas básicas de la información: ¿qué? o ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo? y ¿cómo?

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 13

1. ¡Atención todos!

A partir de la siguiente lista de conceptos, redactar expresiones de “arranque” o encabezado que anuncien las noticias correspondientes.

Accidente en la ruta: _____

Incendio en una casa de ropa: _____

Protesta estudiantil por falta de vidrios en una escuela: _____

Censura de una publicación: _____

Estreno de una película: _____

Luego de tener el encabezado, redactar la entrada y el desarrollo de alguna de las noticias. Antes de encarar esta segunda parte de la actividad se recomienda leer el capítulo que sigue.

Grabar los resultados en un casete para que otros lo escuchen y comenten.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 14

La redacción de noticias

La noticia es nada más y nada menos que un género literario, es decir que su construcción tiene rasgos característicos que la distinguen de otras formas de expresión escrita. No hay que olvidar que un texto radiofónico está escrito para que alguien lo lea y alguien lo escuche.

Una parte fundamental de los programas informativos recae en los redactores. Ellos son los encargados de escribir las noticias que luego leerá el locutor.

Algunos consejos prácticos para redactores que recién empiezan:

Como en cualquier escrito, es indispensable usar correctamente los signos de puntuación.

No hay que abusar de las comas para no hacer oraciones subordinadas que pueden causar confusión. En general se recomienda escribir frases breves separadas por puntos.

No tiene mucho sentido emplear los puntos suspensivos, porque significan un silencio que puede afectar el ritmo de lectura.

Es mejor evitar los signos de interrogación, ya que las noticias en general afirman algo, no interrogan. Lo mismo ocurre con los signos de admiración, que implican una opinión.

Para destacar la actualidad de la información, hay que privilegiar el tiempo presente. También resulta apropiado alternar dos tiempos verbales, así se imprime énfasis, por ejemplo: “Se aprueba la ley de medicamentos genéricos. Esta mañana lo anunció el ministro de salud en...”

Es recomendable usar la voz activa en lugar de la voz pasiva. La voz activa es más enfática y por lo tanto genera mayor impacto. Por ejemplo, “Tres hombres robaron el banco” (voz activa) en lugar de “El banco fue robado por tres individuos” (voz pasiva).

Lo más simple, en la redacción de radio, es lo más efectivo. Por eso, más vale usar oraciones simples: sujeto-verbo-complemento. Por ejemplo: “El nuevo intendente de Pirané asumió sus funciones esta tarde” en lugar de “Asumió sus funciones esta tarde el nuevo intendente de Pirané”.

No abusar de los adjetivos, ya que pueden distraer la atención y entorpecer la fluidez de la lectura.

Evitar el uso de adverbios terminados en “-mente”, o usarlos lo menos posible, ya que provocan rimas internas en el discurso.

Se recomienda buscar sinónimos para sustituir las palabras difíciles de pronunciar o de comprender. Si es indispensable utilizarlas, se vale explicarlas en el mismo texto.

Utilizar los nombres en lugar de los pronombres. Si se usa demasiado él, ella, nosotros, el oyente pierde la noción de sobre quién se está hablando, o sea: pierde el sujeto.

Evitar las citas personales ya que el auditorio no ve las comillas y puede confundir una opinión o declaración con un hecho que ha ocurrido. Una manera de incluirlas es recurriendo al “estilo indirecto”, es decir, en lugar de transcribir la declaración o la cita, referirla de este modo: “El presidente dijo que no habrá aumento en el precio del transporte”, en lugar de “No habrá aumento...”

Evitar los datos estadísticos o cifras largas. Es mejor redondearlas.

Nunca comenzar una noticia con el nombre de una persona que no es conocida por la audiencia, ni con una pregunta ni con números.

Es importante dar la fuente que suministra la información de esa noticia.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 14

1. La noticia desquiciada

Para ejercitar la redacción de noticias, proponemos realizar un juego de unión de elementos.

Se presentan seis columnas con las preguntas esenciales que la noticia debe responder.

Cada participante tira un dado por cada columna para tener un elemento de cada columna. El seis es comodín

El juego consiste en desarrollar una noticia con estos elementos. La escritura debe tener coherencia, ritmo y buena redacción... aún a pesar de que el sentido pueda resultar estrafalario...

¿CUÁNDO? ¿QUIÉN? ¿QUÉ? ¿DÓNDE? ¿CÓMO? ¿POR QUÉ?

El pasado jueves

famosa bailarina Presentará un espectáculo En el Teatro Colón Bailará danzas folclóricas A
beneficio de un colegio rural

Anoche El diputado Jaime Río De Losotros
Se quedó mudo En un partido de fútbol Gritaba improperios al árbitro Su equipo
iba perdiendo

Esta mañana El perro de los López Mordió al cartero En la esquina de su casa Mordida en el
muslo izquierdo Por tocar el timbre insistentemente

Hoy Científicos brasileños Declararon que están por descubrir una vacuna contra el mal humor
En el laboratorio “Alegria brasilera” S.A. Serán capaces de procesar la enzima de la depresión.
Para obtener el monopolio de la industria farmacéutica.

En este momento Los estudiantes de quinto grado Organizaron una colecta En el barrio cer-
cano al colegio Piden material escolar Para donar a alumnos de colegios sin recursos

Ejemplo:

En este momento / El perro de los López / Se quedó mudo / En el laboratorio “Alegria brasilera” S.A. /
Bailará danzas folclóricas / Para donar a alumnos de colegios sin recursos.

“Un perro mudo”

En este momento, el perro de los López acaba de quedarse mudo. El hecho ocurrió en el laboratorio “Alegria brasilera” S.A., mientras se presentaba un festival de danzas folclóricas. Aún se desconoce el motivo del perro para asistir al festival, pero se cree que su intención era apoyar las donaciones a alumnos de colegios sin recursos. Ampliaremos.

2 ¿Cuántas palabras caben en un minuto?

Esta actividad tiene por objetivo, averiguar cuánto hay que escribir para redactar una noticia que se emitirá en un informativo radial

- * Escuchar un informativo y averiguar cuánto tiempo dura cada noticia
- * Calcular cuántas palabras caben en ese tiempo. Para hacerlo, leer algún texto en voz alta y cortar la lectura cuando se cumpla el tiempo que se le ha calculado a cada noticia
- * Contar de cuántas palabras se compone el fragmento de texto leído.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 15

La entrevista y el reportaje

La entrevista es un género periodístico que enriquece los programas informativos. Se trata, además, de un recurso muy adecuado para las características propias de la radio. No sólo permite dar a conocer información o profundizar en el conocimiento de los hechos, sino que resulta excelente para acercarse a los protagonistas de los sucesos.

Cuando una entrevista es interesante, ya sea por la calidad de las preguntas y las respuestas, como por la personalidad del entrevistado, constituye un mecanismo ideal para emular una de las formas más atractivas de la comunicación humana: el diálogo.

La interacción entre el periodista y el entrevistado produce un eco especial en el oyente, un efecto de aproximación que lo incluye en el clima de la conversación.

Los componentes básicos de la entrevista en radio son muy similares a los de la entrevista gráfica: el periodista realiza un interrogatorio a una persona que posee información que interesa difundir, o a una persona cuya trayectoria merece reconocimiento y homenaje.

La entrevista puede ser tan sustanciosa como para constituir un programa por sí misma. Hay programas que se basan en una larga e intensa entrevista a una personalidad.

Según la técnica que se aplique, la entrevista puede ser:

Indirecta: En algunas circunstancias, el periodista o locutor narra las respuestas que dio el entrevistado durante una entrevista previa. Aunque no es muy frecuente, se utiliza cuando se trata de reportajes importantes enviados por agencias informativas o cuando –tal vez por accidente– el grabador no registró la entrevista y el periodista sólo posee anotaciones.

Directa: Difunde las declaraciones del entrevistado a través de su propia voz, puede ser presencial o telefónica y emitirse en el mismo momento que se realiza, puede estar grabada previamente y difundirse en forma diferida.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 15

1. Entre la ficción y la realidad

Redactar una entrevista imaginaria a algún personaje famoso (un músico, un escritor, un deportista, un político, etc).

Al elaborar las preguntas y las respuestas, es importante considerar:

El tema de la entrevista

La duración

La personalidad del entrevistado (si es una persona amable, si contesta directamente o cambia de tema, etc.)

2. Un poco de práctica

Por parejas, actuar una entrevista tomada de algún medio gráfico. Tomar uno el rol de entrevistado y otro el

de entrevistador

Intentar que, tanto el entrevistador como el entrevistado jueguen con las inflexiones de la voz y los silencios significativos para hacer más interesante la entrevista.

Grabar la actuación en un casete para que los otros la escuchen.

3. En vivo y en directo

Invitar al taller a una personalidad conocida por la mayoría de los integrantes (puede ser un escritor cuya obra haya sido previamente leída)

Preparar algunas preguntas para formular pero, sobre todo, informarse bien acerca de la persona que será entrevistada

Llevar a cabo un reportaje abierto en lugar y fecha preestablecidos.

Grabar la entrevista

Extraer los momentos más importantes y grabarlos en cinta aparte.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 16

A hacer entrevistas

El éxito o fracaso de una entrevista depende de múltiples factores. Entre ellos, que sea interesante para los oyentes, que tenga actualidad y, por supuesto, que sea entretenida. Esto se logra más fácilmente cuando el entrevistador cuenta con una base sólida de documentación o conocimiento sobre el tema y el entrevistado.

Aunque cada entrevista es única, existe una estructura básica que consiste en una breve introducción, donde se presenta al entrevistado y se expone el tema a tratar; un desarrollo, que consiste en la sucesión de preguntas y respuestas; y finalmente un cierre o conclusión, siempre basado en lo que se trató durante la entrevista.

¿Cómo preguntar?

Primero que nada, es muy importante mencionar el nombre del entrevistado en la presentación, el desarrollo y el cierre de la entrevista, porque muchos oyentes pueden no haber estado atentos, o recién encendieron la radio (nunca se sabe).

Para que la entrevista sea amena, es preferible que las preguntas sean claras, es decir: cortas, concisas y directas. Si el entrevistado no entiende la pregunta es posible que ésta esté mal formulada, y entonces la entrevista se vuelve torpe y complicada para el oyente. Además, si la pregunta es clara, se evita que el entrevistado responda con otra pregunta o con cualquier otro tema...

Para que la entrevista no parezca un formulario o una encuesta donde sólo basta con contestar “sí”, “no” o “no sé”, hay que formular preguntas conceptuales. Por ejemplo, al entrevistar a un escritor, en lugar de preguntarle “¿escribía ya en su juventud?”, mejor preguntar: “¿qué lo motivó a escribir cuando era muy joven?”. De este modo, el entrevistado se explayará y dará una respuesta más nutrida.

A veces ocurre que el invitado es un especialista en un tema determinado y le gusta utilizar términos muy técnicos. En estos casos, el periodista debe tratar de hacer preguntas justamente para aclarar esas palabras, pensando en los oyentes.

Una última cosa: El entrevistado tiene derecho a no responder y el periodista tiene derecho a preguntar... ¡ambos derechos deben respetarse!.

Recomendaciones para hacer entrevistas:

- Tener pensadas o anotadas algunas preguntas
- Disponer de información sobre el entrevistado
- Mantener antes una conversación informal con el entrevistado
- Ser siempre respetuoso y cordial con el entrevistado
- Recordar que el protagonista es el entrevistado
- Estar alerta a las respuestas, de ahí pueden surgir nuevas preguntas
- Evitar –sin interrumpir– que el entrevistado se extienda demasiado y se salga del tema.

Cuando la entrevista es grabada con anterioridad, pueden hacerse correcciones sobre las intervenciones de ambos participantes, siempre y cuando las preguntas o las respuestas no traicionen el espíritu de las declaraciones del entrevistado. Sin ir más lejos, alterar declaraciones es un delito.

Las entrevistas grabadas pueden transmitirse de diversas maneras:

En crudo: se difunde íntegramente como fue realizada. Sólo se diferencia de la entrevista en vivo por la falta de simultaneidad.

Extractada: se selecciona un tramo de la grabación, el más importante o el que se quiere destacar. Luego el periodista completa la información con un resumen de lo expresado por el entrevistado sobre otros temas.

Editada: es una compaginación realizada mediante la articulación de diferentes partes de la entrevista original. Requiere un trabajo preciso y cuidadoso. Otorga la posibilidad de cambiar de orden, formular mejor las preguntas, reducir las respuestas muy extensas y separar las respuestas que abordan más de un tema.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 16

1. Estamos en vivo con...

En parejas, realizar una entrevista a algún miembro de la comunidad. Puede ser la directora del colegio, el quiosquero o una persona anciana de la zona. Otros entrevistados pueden ser: líderes sociales, representantes de pueblos indígenas etc.

Grabar la entrevista en vivo.

Mostrar la entrevista al resto de los participantes para que, entre todos o por grupos, realicen un comentario que incluya al menos tres cosas que les gustaron y por qué y tres cosas que consideran que podrían mejorar.

MODELO “FICHA DE ANÁLISIS”

Equipo _____

Entrevistó a _____

La entrevista fue:

ENTRETENIDA

INTERESANTE

ABURRIDA

LARGA

CORTA

ACTUAL

(agregar tres adjetivos nuevos para ayudar a definir la entrevista)

El entrevistador:

HIZO UNA PRESENTACIÓN COMPLETA

CONOCÍA EL TEMA

CONOCÍA AL ENTREVISTADO

HIZO PREGUNTAS CLARAS

EJERCIO SU DERECHO A PREGUNTAR

ESTABA IMPROVISANDO

TENÍA PREGUNTAS PREPARADAS

FUE CORTÉS

HIZO UN CIERRE COMPLETO

(agregar otras tres características del desempeño del entrevistador para analizar su desempeño)

El entrevistado:

ENTENDIÓ TODAS LAS PREGUNTAS

CAMBIABA DE TEMA

NO QUISO CONTESTAR CIERTAS PREGUNTAS

(agregar otras tres características que escuchaste de parte del entrevistado)

Finalmente, se analizarán las entrevistas dando sugerencias y opiniones generales.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 17

La polémica en radio

Existen varias maneras de brindar información a través de la radio. Una de ellas consiste en confrontar distintas opiniones y puntos de vista acerca de un tema determinado con el fin de ofrecer a los oyentes una mayor variedad de posturas e ideas alrededor de una misma cuestión.

La polémica o la controversia implica ofrecer información mediante la exposición de opiniones encontradas sobre un mismo tema. En esta dinámica, un participante sostiene ciertas afirmaciones y se opone a las del otro participante.

Hay distintas maneras de presentar polémicas en la radio:

La mesa redonda: Se trata de un encuentro presencial entre varias personas, representantes de diferentes polos, para ofrecer un punto de vista sobre el tema a debatir. La reunión puede tener lugar en la radio misma o en cualquier otra parte a donde -por ejemplo- se permita la asistencia de público. Los temas expuestos pueden ser contrapuestos o complementarios. Por ejemplo: una reunión de especialistas en literatura argentina regional. Cada integrante de la mesa expresa su opinión –a favor o en contra– de la necesidad de promover ediciones populares sobre relatos de las distintas regiones del país.

El debate: Es una forma más viva de la polémica. Se produce un enfrentamiento abierto de dos posturas radicalmente opuestas. Del debate deben desprenderse los datos necesarios para justificar cada postura y, en consecuencia, para esclarecer el tema acerca del cual se polemiza. Del resultado del debate surge un posicionamiento del público al lado de una postura o de otra.

Tanto en la mesa redonda como en el debate, el periodista juega un papel fundamental. Es él quien selecciona a los personajes más representativos para que participen y aporten información. A la vez tiene la responsabilidad de generar un intercambio interesante entre los presentes para que la polémica resulte atractiva y ágil. El moderador, además, debe tener un buen conocimiento del tema que se trata. Lo fundamental en este género reside en el propio enfrentamiento dialéctico, es decir en un diálogo que se desarrolla con respeto. Además, hay que tener en cuenta que, en radio, si las personas hablan al mismo tiempo, el oyente no entenderá nada.

Estructura básica de la polémica:

El periodista presenta el tema brevemente e identifica a los participantes, comentando las razones de su presencia (la presentación es rápida y escueta).

El moderador da curso a la primera ronda de exposiciones, donde los invitados definen su posición. Es recomendable establecer un límite de tiempo igual para cada uno.

Poco a poco se introducen diversos aspectos del tema en discusión.

El moderador da curso al primer turno de refutaciones.

Luego de la primera ronda, las intervenciones no siguen un orden rígido. El moderador da lugar a las intervenciones y cuida que ningún invitado ocupe el espacio de los restantes o desvíe el tema.

El periodista a cargo de la moderación no presenta sus opiniones.

El moderador cerrará la mesa redonda con una síntesis donde se exponen con claridad las conclusiones o un breve resumen de las posiciones encontradas.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 17

Y en esta esquinaaa.....

- 1)Hacer un listado de los temas conflictivos que interesan al grupo o a la comunidad donde se encuentran.
- 2)Por grupos reunirse alrededor de una mesa y generar una discusión alrededor del tema que se considere prioritario. De hecho, este puede considerarse un primer debate, en caso de que no haya acuerdo.
- 3)Fijar un tiempo para la intervención de cada integrante de la mesa.
- 4)Establecer un moderador.

2. Orden de prioridades

Casi cualquier tema puede ser materia prima de una polémica, sin embargo, con el fin de que la discusión resulte constructiva para la comunidad, es importante conocer las problemáticas más recurrentes de la misma.

En la columna de la izquierda se proponen varios personajes.

En la columna de la derecha se muestran distintas problemáticas.

Elegir 3 problemáticas para cada personaje, numerarlas del 3 al 1 según el orden de importancia.

Argumentar la elección y la priorización. Si las elecciones generan polémica, se puede armar un debate interesante.

UN ALUMNO DE ESCUELA RURAL el precio de la leche

UN ALUMNO DE ESCUELA URBANA la contaminación sonora

UN TAXISTA la guerra en Irak

UN DESOCUPADO la falta de agua potable

UNA AMA DE CASA la falta de iluminación en algunas zonas

UN PASEADOR DE PERROS la falta de medios de transportes

UN DEPORTISTA el incremento de gripe

UNA PERSONA MAYOR las inundaciones

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 18

El documental

Otra forma de presentar polémica en radio es a través del documental. A diferencia de las mesas redondas o los debates, el interés del documental reside en el tema que se presenta y no en el enfrentamiento de las partes. Además, los documentales no se presentan en vivo, sino que son grabados con anterioridad y transmitidos tras una edición y un montaje donde se seleccionan los momentos más significativos.

La función del documental es aportar datos explicativos acerca de un tema polémico, ofreciendo documentación de todas las opiniones contrapuestas, del contexto y de las personas implicadas. Los datos aportados por el documental se recogen en el mismo lugar de los hechos y se ilustran con las opiniones de los protagonistas y de expertos.

Como en toda polémica, el papel del periodista es de guía: debe tratar de no centrarse en su propia opinión, sino exponer datos contrapuestos.

Casi cualquier tema es propicio para realizar un documental, ya que hay asuntos que si bien en este momento no se discuten ni están en el centro de la escena, no por ello son menos interesantes.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 18

1. Testimonios de todas partes

Para hacer un documental (en este caso de radio) vale usar todos los recursos periodísticos y literarios posibles: desde la grabación de testimonios hasta la lectura de textos de ficción ilustrativos.

Hacer una lista de los elementos que cada uno incluiría en un documental sobre alguno de los temas que se sugieren a continuación

Fumadores y no fumadores en lugares públicos

La necesidad de pavimentar las calles en un barrio

Deserción escolar

Emprendimientos para salir de la crisis

Ecología casera

Desocupación de los padres

Chicos que trabajan y estudian

Embarazo en adolescentes

Acceso a la atención de la salud en la comunidad

Relación con las drogas en la adolescencia

Violencia en las calles

Ejemplo:

Fumadores y no fumadores en lugares públicos

Entrevistar a un médico para conocer los riesgos en la salud.

Averiguar la legislación al respecto.

Realizar un relevamiento de los bares y restaurantes del barrio para saber si se cumplen las normas.

Recoger testimonios y opiniones de fumadores y no fumadores.

¿Quiénes fuman en la escuela?

2. Sonidos y documentos

Una vez elegido un tema, también es importante pensar con qué sonidos puede ilustrarse el documental. Hacer una lista de la música y efectos de sonido que podrían acompañar el material del documental.

Ejemplo:

Fumadores y no fumadores en lugares públicos

Audio de personas tosiendo

Tema musical: “Fumando espero”

Fragmentos de publicidades de cigarrillos

3. A producir

A partir de las dos actividades anteriores, elegir uno de los temas –el que resulte más interesante o más viable– y producir el documental.

El trabajo debe dividirse para que cada uno aporte un testimonio y finalmente se edite y se grabe.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 19

Fuentes de información

Como veremos más adelante, la información es un derecho ciudadano. La responsabilidad de los medios que transmiten noticias es que esa información sea fidedigna y auténtica.

Los periodistas obtienen la información de diversas maneras:

Por observación personal.

A través de un testigo o participante del hecho.

Por intermedio de personas que les proveen datos o referencias.

Por agencias periodísticas que envían información a los medios.

Los recursos por medio de los cuales los periodistas obtienen los datos que dan al público se denominan fuentes. Una regla de oro de los periodistas es verificar los datos que se consiguen antes de dar la noticia.

Generalmente las fuentes se mencionan, porque constituyen a su vez un dato relevante. En algunos casos, sin embargo, es necesario mantenerla en secreto, por ejemplo cuando se trata de una confidencia personal, o si la información compromete a quien la comunicó. La reserva de las fuentes constituye una garantía para el ejercicio independiente del periodismo.

La fuente se puede mencionar de distintas maneras.

Fuente Directa: se identifica a la fuente, por ejemplo: “el Ministro de Defensa dijo que los responsables eran los jefes militares...”. En este caso la fuente es el ministro.

Fuente con reservas: no se indica la fuente original, sino el ámbito general, por ejemplo: “fuentes de la Casa Rosada pidieron...”. En este caso la información proviene de la Casa Rosada, pero no se revela el nombre de la persona que la dio.

Fuente de reserva obligada: la fuente se mantiene en secreto.

Fuente de reserva total: no se puede difundir la información, ni siquiera manteniendo en secreto la fuente. El periodista retiene la información misma que no llega a ser noticia. Constituye una grave falta ética violar esta norma. No hay que abusar de esta clase de fuentes, ya que los artículos basados exclusivamente en fuentes reservadas generan dudas acerca de su autenticidad.

Al realizar una nota periodística se consulta a personas (fuentes) especialistas en el tema o vinculadas al acontecimiento, en ese caso hablamos de **fuentes primarias**. La nota también puede incluir información contextual que provenga de otras fuentes, en ese caso decimos que se trata de **Fuentes secundarias** (publicaciones, libros, archivos, etc.)

Información de agencias nacionales y extranjeras

Una noticia enviada por una agencia periodística se denomina “despacho o cable”. Las agencias cuentan con sus propios equipos periodísticos y sus propias fuentes. Su labor es registrar los acontecimientos y vender la información a los medios, que son quienes se encargan de comunicarlo a los ciudadanos.

En Argentina existen varias agencias: TELAM (Teledifusora Americana) pertenece al Estado nacional; N.A.:

(Noticias Argentinas); D.Y.N.: (Diarios y Noticias)

La información del exterior llega a través de agencias extranjeras, por ejemplo REUTERS de Gran Bretaña o ANSA de Italia.

Además de los periodistas que trabajan en la sede principal, los medios cuentan con corresponsales, que son periodistas o reporteros que residen en otros lugares donde es común que se produzcan acontecimientos de interés periodístico. De ocurrir un hecho de trascendencia en otra localidad se designan periodistas para cubrir esa información desde el lugar, éstos son los llamados enviados especiales.

Actualmente, tanto los periodistas como cualquier persona interesada en algún hecho particular, puede recurrir a Internet para buscar información. Sin embargo por su gran apertura, es indispensable verificar la información que circula en la red antes de darla a conocer, justamente porque muchas veces se desconoce la fuente original. Sí se recomienda el uso de páginas oficiales, ya que en ellas puede encontrarse información -incluso- más detallada que la que ofrece la prensa.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 19

1. ¿Quién es la fuente?

Señalar una fuente posible para cada noticia:

“El próximo miércoles los integrantes de la cooperadora de nuestra escuela se reunirán para realizar obras de mantenimiento del edificio...”

“El presidente anunció un aumento en el salario mínimo...”

“ La profesora de matemática no viene. Está enferma”

“ El ladrón es de la zona”

“En Honduras se encontraron restos arqueológicos de una antigua civilización...”

“Se anunció una nueva ley de tránsito...”

“Parece que se viene una gran tormenta...”

Opciones:

Agencia nacional

Agencia Internacional

Observación personal

Vocero presidencial

Diario Clarín

La directora de la escuela

Vecinos

Alumnos

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 20

Comentario Periodístico

Todos tenemos opiniones y puntos de vista acerca de casi cualquier cosa: desde lo que nos pareció una película hasta lo que pensamos del técnico de la selección nacional de fútbol; desde los cambios en el clima hasta la política internacional...

Si bien el espíritu del periodismo es informar al público acerca de algún tema o acontecimiento interesante, también es legítimo hacer comentarios personales que ayuden a contextualizar los datos y provean puntos de vista nuevos. La mayoría de los medios periodísticos incluyen un espacio dedicado a la opinión o el comentario. Sin embargo, expresar opiniones a través de un medio masivo implica una responsabilidad muy seria (una que, por desgracia muchos “opinólogos” parecen no asumir).

Al exponer un comentario públicamente, hay que considerar que las personas que nos escuchan buscan en los medios una referencia confiable.

Cuando un periodista emite un comentario a través de un medio de comunicación debiera ser porque tiene un conocimiento amplio sobre el tema y dispone de información rigurosa para fundamentar sus opiniones. Ahora bien, frente a la necesidad de comentar u opinar acerca de una noticia candente (un atentado, por ejemplo), es común que los periodistas, aunque no hayan estudiado el tema a fondo, apelen a su entrenamiento en la profesión para improvisar... siempre cuidándose de no decir *cualquier cosa*.

En todos los casos el comentario debe basarse en la noticia, e incorporar la subjetividad mediante el análisis de la información. En cuanto al estilo, se recomienda que sea breve y muy claro. Por último: aunque para este tipo de contenido no haga falta un soporte escrito con desarrollo completo, el comentarista podrá apoyarse en un esquema o resumen para ordenar las ideas y no omitir conceptos.

El secreto:

No existe una “receta” para hacer comentarios radiofónicos, pero acá van algunas sugerencias:

Introducción: donde se menciona la información que origina el comentario, y por supuesto la fuente de esa información.

Núcleo interpretativo: es el desarrollo del comentario, el comentarista expone su opinión con fundamentos.

Remate o conclusión: al final, el periodista resume su opinión central y propone respuestas, si cree que las tiene.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 20

1. Opinión de la opinión

A partir de una nota periodística (puede ser tomada del diario), elaborar una breve opinión en voz alta para el resto del grupo. Vale hacer un esquema previo o tener a la vista la nota mientras se hace el comentario.

Los demás analizarán la opinión a través de una ficha parecida a la que se muestra.

Título de la nota: _____

Opinión de _____

(Se puede elegir más de una opción)

El comentario se basó:
en la información de la nota

en información relacionada con la nota
en conocimientos externos

El comentario fue

claro y preciso

superficial

profundo

confuso

El comentarista citó la fuente de información

sí

no

El comentario, en general, fue

interesante, aportó una óptica novedosa

aburrido, no dijo nada fuera de lo obvio

A partir de las opiniones.... Todos tienen una segunda oportunidad.

2. Buenos y malos ejemplos

A continuación se presenta una lista de frases que podrían estar incluidas en un comentario periodístico. La sección es Espectáculos y el comentarista habla del acto escolar.

Marcar con una X las frases que convendría evitar en el comentario y argumentar por qué en cada elección.

1. Los diálogos se entendían muy bien desde el fondo del auditorio
 2. La hija de la señora Lily se veía re-linda vestida de dama antigua
 3. La escenografía es un ejemplo de cómo se pueden aprovechar elementos domésticos y así ahorrar plata.
 4. No entendí bien el final
 5. La música fue muy adecuada para ambientar las escenas
 6. Las pelucas parecían de verdad
 7. Es muy importante que los chicos vivan la experiencia artística como parte del proceso de aprendizaje
 8. El público aplaudió demasiado
 9. El teatro es un excelente ejercicio de trabajo en equipo.
 10. El texto tenía demasiadas palabras difíciles de entender.
- En la obra faltó un marco histórico de las costumbres de la época.
12. Quedó la sensación de que San Martín hubiera sido perfecto, no se lo mostró humano.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 21

Subjetividad, censura y periodismo

“Este era un hombre que, con su hijo, iba al zoco montado en un burro. Cuando se encontraron con ciertas gentes oyeron que comentaban:

- ¡Pobre animal! ¡Dos personas fuertes montando un burro tan débil! Y dijo el padre al hijo:

- Bajémonos hijo y vayamos andando.

Así lo hicieron, pero no tardaron en encontrarse con otros hombres, de quienes escucharon las siguientes palabras:

- ¡En cuánta estima tienen al burro! Podría montar uno de ellos, en vez de ir los dos andando

Y el padre dijo al hijo:

- Monta tú, querido mío.

El hijo obedeció al padre pero al encontrarse con otro grupo de gente, se oyó que los criticaban:

-El joven que puede andar, va montado. Y el viejo que apenas puede arrastrarse, andando. Y el joven bajó, invitando a su padre:

- Papá, sube tú.

Así lo hizo el padre pero tampoco los dejaron en paz.

-Este viejo no tiene vergüenza - oyeron decir- - El que es fuerte y puede andar, va montado y el pobre chico va andando.

Y el hombre invitó a su hijo a que montara con él:

-Hagamos lo que nos dé la gana - dijo- de todos modos no podremos contentar a los demás”.

La objetividad no existe. Así de simple. Cuando contamos a otro *algo* que *pasó* en *algún lugar*, por más fieles que pretendamos ser al narrar el hecho, siempre, pero siempre, vamos a imprimir al relato un punto de vista particular. Lo mismo ocurre en los medios de comunicación cuando emiten información al público. Y es que todos los mensajes son transmitidos por personas y las personas somos seres subjetivos, impregnados socialmente de puntos de vista políticos, morales y estéticos. Quienes reciben los mensajes también *leen* o *escuchan* subjetivamente. Esto no está mal, la subjetividad nos constituye como personas... no hay escapatoria.

Existe otro tipo de subjetividad, sin embargo, que debiera evitarse. Es la que pretende manipular la información para generar una respuesta predeterminada. ¿Por qué ocurre esto? Simple, porque a veces en las empresas de comunicación entran en juego factores que nada tienen que ver con la función del periodismo –informar a la sociedad–. En general, estos factores están relacionados con el dinero (cuando se trata de empresas que dependen de un financiamiento privado) o con el poder (cuando son empresas sostenidas por el Estado u otros organismos políticos). En cualquier caso, los medios muchas veces tienden a *compartir* puntos de vista con algunos sectores influyentes y a *ocultar* las perspectivas de otros sectores sociales, sin dinero y sin poder.

En menor escala, lo mismo ocurre con los trabajadores de los medios... ¿puede un periodista decir todo lo que piensa? ¿qué le pasaría si se opusiera públicamente a la ideología del director? ¿o si criticara públicamente las condiciones de su contrato? La respuesta es fácil... y el periodista la sabe.

Más allá de las cuestiones de subjetividad –involuntaria o táctica–, al emprender una labor informativa resulta fundamental que el periodista se haga cargo de su responsabilidad como comunicador y busque la mayor objetividad posible. ¿Cómo hacerlo? Aquí van algunas consejos:

Verificar la información que va a transmitir.

Ofrecer distintas versiones sobre el hecho narrado.

Difundir las opiniones de los marginales o los sin voz (niños, ancianos, pobres, etc.).

Defender los valores democráticos.

No ocultar información.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 21

1. De eso no se habla

Muchas veces la subjetividad surge de la auto-censura. Hay temas o abordajes que históricamente quedan fuera de la agenda de discusión, entre padres e hijos, entre docentes y alumnos, o incluso entre pares...

Confeccionar una lista de esos temas *espinosos* (seguramente cada integrante del taller puede aportar más de uno).

Buscar en diarios o revistas alguna nota relacionada con cada tema.

Discutir entre todos cómo proponer un tratamiento distinto del tema para darle cabida en la radio.

Hacer el borrador de un programa y grabarlo.

Ejemplo

Hablar del tema de la violencia a partir de una dramatización.

2. Leer y debatir

Muchas veces, en la literatura se tratan temas considerados “tabú”. La propuesta consiste en elegir alguno de los textos que se sugieren a continuación, leerlos y luego debatirlos.

Ojos de perro siberiano, de Antonio Santa Ana (Grupo Editorial Norma)

El golpe y los chicos, de Graciela Montes (Gramón Colihue)

Las visitas, de Silvia Schujer (Alfaguara)

Un desierto lleno de gente, de Esteban Valentino (Sudamericana)

3. ¿Qué nos cuenta el diario?

Para comprobar cómo funciona esto de la “subjetividad” en las grandes empresas de comunicación, puede realizarse la siguiente actividad:

Conseguir al menos 3 diarios del mismo día y observar:

A qué noticia da mayor importancia cada diario (observar los encabezados de las tapas)

Cuál es la “versión” de cada diario respecto a una noticia particular. ¿Aparecen los mismos protagonistas?

¿La información se ordena de la misma manera?

Discutir las coincidencias y las diferencias entre cada diario.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 22

La libertad de expresión es un derecho

La radio sirve para informar, para convocar a la gente de una comunidad, para promover actividades sociales, para educar, para entretener... Esto es bastante, pero no todo. Por sus características, la radio también puede convertirse en un espacio creativo que chicos y jóvenes pueden aprovechar para decir lo que piensan, lo que les gusta, lo que les molesta, lo que sienten o lo que opinan sobre su entorno. Y todo, con el fin de encontrar respuestas a problemáticas comunes.

Algo, sin embargo, es fundamental para que esto sea posible: respetar el derecho a la libre expresión.

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos señala que “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.”

Si bien garantizar que se cumplan éste y otros derechos es una tarea que deben asumir los gobiernos y los organismos defensores de derechos humanos, no está nada mal que todos –cada uno desde el papel que juega en la comunidad– ayudemos a cumplirlo. La escuela y la radio, trabajando juntas, pueden afianzar y promover los derechos humanos.

Ahora bien, ¿en qué consiste esto de respetar el derecho a la libre expresión? No es tan simple como parece, no basta con dejar que los niños y jóvenes *digan lo que quieran*. Si pensamos en el marco de un taller de radio con niños, lo primero es conocer el lenguaje y las formas de expresión que utilizan, escuchar sus ideas, valorar sus iniciativas y su trabajo. En fin, construir un vínculo donde todos –niños y jóvenes con adultos–, busquen estrategias de convivencia e intercambio.

Al realizar una radio escolar, por ejemplo, el papel del adulto debe ser el de un coordinador creativo, respetuoso de las propuestas que surjan, dispuesto a acompañar con aportes teóricos y técnicos el armado del programa, pero siempre abierto al libre juego del ida y vuelta de ideas, dudas y sugerencias.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 22

1. Más derechos

Los derechos humanos están vinculados históricamente a conquistas logradas a través de largas luchas sociales. La radio puede ser un excelente medio para dar cuenta de estos derechos.

A continuación se muestra una lista de fechas que conmemoran importantes conquistas relacionadas con los derechos humanos.

8 de marzo, Día de la mujer

1 de mayo, Día del trabajador

5 de junio, Día mundial del Medio ambiente

11 de julio, Día mundial de la población

20 de noviembre, Día Internacional del niño

10 de diciembre, Día de los Derechos humanos.

La actividad consiste en elegir alguna de estas fechas y averiguar, por medio de una investigación, por qué se celebra ese día, así como otros datos relacionados.

También se puede pensar en hacer una entrevista a alguna persona que pueda aportar datos interesantes.

Con la información recolectada armar un programa radial.

2. Derechos

Cada participante del grupo propone un derecho imaginario que tenga alguna relación con sus propias problemáticas. Se debate cuál es el que mejor representa al conjunto

Una vez decidido el “derecho” pendiente (uno por grupo), se realizarán entrevistas entre los miembros de la comunidad (maestros, otros alumnos, gente del barrio, familiares) para saber qué opinan acerca de estos derechos.

Grabar las respuestas en un caset.

Pensar cómo se incluiría esta información en un programa de radio o bien, elaborar un programa donde se enuncien los derechos reclamados y las opiniones de la comunidad.

Ejemplo

Programa: Informativo imaginario

Escribir los datos en forma de noticia: Ayer a la tarde, por mayoría absoluta, el Congreso de la Nación aprobó el derecho de los chicos a quedarse 5 minutos más en la cama cuando las madres les ordenan levantarse para ir a la escuela. La medida causó gran alegría entre los escolares... Escuchemos algunas opiniones...

Entran testimonios grabados

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 23

Los géneros musicales

La música es la manifestación sonora por excelencia. Sin duda, para un medio auditivo como la radio, constituye una parte muy importante del contenido de la mayoría de los programas.

El hecho de que la música actualmente sea un artículo de consumo y de que la radio sea el promotor principal de la venta de discos, no modifica que la música sea un arte y que su transmisión por radio pueda ofrecerse como una propuesta artística.

La emisión de música por radio -distintas posibilidades-:

Sólo música: Espacios de programación donde la radio sólo transmite música. Estos espacios pueden ser muy gozosos para los radioescuchas –y posiblemente también para los programadores–. Una buena selección musical puede hablar por sí misma.

La música explicada: En este caso aparece el discurso hablado. Puede intervenir de muchas formas en virtud del objetivo de los programadores: para promover la difusión de ciertos géneros o expresiones poco conocidas; para dar clases de música, en cuyo caso la música sirve para ilustrar el texto; o para favorecer la venta de discos.

Documental: También es posible que compositores o intérpretes hablen sobre su propia música y en tal caso su discurso se convierte en un documento con valiosos testimonios.

Las canciones: La radio transmite canciones con “letra”. Este género une el discurso hablado con la música y en muchas ocasiones con literatura de alto valor poético.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 23

1. Un músico entre nosotros

Buscar entre los participantes del taller o entre los miembros de la comunidad alguno relacionado con la música o que tenga un grupo musical (puede ser la murga del barrio, el profesor (a) de música, o algún familiar o amigo al que le guste mucho la música).

Preparar muestras de la música elegida. Si se trata de música grabada, anotar su ubicación (si está en un disco o en un casete y de qué lado); si no, puede grabarse caseramente o –mejor aún- ser interpretada “en vivo”.

Invitar a la persona elegida y producir un documental de 15 minutos que incluya una breve entrevista y muestras del material musical.

Elaborar un programa musical de radio (con artística, locución, etc.) e incluir la entrevista anterior.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 24

El radioteatro

Las personas somos curiosas por definición. Siempre queremos saber un poco más. De ahí, por ejemplo, que la ciencia avance. O que, cuando leemos o nos cuentan una historia, siempre querramos saber lo que viene después. (Recordemos si no a la princesa Sherezada, que salvó su vida manteniendo en vilo la curiosidad de su verdugo durante mil y una noches).

Del mismo modo, apelando a la curiosidad insaciable del público, durante el siglo XIX se pusieron muy de moda los *folletines*, o novelas por entrega, que cada día publicaban un capítulo nuevo en los diarios y revistas de circulación masiva. Por supuesto el auge de este tipo de literatura también coincide históricamente con la prensa industrializada y más tarde con la invención de la radio, donde estas novelas tomaron forma sonora y se convirtieron en radionovelas, o radioteatros.

Es cierto que hoy en día el radioteatro es una especie en peligro de extinción (en gran medida porque ha sido suplantado por las telenovelas). No obstante alguna vez –y no hace tanto–, este género cautivó a grandes audiencias: familias enteras que se reunían de tarde en tarde alrededor de la radio para acompañar el desarrollo de una historia que cobraba vida en las expresivas voces de actores y actrices radiofónicos. Actualmente, la dramatización en radio se utiliza bastante en la publicidad.

A grandes rasgos, los radioteatros constituyen historias reales o ficticias que se transmiten en capítulos y que tienen una duración variable. En su desarrollo intervienen voces, efectos de sonido, música y silencio.

Los hechos narrados en los radioteatros se organizan –tal como en las películas, las novelas, los cuentos o las obras de teatro– en tres momentos básicos: presentación, desarrollo y desenlace.

Presentación o introducción. En los primeros capítulos el público conocerá a los personajes (los protagonistas y los antagonistas, o sea, los buenos y los malos), las relaciones que tienen entre sí, el contexto donde se desarrolla la historia y algunos detalles más.

Desarrollo. En los capítulos centrales comienzan los conflictos, crisis y nudos dramáticos, es decir todas las cosas que provocan cambios, alteran la situación inicial, o transforman a alguien. Con el fin de mantener vivo el interés del público oyente, estos capítulos incluyen clímax (momentos de resolución) y anticlímax (momentos más descriptivos), de este modo se genera tensión y la historia avanza.

Desenlace. En los capítulos finales, los conflictos que se formaron comienzan a solucionarse y finalmente la historia culmina.

Por las características propias de la radio, se recomienda que estos tres elementos se presenten en progresión lineal, sin saltos en el tiempo para que a los oyentes les resulte fácil comprender la historia.

En sus inicios, los radioteatros se inspiraban en los relatos de aventuras o policiales, mezclados con hechos históricos y temas sentimentales, generalmente de naturaleza costumbrista (en Argentina hubo famosos radioteatros con tema gauchesco). Al pasar el tiempo la temática fue diversificándose. Actualmente el radioteatro puede concebirse como una herramienta más en la tarea de promoción cultural y comunitaria; sólo basta poner los recursos de la creatividad y la imaginación al servicio de problemáticas vinculadas con la realidad, buscar historias creíbles y proponer mensajes constructivos y transformadores que propicien el espíritu crítico del oyente respecto a su entorno inmediato.

ACTIVIDADES – CAPÍTULO 24

1. Mini radioteatro

La actividad consiste en escribir una (brevísima) historia para representarla en radio.

Para hacerlo, basta mirar alrededor e identificar algunas problemáticas comunes en la comunidad, señalar las personas que las enfrentan y pensar cómo resolverlas. De ese modo ya se tienen los tres elementos principales para empezar una historia... el resto depende de la imaginación y las buenas ideas de todos.

Organizar la información en un cuadro como el siguiente

Ejemplo

PERSONAJES CONFLICTO RESOLUCIÓN

Juan, Camila y el vendedor de flores Juan quiere regalarle a Camila un ramo de flores pero no tiene plata.

Le ofrece al vendedor de flores trabajar un día a cambio del ramo.

Con estos tres elementos, hay que “contar” la historia de manera narrativa. Aquí se puede incluir el contexto, o sea el lugar y la época en que se desarrolla la historia.

El paso siguiente es escribir el guión, donde se detalla lo que dice cada personaje (sus parlamentos), así como los efectos de sonido y la música incidental.

2.- Teatro leído

Elegir alguno de los textos que se sugieren a continuación.*

Leer la obra elegida, seleccionar un fragmento, ambientarlo con música y/o sonidos y grabarla

* Los textos son obras de teatro o diálogos. En esta actividad, el coordinador y los participantes, podrían también aportar sus propias sugerencias

Textos

Natacha, de Luis Pescetti (Alfaguara)

Oiga chamigo Aguará, de Adela Basch (Colihue)

Colón agarra viaje a toda costa, de Adela Basch (Alfaguara)

3. Cuentos en voz alta

Otra manera de hacer radioteatros es adaptando un texto narrativo. Proponemos la siguiente prueba:

Elegir un cuento (no muy largo) que tenga bastante diálogo.

Convertir las partes narradas en partes “habladas”, puede ser a través de un narrador, o en la voz de alguno de los personajes.

Identificar las atmósferas, es decir los espacios donde se desarrolla la historia, y elegir sonidos que puedan ayudar a crear esos espacios.

Buscar una música adecuada para incluir.

Re-escribir el cuento en forma de guión.

Sugerencias de textos:

Del libro “*17 de miedo*” (Sudamericana)

El tamaño del miedo, Gustavo Roldán

Juan sin miedo, Italo Calvino

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 25

Actores en la radio

Mientras los actores y actrices que aparecen en el cine o la televisión viven preocupados por conservar su imagen, hacer tratamientos contra la caída del cabello, no comer demasiados postres y maquillarse adecuadamente, los actores de radio deben preocuparse por su voz, ya que ésta es su única herramienta expresiva.

La práctica del radioteatro es una materia fundamental para conocer los alcances de la magia de la voz. No es necesario ser profesionales de la actuación para componer personajes de radioteatro, ya que la práctica en talleres ha demostrado que todos pueden hacer la experiencia si se lo proponen.

Algunas recomendaciones para actuar en radioteatros:

Hay que tratar de que las locuciones no suenen demasiado leídas o declamadas, se trata de buscar la *naturalidad*.

Vale hacer gestos faciales o mover las manos, porque aunque el oyente no lo ve, estos movimientos sirven para *entrar en personaje* y producir variaciones en la voz.

Cuando muchas personas participan e interactúan, mirarse unos a otros (interpelarse) es de mucha ayuda para darle credibilidad a los parlamentos.

Trabajar con cambios en la velocidad y el volumen de la voz. Hacer pausas cuando sea necesario.

La expresividad se consigue a través de inflexiones de la voz, gestos sonoros y variación de tonos.

También a través del radioteatro se podrá observar cómo las imágenes y los sentimientos que transmite la voz hacen un aporte irremplazable a la ficción. Los oyentes ayudan a crear esta magia, ya que son los encargados de imaginar las caras y los gestos correspondientes a lo que les sugiere cada voz.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 25

1. Voces y más voces

Elegir un cuento breve o un chiste.

Contar o leer el texto elegido, creando la voz de alguno de los personajes que se sugieren a continuación: UN NENE CHIQUITO, UN VIEJO/A, UNA PERSONA QUE HABLA DE LEJOS, UN EXTRANJERO, UN TÍMIDO, ALGUIEN QUE ESTÁ RESFRIADO

Tras realizar una primera locución, comentar las dificultades y los aciertos.

Repetir la experiencia de lectura / interpretación varias veces intercambiando roles.

Elegir personajes de cuentos u otras ficciones que los hayan impactado y jugar a interpretarlos.

2. A grabar

Una vez ensayado el texto y repartidos los personajes (cada uno se queda con el que más disfrutó durante los ensayos y acordándolo con el resto de los compañeros), grabar los resultados.

BIBLIOGRAFÍA *Aprender con la radio* _____

BACHER, Silvia y otros. *Producción de medios en la escuela. Reflexiones desde la práctica*, Gobierno de la Ciudad

de Buenos Aires-UNESCO, 1998.

BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*, Madrid, Cátedra, 1994.

BELTRÁN, Mónica y MULEIRO, Hugo. *Apuntes de prensa*, colección Jóvenes comunicando a jóvenes. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires-UNESCO, 2002.

BOLAND, Elisa. *La lectura en voz alta*, Programa Creando lazos de lectura. Buenos Aires, Conabip, 2001.

BOLAND, Elisa. *Recomendar libros a los adolescentes y a los jóvenes, una propuesta*, en: Boletín Imaginaria Nro. 73, Buenos Aires, 20 de marzo de 2002.

BOSETTI, Oscar E. *Radiofonías: Palabras y sonidos de largo alcance*, Buenos Aires, Colihue, 1994.

BOWLAND, Julia. *Apuntes de radio*, colección Jóvenes comunicando a jóvenes, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires-UNESCO, 2002.

BOWLAND, Julia y BOLAND, Elisa. *¿Por qué la radio en la difusión y promoción de la lectura?*, Programa Creando lazos de lectura. Buenos Aires, Conabip, 2001.

DIDO, Juan Carlos. *Taller de periodismo*. Buenos Aires, Novedades educativas, 1996.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO. *El sonido de la radio: ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica*, México, UNAM-IMER-Plaza y Valdés, 1988.

FERNÁNDEZ, José Luis. *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Atuel, 1994.

GALLO, Ricardo. *La radio: ese mundo tan sonoro*, Buenos Aires, Corregidor, 1991.

GÓMEZ VOGUEL, Lourdes. *El sonido de la radio: ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. México*, Unidad Xochimilco-IMER-Plaza y Valdés, 1988.

GONZÁLEZ CUBERES, María Teresa. *El taller de los talleres: aportes al desarrollo de talleres educativos*, Buenos Aires, Estrada, 1991.

GUEVARA, Alejandro. *Locución: el entrenador personal*, Buenos Aires, Iberoamericana, 2001.

HAYE, Ricardo. *Hacia una nueva radio*, Buenos Aires, Paidós, 1995.

HAYE, Ricardo. *La radio del siglo XXI: nuevas estéticas*, Buenos Aires, Ciccus-La Crujía, 2000.

LESPADA, Juan Carlos. *Aprender haciendo: los talleres en la escuela*, Buenos Aires, Humanitas, 1987.

LÓPEZ, Carlos. *Talleres ¿cómo hacerlos?*, Buenos Aires, Troquel, 1993.

ATORRESI, Ana. *Los géneros radiofónicos: antología*, Buenos Aires, Colihue, 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *La educación desde la comunicación*, Buenos Aires, Norma, 2002.

- MÍGUEZ, Daniel y YUDCHAK, Héctor. *El diario y la radio van a la escuela*, Buenos Aires, AZ, 1998.
- MORENO, Isidro. *La radio en el aula: posibilidades para comunicar de forma creativa*, Barcelona, Octaedro, 1997.
- MUÑOZ, José Javier y GIL, César. *La radio: teoría y práctica*, Madrid, IORTV, 1994.
- ORTIZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesún. *Técnicas de comunicación en radio: la realización radiofónica*, Barcelona, Paidós, 1994.
- PEREZ, Gladys. *El documental radial*, Quito, Ciespal, 1992.
- PRADO, Emilio. *Estructura de la información radiofónica*, Barcelona, ATE, 1981.
- RODA SALINAS, Fernando Jesús y BELTRÁN DE TENA, Rosario. *Información y comunicación: los medios y su aplicación didáctica*, México, G. Gili, 1992.
- ROMANS, Mercè y otros. *De profesión: educador/a social*, Barcelona, Paidós, 2000.
- ROMO GIL, María Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, México, Diana, 1991.
- SANDRONI, Laura. *Lectura y medios de comunicación de masas*, Santa Fe de Bogotá: Cerlalc-Aique, 1992.
- SIEDE, Isabelino A. *Todos y cada uno*, Buenos Aires, Amnesty International, 1997.
- TORRES V., Marco Polo. *Locución radiofónica*, Manual Didáctico CIESPAL nro 9, Quito, Quipus, 1976.
- TRILLA, Jaime. *La educación fuera de la escuela*, Barcelona, Planeta, 1985.
- ULANOVSKY, Carlos. *Días de radio*, Buenos Aires, Espasa Calpe, 1996.
- VERÓN, Eliseo. *Construir el acontecimiento*, Barcelona, Gedisa, 1995.
- VITORIA, Pilar. *Producción radiofónica: técnicas básicas*, México, Trillas, 1998.
- WEISS, Martha y CARDOSO, Nelson. *Apuntes de campañas de comunicación*, colección Jóvenes comunicando a jóvenes. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires-UNESCO, 2003.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 26

La lectura en voz alta y la oralidad

El lenguaje radial es un lenguaje oral. Actualmente, en la mayoría de las instituciones, la oralidad ha sido suplantada por la palabra escrita y relegada a un segundo plano. Como la radio se enfrenta al reto de comunicar a través de la palabra oral, el lenguaje radiofónico implica una búsqueda de la modulación de la voz como elemento expresivo, del uso de silencios, de la organización sintáctica del discurso, del ritmo, de la gramática, de un vocabulario rico, etc. En síntesis se trata de explotar los recursos de la oralidad al máximo.

El *discurso* radiofónico, además, se preocupa por rescatar marcas de naturalidad y cotidianidad, de esta forma los oyentes se sienten más involucrados. El lenguaje radial debe lograr que el oyente se sienta interpelado, nunca repelido...

Estas consideraciones también se aplican cuando se lee un texto por radio. Existen varios *trucos* para flexibilizar los escritos al leerlos en voz alta, de manera que parezcan locuciones espontáneas y no dictados.

Por supuesto, para lograr que la lectura de textos se aproxime a la oralidad, hay que practicar bastante... pero acá van algunas sugerencias:

¿Cuál es la idea principal? Para que la información sea clara, conviene englobarla en una idea general y resumirla en una frase. Por ejemplo: “Los alumnos de 4º presentan hoy su recital”.

Reemplazar las palabras *densas* o *difíciles* por sinónimos o expresiones similares sin alterar el sentido del mensaje.

Eliminar las expresiones vinculadas a la gráfica (como los dos puntos o expresiones como “en estas páginas podemos ver” o “el antedicho”, etc.)

No hay que temer a las redundancias: el habla necesita de las repeticiones porque apoyan la comprensión y enfatizan los mensajes.

Parfrasear, es decir repetir un mensaje, pero con otras palabras. Recordemos que la radio es instantánea, el oyente no puede volver atrás para escuchar de vuelta algo que se dijo. En la repetición pueden usarse palabras más coloquiales, para *fixar* el mensaje.

Es mejor usar frases cortas, pero sin que parezca un telegrama, se trata de evitar el uso de oraciones subordinadas y digresiones.

Ojo con los números. Resulta difícil retener muchos números con sólo oírlos, entonces (en los casos en que no es relevante la exactitud), es más adecuado redondearlos. Por ejemplo “406.588 personas se beneficiarán con planes de trabajo”, puede simplificarse así: “más de cuatrocientas mil personas se beneficiarán con...”
Expresiones como *alrededor de*, *casi*, *la mayoría*, *la menor parte*, *la totalidad*, *una pequeña parte*, *la mitad*, etc. son de gran ayuda para esto.

Tener calma con las enumeraciones... pueden ser terriblemente monótonas. Una idea es hacer pausas de distinta duración entre los elementos de las listas, dar a cada elemento un matiz distinto, con un ligero cambio de voz, tono, volumen o velocidad.

Aunque se usan mucho cuando hablamos, en radio es mejor eliminar las muletillas, como *estee*, *bueno*, *mmm...* Una idea es transformar las muletillas en pausas, o decir la muletilla para adentro, sin emitir sonido.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 26

1. Teléfono descompuesto

Un participante busca una noticia en el diario y se la cuenta a otro al oído, éste se la cuenta al siguiente y así sucesivamente hasta que la información llegue hasta el oído del último.

El último en oír la noticia debe contarla al resto en voz alta en un lapso determinado según el número de participantes.

Se trata de averiguar si la información principal se mantuvo en toda la ronda y detectar qué recursos, de los mencionados, utilizó el narrador final.

2. Así se habla en casa.

Cada participante busca una noticia en el diario o un relato breve y debe transformarlo a lenguaje coloquial.

Se le da un tiempo para que ensaye.

El resto analiza la “locución” de los otros participantes tomando en cuenta los siguientes elementos:

¿La idea quedó clara?

¿Se filtraron muchas palabras difíciles?

¿El relato tiene naturalidad?

¿Las expresiones complejas se explicaron adecuadamente?

¿Cómo resolvió el problema de las cifras o números?

¿Hizo alguna enumeración? ¿Fue monótona o interesante?

¿Hizo pausas innecesarias? ¿Se trabó o utilizó muchas muletillas?

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 27

Radio y promoción de la lectura

No es lo mismo escuchar un cuento que leerlo. Sin embargo, recordemos que el primer acercamiento a la literatura es siempre a través de la escucha: de las historias que nos contaban antes de dormir, de las anécdotas familiares alrededor de la mesa, de chistes entre amigos o los cuentos sobre la localidad que escuchamos de los mayores. Y es que, sin ir más lejos, escuchar cuentos es un placer. Cuando ese placer se hace costumbre, poco a poco, comenzamos a acercarnos a los libros.

En un contexto escolar, la literatura no sólo cubre algunos aspectos académicos, sino que ofrece a los chicos una alternativa lúdica y gozosa para proyectar sus intereses, sus gustos y hasta sus problemas.

Para realizar un programa de radio enfocado a la promoción de la lectura, lo primero es seleccionar los textos de acuerdo con ciertos criterios. A continuación sugerimos algunas preguntas que pueden servir como guía:

¿A quién está dirigido? Hay que pensar en la edad de los oyentes, su lugar de residencia, y sus intereses colectivos.

¿Cuánto tiempo se requiere? La extensión del texto debe ser acorde al tiempo asignado para la emisión. También se puede proyectar una lectura más larga, en capítulos, pero esto no es lo más recomendable, ya que se pierde la unidad de atención.

¿A qué hora se emitiría? Esto es importante, ya que el momento del día afecta a la “atmósfera” de los textos. Por ejemplo, leer un cuento de terror que genera expectación o leer un cuento a la noche para que los chicos se vayan a dormir.

¿Con qué se puede acompañar? La radio permite ilustrar o crear climas acústicos con música o efectos de sonido. Hay que seleccionar música de apertura y cierre, de fondo y efectos sonoros para adornar la trama. Se recomienda no hacer uso abusivo de los recursos sonoros para que el texto elegido no pierda protagonismo.

Una vez seleccionado el material literario que se desea transmitir, el siguiente paso es elaborar un guión. Imaginemos que disponemos de 3 minutos para armar un micro programa con el “cuento para ir a dormir” (para los más chicos) o “cuentos de terror” (destinado a adolescentes). Hay dos posibilidades: hacerlo “en vivo” o grabarlo previamente.

Esquema para armar el guión:

En un esquema básico deben quedar claramente diferenciadas las palabras y la música y los efectos sonoros que se utilizarán.

Modelo:

Operador (Música y efectos sonoros) Actores (palabras)

Comienza CD X, canción 1 (tema 1) hasta 30”

Baja y queda de fondo Apertura presentación del cuento

efecto sonoro predeterminado Lectura del texto seleccionado

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

El guión completo debe ser claro para quien lee el texto (locutor o actor) y también para el operador de sonido encargado de mezclar, es decir, de combinar los elementos del lenguaje radial (palabra, música, efectos sonoros y silencios).

Recomendaciones para evitar una lectura inexpresiva y monótona

Hacer variaciones y matices durante la lectura para imprimir distintas intenciones de acuerdo con el contenido:

de ritmo (velocidad más lenta o más rápida)

de volumen (sonido fuerte a débil)

de tono (agudo, medio, grave)

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 27

1. La voz del cuento

Elegir una frase breve y practicar diversas variaciones y matices.

Observar cómo los cambios en la voz producen cambios en el sentido de la frase.

Ejemplo:

La frase "***Buenas noches***"

"*Buenas noches*" como un saludo, con firmeza y simpatía

"*Buenas noches*" como saludo, con alusión a una tardanza

"*Buenas noches*" como despedida, con tristeza

"*Buenas noches*" como cierre inapelable de una discusión

También se puede realizar el siguiente juego:

Cada participante escribe una frase en un papel, que dobla y coloca en una bolsa

Ejemplo: El perro tiene hambre

En otro papel se escriben "estados de ánimo" o sensaciones

Ejemplo: miedo - ganas de asustar a alguien

Cada participante debe extraer un papel de cada bolsa y decir la frase con la intención que le toca.

2. A contar

Completar el modelo presentado con algún cuento real (de un autor reconocido o uno escrito por los participantes).

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 28

Todos a leer

“El hombre que lee de viva voz se expone de manera absoluta a los ojos de quienes lo escuchan. Si lee de verdad, si pone en ello su saber y domina su placer, si su lectura es un acto de simpatía con el auditorio tanto como con el texto y su autor, si logra que se oiga la necesidad de escribir y despierta nuestra más oscura necesidad de comprender, entonces los libros se abren de par en par, y la muchedumbre de aquellos que se creían excluidos de la lectura se precipita tras él.”

(Daniel Pennac, *Como una novela*, Ed. Norma, Bogotá, 1995).

Leer en voz alta, además de ser una experiencia compartida, invita a los oyentes a recuperar el interés por las historias y por llegar a los libros por sí mismos.

Ningún texto es igual a otro, cada uno requiere de una lectura particular. Cada género, cada situación que plantea una trama, cada personaje *pide* una voz diferente. Los tonos, el volumen, la altura y la velocidad de la voz contribuyen a crear el clima requerido en cada caso.

Algunos ejemplos

¿Cómo se puede leer los siguientes versos de Alfonsina Storni en *Palabras a mi Madre*?:

“No las grandes verdades yo te pregunto, que

- No las contestarías; solamente Investigo.

Si, cuando me gestaste, fue la luna testigo,

Por los oscuros patios en flor, paseándose.

¿Cómo leeríamos este texto tan absurdo?

“A las 9 de la mañana del domingo el señor Lanari empezó a destejarse.” (Ema Wolf, *Los Imposibles*, Ed. Norma, 2003).

¿Y si probamos con una carta de amor?

“Llegué a Milán y me precipité en tu habitación; lo dejé todo por verte, por estrecharte en mis brazos...

Napoleón a Josefina: “ (Liliana Viola, comp. *Amores Para Armar*, Colección de Cartas de amor, Libros para nada, Ed. Libros del Quirquincho, 1992).

¿Cómo comenzaríamos con un cuento de terror?, como este:

“El fuego ardía vivamente en la pequeña sala en esa noche húmeda y fría. (“La pata de mono”, W.W. Jacobs. 1863-1943. En *La Dama o El Tigre*, Ed. Colihue / *Cuentos de Terror y Misterio*, Ed. Orión / *Cuentos de Terror*, Ed. Alfaguara).

Leer en voz alta no requiere necesariamente una actuación de tipo teatral o la composición minuciosa de personajes (eso es trabajo de los actores profesionales), pero sí es importante tratar de leer lo mejor posible. Si se pone demasiado énfasis o se presentan dificultades en la lectura el texto pierde protagonismo. La clave es estar concientes de que hay alguien que está escuchando y que la lectura es un acto de comunicación con los otros.

Para que la lectura resulte eficaz, es muy importante practicar: leer antes en silencio para comprender bien el juego literario, el clima y la atmósfera que propone el autor. Incluso pueden hacerse marcas que indiquen

dónde hay que hacer una pausa, un silencio distinto de otro o una entonación diferente. La lectura comprensiva previa evita que el locutor se concentre más en la decodificación del texto que en su comunicación, lo que conlleva dificultades en la comprensión de los oyentes.

Otros textos

Además de la lectura de textos literarios, la práctica de la *locución* se aplica a otra clase de material, por ejemplo textos informativos, biografías, documentos, etc.

A modo de ejemplo:

“El 8 de marzo de cada año se celebra en todo el mundo el Día Internacional de la Mujer. No es un día de festejo, sino de reflexión sobre la igualdad de derechos entre varones y mujeres.” (SIEDE, Isabelino, *Todos y cada uno. Frente al desafío de los Derechos Humanos*. Amnesty International Argentina, 1997).

“Javier Villafañe nació en Buenos Aires, en el Barrio de Almagro en 1909. Su actividad literaria comenzó mientras cumplía el servicio militar. Allí organizó una biblioteca, y dio clases para los conscriptos que no sabían leer...” (Mehl, Ruth, *Con este sí, con este no*, Colihue, Buenos Aire, 1992)

Elementos a tener en cuenta al leer

La selección del texto

Voz, tonos, volumen

Ritmos, silencios, pausas

Climas, atmósfera

Los oyentes

Al leer para la radio, un buen ejercicio es respirar hondo, dejar que el aire inunde todo el cuerpo para relajar los músculos. También hay que recordar respirar en las pausas marcadas para evitar el cansancio y mantener la voz estable al pronunciar las palabras.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 28

1. En voz alta

Distribuir varios materiales literarios (libros, revistas, diarios) sobre una mesa y proponer a cada participante que:

Elija el que más llame su atención por el motivo que sea: autor, diseño de tapa, género, etc.

Seleccione un fragmento, comprenda a fondo lo que dice y lo lea en silencio varias veces hasta encontrar la propia voz del texto.

Lea lo seleccionado en voz alta al grupo. Para esto, se recomienda establecer un tiempo previamente.

2. Historias e historietas

Las tiras cómicas o las historietas utilizan recursos gráficos para indicar los cambios en la voz de sus personajes.

Leer las siguientes frases con la expresividad correspondiente a cada uno de los globos que la encierran:

Reemplazar la frase anterior con otras. Por ejemplo: ¿Qué día es hoy?, ¿Se escapó el león? ¿Me quedé sin trabajo? ¿Hace frío?

Reemplazar la frase anterior con series de palabras que generalmente ya se conocen de memoria, como los días de la semana, los meses del año, las preposiciones, etc.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 29

Programa *magazine* o revista radial

Se trata de programas con una estructura muy flexible, donde caben muchos formatos distintos. Generalmente son programas de larga duración (3 o 4 horas).

En el magazine pueden incluirse diversos elementos:

Noticias: Se desarrollan con mayor extensión y profundidad que en el boletín informativo.

Entrevistas telefónicas.

Reportajes en el estudio de la radio (“en el piso”), con la presencia del invitado.

Participación de columnistas especializados.

Móviles. Reporteros que están en la calle y mandan informes.

Investigaciones periodísticas especiales, como documentales.

Dramatización de escenas: radioteatros, monólogos humorísticos, etc.

Testimonios grabados de los oyentes.

Música.

Narraciones de historias de ficción o poemas.

Espacio para servicios a la comunidad.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 29

1.- Sección plagio:

a.- Analizar cualquier revista de actualidad. Ver qué secciones contiene.

b.- Convertir las secciones de la revista en segmentos de un magazine radial

c.- Elegir uno de ellos, producirlo y grabarlo

En esta actividad, no se trata de crear nuevos textos sino de recrear lo que hay.

2. Ficción y realidad

Por equipos encarar el bloque completo que se propone a continuación:

Inventar una noticia ridícula y polémica.

Ilustrar la noticia con una entrevista (uno representa al entrevistado y otro al periodista).

Redactar tres supuestos mensajes de oyentes que comentan la noticia.

Elegir una o más canciones que hagan alusión al suceso.

La integración de estos elementos dependerá de la imaginación y la creatividad de todo el equipo.

Ejemplos:

Noticia: “Un elefante escapó del zoológico y no logran encontrarlo por ningún lado”

Entrevista: Reportaje exclusivo acerca de qué opinan los otros animales del zoológico.

Mensajes de oyentes: Comentando las posibles razones de la huida y los lugares donde creen que pueda esconderse un elefante. También pueden incluir chistes de animales, etc.

Tema musical: Río, río, río (De Silvio Rodríguez), o El Oso (De Moris)

Otro ejemplo:

Noticia: “Se instituye el feriado nacional por el día del dulce de leche”.

Entrevista: Declaraciones de cocineros famosos.

Mensajes de oyentes: Donde dan recetas que incluyan dulce de leche.

Tema musical: Sabor a mí (De Álvaro Carrillo)

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

CAPÍTULO 30

La publicidad

La mayoría de las estaciones de radio subsisten gracias a que tienen publicidad. Sin el dinero que aportan los espacios publicitarios, prácticamente no hay programa ni radio que pueda durar en el tiempo. Muchas veces la existencia de un programa está condicionado porque su contenido le interese a los anunciantes... incluso más que a los oyentes.

El objetivo de la publicidad –en radio o en cualquier otro medio- es dar a conocer un producto, difundir sus cualidades y características, e invitar al público a consumirlo. Otras veces, la publicidad busca cambios de conducta, como es el caso de la propaganda política por ejemplo.

Si bien la publicidad pertenece a una esfera externa a la realización de radio, como medio de comunicación al servicio de una comunidad determinada es importante considerar que también la publicidad puede ser abordada con una perspectiva social.

Por un lado, para anunciar productos y servicios útiles para los oyentes que se promocionan a través de la radio sin que necesariamente medie el dinero. Y, por otro, para realizar campañas masivas, por ejemplo de prevención del VIH-sida, o de cuidados para evitar el dengue o el cólera.

De acuerdo con el público al que se dirige el programa, se puede pensar en diferentes artículos que vale la pena promocionar.

Cuando se hace publicidad, es importante que el locutor ponga énfasis en el producto y en los beneficios que éste aporta a los oyentes.

Además de “anunciar” un determinado producto, existen otras maneras divertidas de hacer publicidad, por ejemplo:

Crear un personaje

Hacer juegos de palabras o rimas, para que el oyente recuerde luego el comercial.

Informar brevemente la dirección o el teléfono de la empresa, cuando sea necesario.

Utilizar gestos sonoros y efectos de sonido orales, por ejemplo: ¡mmmmmm qué rico!

Hacer enumeraciones, por ejemplo: “limpia, desengrasa y da esplendor”.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 30

1. ¡Compre lo imposible!

Realizar un “spot” publicitario de alguno de los siguientes productos imaginarios:

Una lapicera que escribe sola

Un jarabe contra las pesadillas

Una máquina para traducir idiomas

Unas zapatillas que crecen con el pie

El comercial no debe durar más de 20 segundos, puede incluir música, efectos de sonido, rimas, adivinan-

zas, etc.

2. Necesidades y ofertas

Hacer un relevamiento entre los negocios del barrio. Averiguar qué productos o servicios vende cada uno y a cuántos podría interesarles poner publicidad en la radio (escolar, barrial, etc.) a cambio de dinero o productos.

Hacer otro relevamiento de las necesidades reales del auditorio en cuanto a productos y servicios. De este modo, a la hora de buscar anunciantes, la radio podrá intentar una publicidad coherente con sus objetivos básicos y su línea de trabajo.

3.- No se lo pierda

* A modo de inspiración, para esta actividad se sugiere escuchar el tema *La tanda*, del grupo Les Luthiers (*MUCHAS GRACIAS DE NADA*, Microfon Argentina S.A. CMLS 80.174, 1981).

* Seleccionar publicidades radiales variadas y grabarlas.

* Elegir alguna y, utilizando su misma estructura, música, tipo de locución etc., modificar el contenido: convertir el producto que se quiere vender en una especie de “invendible”.

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 31

El Guión de Radio

La realización de un programa de radio incluye la elaboración de un texto que detalla todo lo que ocurrirá durante su transcurso: palabras, sonidos, efectos, música, tandas comerciales.

Para todo tipo de programas de radio es necesario escribir un guión. Un buen programa de radio comienza en el escritorio del guionista... o en la libreta de alguien que tenga una idea interesante.

En algunos programas lo que está escrito en el guión se sigue al pie de la letra, mientras que, en otros, sólo se usa como una base sobre la cual los locutores improvisan, respetando la estructura básica del “libreto”.

Antes de escribir un guión de radio hay que tener en cuenta dos elementos:

El tipo de público al que se dirige

Los recursos y posibilidades de realización

Según el programa que se realizará, pueden escribirse distintas clases de guión:

Guión completo: En él se incluyen todas las palabras, efectos y música que serán escuchados por el auditorio. Se emplea principalmente para programas dramáticos, es decir aquellos donde se interpretan personajes, como las radionovelas. En ellos se escriben los parlamentos, como si se tratara de un libreto de teatro o T.V., se indican, además de los diálogos de los personajes, los efectos de sonido para crear escenarios y atmósferas y los temas musicales. A este tipo de guión también se le llama *guión cerrado*, ya que no admite variaciones.

Guión semicompleto: Se redactan los textos de los locutores o actores y se deja un espacio marcado para indicar los espacios de participación de las otras personas, como por ejemplo los entrevistados. Generalmente se usa en programas de reportajes o de revistas, es decir en los programas donde otras personas, además de los locutores, participan con su opinión o con textos independientes del guionista. También se le llama *guión abierto*, ya que deja espacio para la improvisación.

Guión listado: En este guión se marca una secuencia con partes grabadas de antemano. Se utilizan en programas de variedades y el operador es quien lo lee.

Hoja de continuidad: Consiste en una lista diaria de las canciones, programas, anuncios mensajes y el tiempo preciso en que se transmiten. No es exactamente un guión.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 31

1. Una lista para estar listos

Antes de escribir el guión, proponemos hacer una lista de los recursos y posibilidades de realización, es decir de los elementos con que se cuenta para emprender un programa.

Elementos técnicos: (acá se detallarán los instrumentos y aparatos de transmisión)

Ejemplo:

2 Micrófonos

Teléfono / Fax / Internet

Antena
Discos con efectos de sonido
Consola
Discos de música
Reproductor de música

Material complementario: (acá se detallarán todos los elementos que puedan ser de utilidad para el programa)

Ejemplo:

Diarios, libros, revistas

Textos escritos por los integrantes del taller

Personas que participan de la producción (locutor, narrador, actores, etc)

Una vez terminadas las listas, es importante verificar si se cuenta con todos los elementos necesarios para realizar un programa, de no ser así, hay que buscar la manera de conseguirlos o de sustituirlos por otros recursos.

2. Radio caserísima

Cada participante intenta armar una emisora en su casa para que llegue a todos los miembros de la familia. La actividad consiste en que cada uno haga la experiencia y luego se la cuente a los otros.

Las siguientes preguntas pueden servir como guía:

¿Cómo lo hizo?

¿Qué elementos necesitó? ¿Tuvo que buscarlos afuera o lo hizo con cosas que “tenía a mano”?

¿Desde dónde emitió?

¿Qué reacciones provocó en el resto de la familia?

*Si la actividad no puede materializarse, se sugiere al menos hacer una descripción. Es decir, vivir la experiencia a partir de contarla por escrito.

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 32

Presentación de un guión de radio

Ahora es el momento de confeccionar el guión del programa. Para hacerlo, se recomienda usar siempre papel tamaño carta, blanco, sin márgenes y sin logos impresos que pueden distraer la atención de quien lee. También se sugiere usar un papel que no produzca ruido al dar vuelta las hojas. Y algo muy importante: escribir con letra clara para que los compañeros de equipo nos entiendan y no se generen equivocaciones y confusiones al aire.

Para redactar un guión radiofónico:

Número del programa: Ejemplo: No. 4

Nombre o tema del programa: Ejemplo: *Cuentos para antes de dormir*

Nombre del guionista: Ejemplo: (ponga aquí su nombre)

Personas que participan de la producción: Ejemplo: narrador y actores

Elementos técnicos para la producción: Ejemplo: Efectos, música

Columna del tiempo: En algunos guiones se incluye el tiempo que dura cada intervención así como el tiempo total que va acumulándose a medida que avanza el programa. En el comienzo de cada nueva hoja se indica el tiempo acumulado de las hojas anteriores, y en la parte final, la suma total de tiempo. De este modo, podemos saber que en la página 3 de nuestro guión, ya han transcurrido 24 minutos.

Renglones numerados: Para no perder tiempo cuando se quiere buscar alguna referencia a algo que se dijo con anterioridad.

Se hacen copias del guión para cada integrante del programa y para todos los que participen en él.

Los guiones de radio tienen marcas específicas (por ejemplo número de disco y de canción) para identificar todos los elementos que entran en juego en la transmisión. Asimismo, se indica el momento en que comienza a hablar el conductor así como las indicaciones para el operador técnico.

Vale aclarar que no existe una única manera para la confección del guión, lo importante es que sea fácil de interpretar por quienes deban realizar el programa. Para facilitar la lectura se recomienda no dividir las palabras al final de la línea, ni el párrafo al final de la hoja.

Modelo de guión:

Página 1
Cuentos para antes de dormir
Programa 3

1	OPERADOR / CONTROL	LOCUTOR	TIEMPO
2	Cortina musical		30''
3	Baja cortina	Hola chicos, ¿ya están listos para escuchar el cuento de esta noche? ¡qué bueno!, porque me muero de ganas de empezar a contarle... pero antes, escuchemos esta canción.2'	
4	Tema musical nº1		2'
5		¡Qué lindo tema!, muy justo para una noche fría... (Presentación de la canción, el intérprete y el compositor.)	1'
6	Aviso		1'

7	Cortina musical	30''	
8	Bueno, ya es la hora, son las 9:30, afuera hace frío: 5 grados	30''	
9	Cortina musical	30''	
10	Ahora sí, hoy vamos a escuchar un cuento muy especial, lo escribió un autor polaco...		2'
		10'	

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 32

1. ¿Qué tal suena?

En parejas, redactar un guión de un programa que dure 1 minuto. Puede ser de cualquier tema.

Intercambiar con los otros equipos el guión.

Cada equipo hará una representación de programa (como en una obra de teatro) del guión que le tocó. De este modo, los demás podrán comprobar si el guión está redactado con claridad.

2. A poner las cortinas

Individualmente o por grupos, elegir tres temas musicales reales para los programas imaginarios que se proponen a continuación:

1. ENCUENTROS (un programa donde se encuentra gente que no se veía hace mucho)

Tema 1

Título.....Autor.....Intérprete.....

Tema 2

Título.....Autor.....Intérprete.....

Tema 3

Título.....Autor.....Intérprete.....

2. VOCES DEL RECREO (programa que se emite para los alumnos de todas las escuelas de la zona y que se puede escuchar en recreos y horas libres)

Tema 1

Título.....Autor.....Intérprete.....

Tema 2

Título.....Autor.....Intérprete.....

Tema 3

Título.....Autor.....Intérprete.....

3. BUENOS DÍAS AMIGOS (programa con informaciones locales y nacionales que se emite por las mañanas en una comunidad rural)

Tema 1

Título.....Autor.....Intérprete.....

Tema 2

Título.....Autor.....Intérprete.....

Tema 3

Título.....Autor.....Intérprete.....

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 33

Hay que caer en la Rutina

... Justamente, para no hacer siempre lo mismo. En radio se llama “rutina” a un plan de trabajo que se redacta para cada emisión. No es lo mismo que el guión, ya que en la rutina no se escribe detalladamente el texto que dice el locutor ni los temas que pasará el operador. La rutina es una suerte de “hoja de ruta”, un “esqueleto” sobre el que se sostiene todo programa radial para caminar.

La rutina se reparte entre todos los miembros del equipo, para que todos: el conductor, el operador y el coordinador del programa, conozcan el esquema de trabajo que llevarán adelante y sepan qué hacer en cada momento. Por esto, la rutina tiene que estar redactada con mucha claridad.

Instrucciones para hacer una rutina:

1. Dividir una hoja blanca en tres columnas.

En la columna de la izquierda se anotan las indicaciones de sonido y audio.

SONIDO Y AUDIO

Apertura del programa, si forma parte de la “artística” suele escribirse en cursivas

(luego, entre paréntesis se indica la fuente de los sonidos, por ejemplo: Computadora o cassette o disco, Apertura)

Disco 2, canción 3 (entero)

Separador

(Computadora o cassette o disco, Separador 1)

En la columna central se señala el tiempo de duración de cada bloque (se incluye el tiempo del separador o la cortina y el tiempo de desarrollo de los participantes).

SONIDO Y AUDIO TIEMPO

/Apertura del programa

(luego, entre paréntesis se indica la fuente de los sonidos, por ejemplo: Computadora AP) 2'

Disco 2, canción 3 (entero) 4'

Separador 1

(comp: SEP 1) 30''

En la columna de la derecha se detallan los contenidos de cada bloque.

SONIDO Y AUDIO TIEMPO CONTENIDOS

Apertura del programa, si forma parte de la “artística” se escribe en cursivas.

(luego, entre paréntesis se indica la fuente de los sonidos, por ejemplo: Computadora AP) 2' **Conductor** abre y saluda. Presenta los temas del día.

Disco 2, canción 3 (entero) 4' **Conductor** anuncia primer tema musical

Separador 1

(comp: SEP 1) 30''

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 33

¿Se animan a seguir con la rutina del ejemplo hasta completar un programa de media hora?

Hay algunos espacios ya completados para ayudar. (Primero se reproduce el ejemplo de arriba y, en los renglones finales, hay un ítem puesto en cada uno]

SONIDO Y AUDIO	TIEMPO	CONTENIDOS
----------------	--------	------------

Apertura del programa, si forma parte de la "artística" se escribe en cursivas.

(luego, entre paréntesis se indica la fuente de los sonidos, por ejemplo: Computadora AP)	2'	Conductor abre y saluda. Presenta los temas del día.
---	----	---

Disco 1, canción 3 (entero)	4'	Conductor anuncia primer tema musical
------------------------------------	----	--

Separador 1

(comp: SEP 1) 30''

<i>Cortina noticias</i> (comp: C NOT)	3'	Locutores 1 y 2 leen resumen de noticias
---------------------------------------	----	---

5'

Disco 2, canción **3** (entero)

Conductor presenta invitado en el estudio.

Separador 1

(comp: SEP 2)

6'

Tanda comercial 1

Total 30'

Elementos que puede contener la rutina:

Móvil desde la biblioteca, con entrevista a la bibliotecóloga.

Audio grabado de testimonios de chicos y chicas.

Reporte metereológico y hora exacta, con su respectiva cortina.

Llamadas de los oyentes.

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 34

Características de las emisoras de radio

No todas las emisoras de radio son iguales. Como dice el refrán “en la variedad está el gusto”... y no sólo el gusto, sino la propia libertad de expresión y la posibilidad de generar múltiples alternativas para necesidades distintas.

De acuerdo con sus objetivos generales y particulares y con relación al público que busca captar, cada emisora elabora su programación. El género musical que difunde, el perfil de los periodistas que participan, el área de investigación de reporteros, etc., todo lo que una radio emite tiene una finalidad específica dirigida a un público concreto.

Pero, eso sí, todas las emisoras comparten cierta estructura formada por varios elementos:

Programas: Según el contenido central, un programa puede ser: periodístico, musical de entretenimiento, difusor de una actividad o tema. Claro que también hay ciclos que hacen propuestas mixtas donde se integran estos contenidos. En cuanto a su forma, los programas pueden ser *unitarios*, cuando se emiten una vez a la semana, o *tiras*, que se realizan todos los días o de lunes a viernes, con un horario determinado.

Publicidad: Se emite regularmente en tandas, conjunto de avisos –llamados también *spots* o comerciales– y auspicios de diferentes empresas e instituciones.

Artística: También llamada maquillaje o “vestimenta”, consiste en una serie de piezas musicales o de efectos pregrabados y cumple con varios objetivos: indica el comienzo o final de un segmento, sección o programa; permite identificar a la emisora a través de siglas; sirve de fondo para las promociones (también llamadas *promos*), donde se difunden programas y eventos que se organizan desde la misma radio. La función de la artística es destacar o adornar lo que la radio emite a través de separadores. De este modo contribuye a hacer más atractivo el mensaje.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 34

1. Tomar un ejemplo

Escuchar un programa de radio (de al menos 30 minutos)

Los integrantes se dividen en tres grupos, cada uno de los cuales se encarga de uno de los elementos (programa-artística-publicidad)

La actividad consiste en re-elaborar ese mismo programa, ahora con otras palabras en la conducción, con otra artística y otras publicidades.

Ejemplo: si para ir a una tanda publicitaria el locutor del programa dice: “Vamos a una tanda y volvemos”, en la reelaboración el conductor podría decir: “Hacemos una pausa, escuchamos la tanda y enseguidita nos reencontramos”

2. ¿De qué se trata mi programa?

A continuación se muestra un cuadro con tres columnas que corresponden a tipo de programa, algún elemento de la artística y alguna publicidad posible.

La actividad consiste en buscar coherencia combinando de a tres elementos.

Ejemplo: Para personas mayores que buscan pareja - Separador con campanas de iglesia - Aviso de una

florería.

Programa Artística Publicidad

Para personas mayores que buscan pareja Cortina con los primeros acordes de “la cumparsita”

Aviso de una marca nueva de mayonesa

De prevención de adicciones Promo que anuncia otro programa de la misma emisora, con un invitado sorpresa. Aviso de un recital de rock.

Para dar a conocer a jóvenes poetas. Cortina de apertura con música de flauta. Aviso de una florería

De música folclórica Separador con campanas de iglesia Aviso de oferta de guitarras.

De sorteos Cortina de música de circo. Aviso de una marca de preservativos.

Para seguir el juego, pueden agregarse más elementos a la lista.

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 35

La artística

Dicen por ahí que una imagen vale más que mil palabras.... Entonces ¿Cuánto valdrá una imagen *acústica*? Un montón, porque la imagen es lo primero que se identifica de una persona, o de un lugar... o de un programa de radio. Por eso, la artística constituye un elemento de gran importancia en la estructura de los programas de radio. Se llama artística o “*vestimenta*”, porque justamente sirve para vestir o *decorar* la emisión y hacerla más atractiva a los oyentes. Además, una de las funciones principales de la artística es que los oyentes reconozcan enseguida la emisora o el programa que están escuchando.

La artística debe ser coherente con la programación, es decir, ambas deben tener un lenguaje y un estilo similar. Se compone de diversos elementos:

Siglas: cada emisora de radio se identifica con siglas que dan al oyente su nombre, frecuencia a través de la que se emite³ y, generalmente, su localización geográfica. Por ejemplo, *Mitre, AM 80, desde Buenos Aires, o FM 103.4 Cariló El sonido del mar.*

Para elaborar la artística de una sigla se utilizan diversas modalidades: canciones breves, jingles, locución con cortina musical o “en seco” (voz sobre silencio). En las grandes radios y cada vez más en FM de medio alcance, de esto se encargan los *creativos*, quienes proponen las ideas, el tema y los textos que leerán los locutores. Seleccionan además la música y/o los efectos sonoros adecuados para, finalmente, hacer la edición.

Promos: se denomina así a las producciones vinculadas a la promoción de programas, eventos o simplemente la imagen institucional de una emisora, a través de frases llamativas. A diferencia de la sigla, el objetivo de la “promo” no es dar los datos que identifican a una estación de radio (nombre, frecuencia, etc.) sino colaborar con la definición de su perfil. Por ejemplo: “*Apagá La Tribu y hacé tu radio*”, que busca desde su promo dar cuenta que la FM La Tribu considera que la radio la hacemos todos, o que todos podemos hacer radio.

Separadores: breves segmentos musicales, con o sin palabras, que marcan un cambio de clima o del contenido del programa. Cuando el separador marca el inicio de una sección o se usa para la presentación de un informativo, recibe el nombre de apertura; cuando el separador marca el final de ese segmento, se le llama cierre. Se trata de piezas musicales grabadas especialmente para indicar esos cambios.

Para crear una artística o “*vestimenta*”, hay que seguir los siguientes pasos:

Elaboración de la idea general y de los textos.

Elección de los sonidos a utilizar (música y efectos).

Grabación y edición.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 35

1. A promocionar...

Producir la promo de alguno de los siguientes programas imaginarios.

“Música africana para despertar leones” (Se trata de un servicio de despertador para quienes deben despertarse muy temprano)

“Cuentos para morir... de risa” (Se trata de un programa donde los oyentes llaman para contar chistes)

“Libros viejos para lectores jóvenes” (Un programa para intercambiar libros escolares)

Una vez que se redactó el texto y se eligió la música o el sonido de fondo, se realizará la grabación, para que

los demás la escuchen.

Entre todos, analizar las características básicas: objetivos, recursos empleados y estilos de cada promo.

2. Escuchar, analizar... ¡y crear!

Escuchar radios de la zona e identificar frases que utilizan de siglas y cómo son los separadores.

Elaborar alternativas de siglas para la radio de la escuela y proponer separadores para: apertura del programa o micro, para el informativo y para el cierre de un segmento. El segmento puede ser de: medio ambiente, movimientos indígenas, deportes.

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 36

Los tiempos y el ritmo

Una fotografía de la última reunión familiar, un edificio muy alto que nos llama la atención, el primer dibujo que hicimos de chicos, una escultura que se exhibe en un museo... todos estos son objetos que podemos observar desde distintos ángulos, desde arriba o desde el costado y hasta los podemos tocar, sencillamente porque ocupan un lugar en el *espacio*. Las artes plásticas apelan al sentido de la vista y del tacto, mientras que otro tipo de expresiones, como la música o la literatura oral y, por supuesto la radio, son medios sonoros que se aprecian a través del oído, es decir que ocupan un lugar en el *tiempo*.

El tiempo es, sin duda, un concepto complejo... puede ser veloz, por ejemplo cuando faltan dos minutos para que se termine un partido de fútbol y nuestro equipo va perdiendo; y puede ser lento si los mismos dos minutos se pasan bajo el agua de una pileta; el tiempo puede ser cómodo, cuando tomamos un café y conversamos con un amigo y puede ser incómodo cuando el café está frío y en la conversación aparece una mala noticia. Algunos dicen que el “tiempo es dinero”, otros dicen que “el tiempo lo cura todo” y que “hay que darle tiempo al tiempo”...

En radio, se le llama *tiempo radial* a la duración de cada mensaje, canción o noticia que se emite, porque todo lo que se escucha a través de la radio, ocupa un lugar en el tiempo. Es por eso que hay que considerar siempre al oyente y a su capacidad auditiva y de atención. En radio, es posible decir muchas cosas en un solo minuto, siempre y cuando el mensaje se emita con suficiente claridad. Resulta que, en radio, un minuto es mucho tiempo.

Otro concepto importante es el *ritmo* que está íntimamente relacionado con el tiempo. Pensemos en alguien que cuenta un chiste: si su relato es fluido, puede tardar varios segundos en llegar al remate y aún así mantener la atención de su auditorio; pero si tarda demasiado, se traba o se equivoca, el auditorio se distrae y el chiste pierde efecto. El ritmo tiene que ver con la percepción del tiempo, por eso, constituye un elemento muy importante para la radio.

A la hora de planificar un programa de radio, hay que distribuir los contenidos a lo largo del tiempo total que durará ese programa.

Una manera de ver con claridad esa distribución consiste en dibujar una esfera –como la de un reloj–, y sobre esa imagen graficar las “porciones” de programa con diferentes colores, por ejemplo, para distinguir cada parte (las partes habladas, las partes musicales, los contenidos grabados, las tandas comerciales, etc.) A cada una de esas partes o “porciones” las llamamos bloques.

Hacer este esquema es una excelente manera de visualizar la relación entre los distintos bloques.

Por supuesto, la distribución en la esfera debe ser flexible para permitir variaciones en el esquema hasta encontrar la mejor organización de programa. Para hacerlo, es importante jerarquizar los temas de acuerdo a su relevancia, establecer secuencias equilibradas entre música y palabras, regular la inclusión de cuestiones “más fuertes” para mantener el interés de los oyentes, etc.

La duración de cada bloque y su posición respecto de los otros hace al ritmo del programa. Y es que el tiempo y el ritmo en radio están estrechamente vinculados.

Hay programas que no incluyen temas musicales completos, sólo ráfagas (fragmentos musicales breves) y la

artística: cortinas, separadores, presentaciones.

La música, ritmos e intérpretes elegidos cuidadosamente también aportan a la estética y ritmo del programa. En cuanto a la música, por ejemplo, puede determinar el ritmo de un programa: hacerlo más ágil, más liviano, más atractivo.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 36

1. Al compás del reloj

Graficar -según criterios propios- los contenidos del programa sugerido

Al finalizar, comparar las gráficas para discutir en grupo los criterios elegidos. Se recomienda que todos usen los mismos colores para cada bloque, de ese modo la visualización será más clara.

Programa “magazine” (revista radial)

Duración: 1 hora

Contiene:

2 entrevistas: una en el piso al Ministro de Salud y otra telefónica a un cantante de rock que presentará su próximo CD.

Participación de un columnista especializado que realiza una crítica sobre los nuevos programas de televisión.

Intervención de móviles con noticias de último momento.

Flash informativo.

Temas musicales.

Tandas comerciales.

2. A escuchar

Con reloj en mano, escuchar media hora de algún programa de radio AM o FM y completar una ficha como la que se presenta.

Comparar las respuestas para discutir los temas de tiempo y ritmo.

FICHA TIPO

Programa escuchado: _____

Oyente: _____

¿Cuánto tiempo se destina a la artística? _____

¿Cuánto tiempo se destina a cada bloque? _____

¿Se le dedica más tiempo a la palabra o a la música? _____

¿El tiempo de los bloques es equilibrado? _____

¿El ritmo del programa es acelerado o lento? _____

¿Qué hipótesis podemos hacer con respecto a qué le dan más tiempo y a qué menos? _____

Comentarios respecto al uso del tiempo: _____

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 37

De la radio a su casa: proceso de la comunicación radial

Hoy en día –y desde hace ya mucho tiempo– es tan común escuchar radio en casi todos los ámbitos de la vida cotidiana, que pocas veces nos preguntamos cómo funciona este aparato. O cómo es posible escuchar las voces de personas que están tan lejos. ¿Magia? No. No es magia, existe una explicación que, aunque pueda resultar compleja, vale la pena conocer.

No se trata acá de entrar en definiciones científicas, pero sí de comprender, al menos a grandes rasgos, cómo es que llegan los sonidos desde una cabina de transmisión hasta el aparato de radio que descansa tranquilamente en la cocina de casi todas las casas.

En el proceso de transmisión intervienen distintos elementos, cada uno de los cuales cumple una función específica. Sin la presencia de cualquiera de ellos, la comunicación no es posible.

El emisor: es la estación radiofónica donde se genera corriente de alta potencia.

El transmisor: es la antena de la estación que emite, encargada de esparcir por el espacio la onda modulada. Es el codificador que cambia o modula el mensaje original, transformándolo en señales propiamente dichas.

El canal: es el aire, la atmósfera que moviliza la información emitida en forma de ondas hertzianas. Actualmente también podemos escuchar radio por Internet.

El aparato receptor de radio: es el elemento que capta la onda, amplificándola y decodificándola, para convertirla en el mensaje original, aquel del que surgió la señal primitiva. En este punto se inicia un nuevo sistema de comunicación entre el aparato receptor de radio y el radioescucha (oyente).

El oyente: es el destinatario del mensaje, la audiencia que constituye el último elemento del sistema.

ACTIVIDADES – CAPÍTULO 37

1. Procesos

Toda clase de comunicación se realiza a través de un proceso donde intervienen diferentes factores.

La actividad consiste en comparar los elementos de comunicación radial, con la comunicación oral cotidiana.

Emisor

Transmisor

Canal

Aparato receptor de radio

Oyente

Ejemplo: el emisor en radio es la estación radiofónica. En la comunicación oral cotidiana, la persona que habla o hace un gesto etc.

2. No se escucha...

Señalar con un [símbolo positivo] las situaciones que pueden facilitar la comunicación y con un [símbolo negativo] las situaciones que pueden obstaculizarla. Explicar la respuesta y proponer una alternativa en los casos negativos.

Ejemplo

Dos personas hablan distinto idioma [símbolo negativo]. Para que la comunicación sea posible, puede llamarse un intérprete.

Se escucha muy fuerte el llanto de un bebé

Dos personas se conocen desde hace muchos años

El emisor tiene la boca llena de chocolate

El receptor está de muy mal humor

El teléfono tienen interferencias

El emisor y el receptor hablan al mismo tiempo

El emisor y el receptor son expertos en el mismo tema

Para seguir la actividad, proponer situaciones que faciliten o que obstaculicen el proceso de comunicación entre dos o más personas.

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 38

Organización de un programa de radio

Un sólo dedo, con un breve movimiento casi inconsciente –casi inocente–, enciende un universo entero de ideas, propuestas, voces, ruidos, notas musicales, palabras, conceptos, noticias buenas, malas noticias, sol para todos o probabilidades de lluvia, chismes, chistes, opiniones, historias, personajes.... Así viaja, a la velocidad del sonido, del dedo al oído y del oído al ánimo, la maravilla de la radio.

Pero para que todo eso suceda hace falta más que un dedo. Existe todo un equipo de cerebros articulados que dan vida a los programas de radio. Todos ellos están detrás de los parlantes, trabajando juntos y organizados para que la radio llegue a los oyentes.

La organización es la palabra clave cuando se emprende la realización de un programa de radio.

¿Por dónde empezar?

Antes que nada hay que preguntarse qué tipo de programa uno quiere realizar. ¿Periodístico? ¿musical? ¿de entretenimientos? ¿deportivo? ¿cultural? Habrá muchas respuestas a esta primera pregunta, todas serán válidas y legítimas. Para no perder ninguna idea, se puede elaborar una lista con todas las propuestas viables. Tal vez la lista resulte un poco larga, en ese caso más vale darle una buena revisión y depurarla hasta arribar a un consenso o al menos a un orden de prioridades.

Además del tema central, también hay que definir el *estilo*: ¿Sencillo o complejo? ¿Amigable o agresivo? ¿Conciliador o polémico? ¿Masivo o selectivo? ¿Serio o humorístico?... O tal vez con un poco de todo eso.

¿Cómo seguir?

Una vez definido el tema y el estilo, el siguiente paso consiste en analizar, o sea definir y conocer el público al cual se dirigirá. Obviamente, el público y el contenido del programa deben guardar relación.

Como a cualquier obra artística, además, hay que darle un nombre. Luego, entre todo el equipo conviene pensar en una frase o una palabra que defina la propuesta. A esto se le llama *slogan* y sirve para presentar sintéticamente el contenido y la propuesta estilística.

¿Y qué le metemos?

Ahora ya hay un nombre, un público potencial y hasta un slogan. A continuación la labor es definir qué formatos se quieren explorar (musical, deportivo, informativo), o con qué secciones puede contar el programa (entrevistas, llamadas de oyentes, comentarios periodísticos). De hacer un programa dividido en secciones será necesario detallar el contenido de cada una de ellas.

¿Quién hace qué?

En toda organización es importante repartir el trabajo y coordinarlo eficazmente. Se recomienda hacer una nueva lista, ahora con las funciones que cumplirán los participantes de esta producción.

¿Cómo? ¿Cuándo?

Si se proyecta un programa para una emisora que ya existe, hay que decidir cuál, fundamentando esa elección. Esto significa que, si se presenta la oportunidad, pueden aprovecharse las instalaciones de alguna emisora comercial, o alguna barrial. De no ser posible, la idea podría ser implementar una emisora propia en el colegio o el club del barrio.

Al pensar en la transmisión, un tema no menos importante es definir en qué días y en qué horario se emitirá el programa ya que, el horario, también debe ser coherente con el contenido, el estilo y el público. Un programa infantil a las tres de la madrugada, seguramente se convertirá en un fracaso.

Por último, no hay que olvidarse de los anunciantes. Cada programa, según su contenido, podrá concitar la atención de algún tipo de empresa, comercio o institución que quiera difundir su producto o actividad. Definir este punto y argumentar al respecto es también una parte importante del trabajo.

Probando, 1, 2, 3 probando

Acordado lo anterior, es momento de entrar en acción. Se diseña el proyecto de una primera emisión, es decir un programa “piloto”. Este programa constituye una carta de presentación: en él se detalla el contenido y se realizan las primeras búsquedas de estilo, lenguaje, etc. La idea del “piloto” es mostrarlo a todos los interesados (amigos, familiares o posibles anunciantes) para recibir comentarios, críticas y sugerencias. Es aconsejable también para poder escucharlo atentamente y ejercitar la autocrítica.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 38

1. Fábrica de *slogans*

Proponer un título y un slogan para cada uno de los siguientes programas imaginarios.

Tema: Economía del hogar

Estilo: Serio

Título:

Slogan:

Tema: Música y literatura para chicos

Estilo: Informal

Título:

Slogan:

Tema: Deportes para practicar al aire libre

Estilo: Sencillo, informal

Título:

Slogan:

Para continuar la actividad, se sugiere crear más temas y estilos para ponerles título y elaborar un slogan. Vale la pena aprovechar este juego para empezar a pensar los temas que se quieren abordar.

Ejemplo:

Tema: Economía del hogar

Estilo: Serio

Título: La hora del ahorro

Slogan: Un programa de bolsillo

2. Vamos por partes

A partir de la actividad anterior (con los programas propuestos o con otros), pensar qué secciones podrían incluirse.

Proponer al menos tres secciones para cada programa.

Ejemplo:

Tema: Economía del hogar

Secciones:

1. Laboratorio: se dan recetas para fabricar productos de limpieza con elementos caseros.
2. Entrevistas: se invita a alguna persona para que hable sobre cómo ahorrar en la casa.
3. Tema del día: se define un eje temático para que los oyentes participen comentando sus experiencias.

3. La hora exacta

Ahora vale la pena pensar el mejor horario para la transmisión de cada programa, siempre teniendo en cuenta el público al que se dirige y la temática abordada.

Discutir entre todos los participantes -hasta lograr consenso- la mejor hora de transmisión de cada programa.

4. Pensar en la comunidad

La actividad consiste en repetir los tres ejercicios anteriores, pero con programas que aborden temáticas de interés para los vecinos del barrio donde está la emisora y los oyentes. Este sería un primer gran paso para la organización del programa a realizar.

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 39

Manos a la radio

La radio es un trabajo de equipo. Lo que se escucha como un todo integrado, no es otra cosa que la coordinación de varias tareas bien definidas. En un sólo programa, aunque sea bien corto, escuchamos separadores, aperturas y cierres, tandas publicitarias, música, síntesis informativas, entrevistas, comentarios de notas... En fin, en la realización de un programa intervienen muchas personas, cada una con un papel establecido:

Productor: Es la persona, o grupo de personas, que prepara cada programa antes de su emisión: decide los temas, arma la rutina (esquema), concerta las entrevistas telefónicas, decide dónde irán los movileros, busca la música elegida, planea los concursos, etc. Aunque la producción puede estar a cargo de un equipo, en las grandes radios suele haber un responsable general que toma las decisiones, al que se denomina productor ejecutivo.

Conductores: Son quienes dirigen el programa, saludan al auditorio, presentan las secciones, dan paso a la música... en fin, son los encargados de *llevar las riendas* del programa. Como los conductores son la cara visible (o la *voz audible*) de todo el proceso, además de tener una *linda voz*, es importante que sean personas carismáticas, que se expresen con soltura y despierten simpatía entre el público. De todas maneras, estas no son cualidades con las que se nace, sino que se pueden ir incorporando en la práctica. Todos podemos ser conductores (y productores, y creativos y locutores) sólo es cuestión de proponérselo y ejercitar lo suficiente.

Creativos publicitarios: Crean y realizan los avisos publicitarios. A veces trabajan para una determinada emisora y otras veces lo hacen en productoras externas.

Locutores comerciales: En muchos programas hay personas que se encargan de leer los avisos de las tandas. Deben tener muy en cuenta que su objetivo es vender... o sea convencer a los oyentes de las bondades del producto o servicio promocionado.

Locutores de informativo: En muchas emisoras hay locutores especiales para leer las noticias; en otras, las lee el mismo conductor del programa. La lectura de noticias puede hacerse a dúo o individualmente, pero siempre con claridad y buena dicción.

Redactores: Seleccionan, jerarquizan y redactan las noticias que luego se leerán.

Periodistas:

Movileros: Brindan información desde afuera de la radio (desde la calle o en algún otro lugar donde se desarrolla algún acontecimiento importante)

Entrevistadores: Realizan entrevistas a personas importantes (las entrevistas pueden ser grabadas o hacerse "en vivo" desde la emisora)

Comentaristas: Elaboran y leen comentarios acerca de noticias importantes.

Musicalizadores: Se encargan de elegir la música que se emite, desde canciones y obras musicales hasta la que se utiliza en las cortinas, la artística, etc.

Operador técnico: Es la persona que maneja el equipo técnico: consola, micrófonos, grabadores, etc. También es quien indica –a través de gestos– el turno de cada participante para salir al aire.

Guionistas: Escriben todo lo que va a ocurrir en el programa y en qué orden. El guión debe ser atractivo para los oyentes y claramente entendible por quienes lo llevan a cabo: conductores, locutores y operadores. Recordamos que, a diferencia de lo que ocurre en la rutina (donde solo se dan indicaciones generales de lo que pasa en cada momento) en el guión debe estar todo escrito, palabra por palabra. El uso más frecuente del guión se da en los radioteatros, informativos y tandas publicitarias.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 39

1. Más información

Invitar a un productor de radio profesional a dar una charla al colegio.

Una persona designada como “productor” se encarga de localizar al invitado y organizar la charla; encuentra un lugar apropiado para hacerla, avisa a los interesados, etc.

Un conductor presenta al invitado y modera la charla.

Dos o tres participantes preparan una serie de preguntas relacionadas con la labor del invitado y le realizan una entrevista pública.

Otra persona elabora un mecanismo para grabar la charla.

El material grabado servirá para la actividad 2.

2. Tema: la radio

Realizar un programa cuyo tema sea “la radio”.

Para hacerlo, seguir los siguientes pasos:

El guionista realiza un guión donde explique el contenido del presente capítulo (“Manos a la radio”). Debe “cambiar” el lenguaje para hacerlo más fluido, pensando que alguien lo leerá para que otro lo escuche.

El musicalizador busca música para hacer cortinas de apertura y cierre, así como la artística. También puede incluir alguna canción que hable de la radio.

Uno o dos conductores se encargarán de leer el guión.

El operador técnico selecciona fragmentos de la entrevista realizada en la actividad 1 para incluirlos en el programa.

También se puede incluir un *noticiero* donde se cuente la historia de la radio.

6.- Ver rutina que se da como ejemplo

Rutina de ejemplo

SONIDO Y AUDIO	TIEMPO	CONTENIDOS
----------------	--------	------------

Apertura del programa

(CD 1, canción 2)	2'	Conductor abre y saluda.
-------------------	----	---------------------------------

<i>Cortina noticias</i> (comp: C NOT)	5'	Locutores 1 y 2 leen noticias (por ejemplo quién inventó la radio)
---------------------------------------	----	---

Tanda comercial 1

2'

2' **Conductor** anuncia testimonio del productor de radio invitado o entrevistado

Fragmentos de la entrevista realizada previamente al productor	10'
--	-----

1' Conductor presenta a un comentarista
--

Separador 1

(comp: SEP 1) 30''

5' **Comentarista** realiza un comentario del testimonio

Separador 2

(comp: SEP 2) 30''

2' **Conductor** presenta tema musical

Disco 2, *canción 3 (entero)* 3'

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 40

Para hacer una emisora

Planes van y vienen, todo el mundo quiere participar, unos con la voz, otros con música, otros con comentarios y noticias.... Todo vale a la hora de proponer ideas. Pero ahora llegó el momento en que todas estas ideas se hagan carne y hueso... o sonido y silencio. En fin, que cobren vida y se conviertan en radio.

En este punto el reto no es de índole creativo... la cosa se pone más técnica, ya que para realizar radio se necesita contar con algunos elementos de infraestructura propios del medio. Ahora hay que proyectar la instalación de la nueva emisora, la operación y las características del equipo necesario.

Para hacer posible la emisión es importante elegir un equipo adecuado. ¿Cómo saber cuál es? Antes que nada, hay que pensar –en función del contenido- qué clase de aparatos se necesitan; luego hay que considerar el presupuesto disponible para adquirirlo ya que, según la calidad, existen equipos de diferentes precios y características que se adaptan a las diversas necesidades de producción.

Además del personal que cubre las áreas básicas de la radiodifusión (productores y guionistas), la puesta en marcha y el adecuado funcionamiento de una emisora de radio requiere tener en cuenta 2 aspectos:

Equipo mínimo

micrófonos

consola mezcladora

tornamesas o reproductor de discos compactos

grabadora-reproductora de cintas

procesadoras de radio

Instalaciones fundamentales

El estudio: Es un ambiente especialmente acondicionado acústicamente (aislado de ruidos de la calle, por ejemplo). Ahí se ubican los periodistas y locutores, que hablan a los micrófonos.

Los controles: Es el lugar donde el operador técnico comanda la transmisión, regula los volúmenes, pone la música, los efectos, etc.

Ambos espacios se comunican por una ventana vidriada que permite el diálogo entre operadores y conductores, que se hace gestual cuando el programa está en el aire.

Otro factor que interviene a la hora de transmitir un programa de radio es el aspecto legal y administrativo. Quienes deseen instalar una nueva radiodifusora de manera profesional deberán obtener el permiso o concesión correspondiente y cumplir con los requisitos que exige la ley para salir al aire sin mayores problemas. Aunque no sea el caso de una radiodifusora escolar o en un club de barrio, es de utilidad informarse en función de futuros crecimientos.

Para esto se debe recurrir al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), ya que la legislación vigente en materia de radiodifusión es una ley (la 22.285) sancionada en plena dictadura militar (1980) y, aunque se impulsaron múltiples proyectos y modificaciones, durante los primeros veinte años de democracia persistieron los múltiples impedimentos legales para que las cooperativas y otras entidades comunitarias puedan acceder a una frecuencia radiofónica.

Sin embargo, un centenar de escuelas rurales y de frontera accedieron en los últimos años a frecuencias, a

través de resoluciones específicas dictadas por el COMFER en el marco del proyecto Radioescuela, que surgió a partir de un convenio entre ese organismo oficial y el Ministerio de Educación de la Nación.

Hay dos decretos, el 705 del año 2000 y el 1360 del 2001, que dieron legalidad a unas 40 radios escolares donde se evaluó, entre otras cosas, la función comunitaria de la radio que emite mensajes de las escuelas.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 40

1. Visita a los profesionales

Visitar una emisora de radio local para observar las instalaciones

Observar la dinámica de trabajo

Dialogar con los integrantes del equipo de transmisión.

Tomar nota de las observaciones que pueden ser útiles para la propia implementación de una emisora o desarrollo de un programa de radio.

2. Que no vuele una mosca

Investigar (a través de libros, visitas a negocios especializados y/o conversaciones con sonidistas, arquitectos, etc) cómo se hace para aislar un ambiente, es decir, para evitar que se le cuele sonidos del exterior. Qué tipo de construcción se requiere, qué materiales -profesionales o caseros- pueden utilizarse para recubrir las paredes del ambiente que se pretende aislar, etc.

Cotejar las investigaciones.

Elaborar una lista de con qué materiales caseros podría armarse un estudio para la radio de la escuela.

HISTORIA DE LA RADIO

CAPÍTULO 41

Historia y vida cotidiana en la radio

Al conventillo se entraba por un zaguán largo y angosto que conducía al primer patio. Allí se asoleaban pájaros canoros y parlantes, gatos, perros e infinitos malvones puestos en macetas, palanganas y ollas agujereadas. Las puertas de las habitaciones cortaban, una tras otra, la monotonía de las paredes; por ellas entraba la luz y el aire, ya que no había ventanas en estas casas “chorizo”. (Tomado de *La gran inmigración*, de Emma Wolf y Cristina Patriarca, Sudamericana, 1997)

La Historia (con H mayúscula) se presenta generalmente vestida de fechas, nombres de grandes batallas, estatuas de piedra rígida que decoran las plazas, nombres y apellidos de próceres y guerras, muchas guerras. Sin embargo, una zambullida más profunda en las costumbres de las personas, los hechos comunitarios, los gustos y preferencias de los pueblos, sus relaciones afectivas... en fin la vida cotidiana de los pueblos también forma parte, y una parte fundamental, de la historia (ahora con h minúscula). Porque ¿qué es la historia sino la narración de los hechos de un pueblo a través del tiempo? ¿Y qué es el pueblo sino un conjunto de personas, individuales y únicas, cuyas vidas están tan llenas de altibajos como la de cualquiera de nuestros vecinos?

Desde sus inicios la radio ha sido testigo de la vida cotidiana de nuestro país. Como una suerte de cronista que refleja, más allá de los ámbitos académicos, la historia de las personas comunes, sus gustos, inquietudes y necesidades. Todo el material radiofónico, desde la música hasta las tandas publicitarias, constituyen documentos de época; sirven para conocer el pasado, para entender la historia.

Sin duda el tratamiento de temas históricos a través de la radio resulta una herramienta excelente para contribuir a recuperar una identidad común, para que la gente valore el patrimonio de su pueblo o ciudad, y de esa manera, se genere una memoria colectiva conciente, constructiva y creativa.

La radio puede constituir un medio ideal para mostrar cómo la ciudad, el barrio o el pueblo vive transformaciones económicas, políticas y culturales que a su vez sirven para explicar los complejos y contradictorios procesos por los que transita nuestro país.

Pensemos por ejemplo en lo interesante que podría ser que los vecinos de una localidad realizaran una investigación acerca de su propio entorno. Pensemos además, la trascendencia que podría alcanzar dicha investigación si se convirtiera en una crónica narrada, con formato de informe radial.

Esta clase de emprendimientos se están llevando a cabo actualmente en muchas comunidades y constituyen un aporte invaluable para dar cuenta del pasado común que comparten sus habitantes.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 41

1. Historia de mi gente

La actividad consiste en pre-producir (es decir, conseguir el material) un programa de radio dedicado a difundir la historia de la comunidad a la que pertenece el grupo participante.

Elaborar una lista de personas sobresalientes por su trabajo con la comunidad (bombero, médico/a, coordinadora de comedor, etc.).

Elaborar otra lista con las personas más antiguas del lugar.

Realizar entrevistas donde estas personas puedan referir anécdotas.

2. Un programa con historia

Con el material recopilado en la actividad anterior, pensar un programa de radio dirigido a los miembros de la comunidad.

Puede incluir:

Libre participación de los oyentes

Promoción de eventos participativos donde se genere el intercambio entre vecinos o miembros de la comunidad (por ejemplo exposición de objetos aportados por los vecinos, “mates con historia”)

Testimonios obtenidos de las entrevistas

Una dramatización

Una mesa redonda

Música

Ponerle un nombre al programa

Establecer la duración total y la estructura temporal de cada bloque.

Escribir la rutina

3. Al aire

De acuerdo a lo establecido en las actividades anteriores, producir un programa que tenga como eje la divulgación de la vida cotidiana de la comunidad y su historia.

4. La historia de todos

Leer y debatir el texto introductorio del capítulo y elaborar un guión para un programa de 30 minutos acerca del tema de las últimas inmigraciones: peruanos, bolivianos, coreanos, etc. O acerca de la migración entre provincias.

Tener en cuenta -a modo de guía- algunas de estas preguntas:

¿Cuándo llegaron?

¿Por qué se fueron de su país?

¿Cuántos de sus familiares se trasladaron?

¿En qué barrios viven?

¿Desarrollan alguna actividad que los caracterice?

¿Mejoraron sus condiciones de vida?

¿Cómo son tratados por el resto de la sociedad?

¿Qué comidas preparan, a qué juegan en la infancia, etc.?

HISTORIA DE LA RADIO

CAPÍTULO 42

Historia de la radio

Hace poco más de 100 años, exactamente el 14 de mayo de 1897, una persona ubicada en un poblado llamado Laverck Point, en el canal de Bristol, habló con otra que se encontraba en la isla Fratholm, a 5 kilómetros de distancia. No sabemos qué se dijeron, pero algo importante ocurrió: fue la primera vez que se produjo una comunicación telegráfica sin cables.

Desde ese día en adelante, la radiofonía se desarrolló hasta convertirse en la radio que hoy todos conocemos. El autor de este gran descubrimiento fue un físico italiano llamado Guglielmo Marconi.

En sus inicios la radio no se utilizaba ni para escuchar música ni para promover actividades de participación popular... Nada de eso. La primera función de la radio fue para fines bélicos, en el marco de la primera Guerra Mundial (1914 – 1918), donde se utilizaba la comunicación inalámbrica para que los barcos se comunicaran en alta mar, ya fuera entre ellos o con su base terrestre. El primer contacto radial trasatlántico se realizó en 1921.

Durante la segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) también se utilizó la radio, sobre todo como medio alternativo de comunicación, ya que muchos de los tradicionales (trenes, líneas de telégrafo y carreteras) estaban totalmente destruidos.

La actividad de la radiodifusión como medio de comunicación general se inició en varios países alrededor de 1920. Se crearon las primeras estaciones de radio y se fabricaron -en masa- los receptores.

Las primeras estaciones, que emitían a través de AM (Amplitud Modulada), tenían una función meramente informativa pero, al poco tiempo, los contenidos fueron diversificándose hasta cubrir un espectro muy amplio de funciones: brindar información, música, cultura, entretenimiento, educación, etc.

Con el paso de los años, la radiodifusión se transformó sensiblemente, tanto por sus contenidos como por los avances técnicos. El advenimiento de la FM (Frecuencia Modulada), permitió el surgimiento de varias emisoras que, al no requerir equipos costosos ni instalaciones complejas para su funcionamiento, representaron una alternativa viable para las necesidades de comunicación de algunos asentamientos aislados. Muchas de estas radios FM, incluso, se identificaban como emisoras **comunitarias**.

Con el auge de la FM, las tradicionales radios de AM incorporaron sus propias emisoras de frecuencia modulada y las dotaron con equipos de tecnología más avanzada. Mientras tanto, las *comunitarias* siguieron extendiéndose en grandes ciudades y pequeñas poblaciones. Estas FM comunitarias son las que hoy llamamos **independientes o alternativas**, porque no forman parte de los grandes grupos empresariales.

ACTIVIDADES – CAPÍTULO 42

1. La historia está en las orejas

Entrevistar a personas mayores acerca de sus experiencias con la radio.

Realizar un cuestionario que incluya los siguientes temas:

Edad de la persona

Estación que escuchaba cuando era joven

Programa que recuerde con especial cariño

Cuáles considera que son las diferencias mayores entre la radio de su juventud y las transmisiones actuales

2. La historia de la radio por la radio

Con la información de este capítulo, el material recogido en las entrevistas, y otras fuentes informativas, armar un programa acerca de la historia de la radio.

Incluir -además- todos los elementos propios de la radio: apertura y cierre, música, cortinas, publicidad, etc.

HISTORIA DE LA RADIO

CAPÍTULO 43

La radio en la Argentina

Gugliermo Marconi, el mismísimo inventor de la radio, llegó a nuestro país en 1910 a bordo del barco Princesa Mafalda. En la localidad de Bernal, el físico italiano montó una enorme antena y logró comunicarse con Irlanda y Canadá.

Argentina también fue pionera en la difusión de cultura a través de la radio. En la noche del 27 de agosto de 1920, un grupo de personas que había traído de Francia un transmisor armado con válvulas, emitió la ópera *Parcifal* de Richard Wagner.

Durante 1922, todas las funciones del teatro Coliseo, así como las del Colón y el Odeón, pudieron ser disfrutadas por las pocas personas que contaban con un aparato de radio.

Durante ese mismo año se creó Radio Sud América –subvencionada por los fabricantes de receptores–, y en 1923, L.O.X. Radio Cultura, la primera emisora comercial (financiada con publicidad privada).

Algunas fechas y emisoras:

1923: comenzó a funcionar Gran Splendid Theatre (luego cine Splendid) y radio Brusa (luego radio Exelsior y más tarde llamada La Red).

1924: nació Radio Nacional Flores (que, al mudarse a la calle Belgrano, tomó ese nombre) y Quilmes Broadcasting, emisora que se transformó en Radio del Pueblo y, más tarde, en radio Buenos Aires.

1925: se creó radio Callao, que luego se convertiría en Libertad, actualmente Radio del Plata. Posteriormente surge Radio La Nación que perteneció al diario del mismo nombre, de la familia Mitre. Actualmente radio Mitre.

Todas estas emisoras pertenecían al tipo AM (amplitud modulada) y surgieron de la iniciativa privada. También había algunas emisoras estatales como Radio Municipal o Radio Provincia de Buenos Aires (1926) y Radio Nacional, llamada en ese momento radio del Estado (1937). En esa época los aparatos receptores eran de origen francés: las famosas radios “de galena”, conocidas como “radiole”,

Desde su aparición en todos los hogares argentinos y, especialmente en el periodo comprendido en los años veinte y treinta, la popularidad de la radio fue tan enorme que hasta llegó a influir en el lenguaje cotidiano las personas... ¿Algunos ejemplos?

En lugar de decir “piantao” a los locos, se les decía “ese anda mal de la antena” o “se le quemó la lámpara”; cuando una persona hablaba siempre de lo mismo, se le decía: “¡cambiá el dial!”; a los charlatanes: “apagá un poco, ¿querés?”; para irse a descansar: “me voy a desenchufar un rato”. ¿Se entiende? ¿Se *sintoniza*?

Estas y otras expresiones similares que comenzaron a circular en el ambiente familiar, la oficina o el café, fueron impuestas por los personajes de los programas cómicos de la radio. Con el paso del tiempo, la radio fue ocupando un lugar cada vez más notorio en la vida cotidiana de los habitantes de las grandes ciudades. De aquella primera época, quedaron en la memoria colectiva algunas frases que hoy se consideran verdaderos *clásicos*, como el saludo de Pepe Arias a sus oyentes: “Queridos filipipones...”; las llamadas “reclames”, versos publicitarios como: “Casa Lamotta, donde se viste Carlota”, “Casa Muñoz, donde un peso vale dos” o “Venga del aire o del sol, del vino o de la cerveza, cualquier dolor de cabeza se quita con un geniol”; y la

famosa expresión resignada: “Tenés más problemas que los Pérez García”...

Algunas anécdotas de la radio en Argentina

En Radio Argentina surgió “Ñácate”. Fue el primer programa cómico de la radiofonía mundial (1920)

La primera transmisión de un partido de fútbol fue en 1921 (Vélez Sársfield Vs. Boca Juniors)

Por radio Cultura se difundió la primera novela dramática, precursora de los radioteatros. La obra fue “El dedo en la llaga”, con Angelina Pagano.

El primer aviso comercial de la radio en la Argentina fue: “Avelino Cabezas: donde la elegancia resalta a todo caballero”.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 43

1. Historia y ficción

Redactar una entrevista imaginaria a Gugliermo Marconi (escribir tanto las preguntas como las respuestas)
Grabar la entrevista “actuando” la voz del entrevistado

2. Un poco de investigación

Investigar más datos acerca de la historia de la radio en Argentina (además de los expuestos en este capítulo)

Con el material recabado realizar un programa “Documental” sobre la historia de la radiofonía argentina.

El programa puede incluir

Entrevistas a personajes reconocidos

Testimonios de oyentes

Datos hemerográficos y bibliográficos

Música de la época retratada

Recreación de la publicidad de la época.

También se puede incluir la entrevista imaginaria

Todos los elementos necesarios: apertura y cierre, cortinas, informativos, etc.

3. La radio está cerca

Investigar acerca del origen de las primeras emisoras de su localidad.

¿Cómo eran los primeros programas que se escuchaban allí?

¿Qué contenidos tenían las primeras emisoras locales?

¿Se trata de emisoras antiguas o recientes?

Una vez realizada la investigación, discutir en grupo acerca de la importancia de que los medios públicos tengan delegaciones en diferentes partes del país.

HISTORIA DE LA RADIO

CAPÍTULO 44

El humor en los comienzos de la radio

En sus inicios, el humor en la radio fue una combinación de parodia y disparate que resultó tremendamente divertida a los oyentes de entonces. Para hacer reír, los personajes cómicos se valían de todos los recursos posibles; uno de ellos –muy efectivo– era cambiar las letras de las canciones de moda, manteniendo la base rítmica original. Tal como lo hacen hoy en día muchos programas televisivos.

Entre 1930 y 1950 los programas humorísticos conformaron –junto con los radioteatros y las audiciones musicales–, el núcleo central de la programación de casi todas las emisoras argentinas. Durante ese período de esplendor, los programas cómicos se estructuraban del siguiente modo:

De sketches: Se trataba de programas donde se presentaban –uno tras otro– varios sketches (representaciones breves), enlazados por la voz de un animador. Un ejemplo es “La caravana del buen humor”, realizada por quienes luego constituirían el elenco de “Los cinco grandes del buen humor”: Jorge Luz, Guillermo Rico, Zelmar Gueñol, Rafael Carret y Juan Carlos Cambón.

De personajes: Programas con chistes y anécdotas acerca de las aventuras de un personaje imaginario y sus allegados. Por ejemplo: “Felipe” con Luis Sandrini.

Personales: Programas basados en la popularidad de algún actor famoso de la época. En ellos, el protagonista hablaba ayudado por un animador. Ejemplos: Niní Marshall, Pepe Iglesias el Zorro, Los cinco grandes del humor.

Situacionales: Presentaban situaciones humorísticas desarrolladas en un escenario determinado (una oficina o una pensión), donde circulaban personajes cómicos. Entre los más recordados: Gran pensión, El Campeonato.

Comentario acerca de la realidad: Estos programas presentaban un cruce entre el humor y la ironía, generalmente a través de un monólogo que abordaba temas de actualidad nacional. Ejemplos: los relatos de Wimpi; las intervenciones de Batista Chimento de Pepe Arias o los monólogos comprometidos de Enrique Santos Discépolo en su programa “Mordisquito”.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 44

1. Escuchar, reír y anotar

Buscar en la programación actual programas o segmentos humorísticos.

Identificar de qué manera está representado el humor:

A través del conductor

Con humoristas especializados

Con imitadores

A través de monólogos

Con personajes ficticios

Con sátiras políticas

Con chistes

2. Algo divertido

Imaginar de qué otra manera podría hacerse humor en radio, pensando en los oyentes específicos de la comunidad.

Por ejemplo:

Presentar una situación divertida usando muchos sonidos y onomatopeyas

Recrear situaciones o anécdotas cómicas que ocurrieron a los integrantes de la comunidad a través de una dramatización

Adaptar chistes, tiras cómicas o relatos humorísticos.

Pedir a los oyentes que llamen para comentar alguna situación ridícula que hayan vivido o para contar un chiste.

3. Guiones para sonreír

Por equipos o parejas, elegir uno de los “géneros” planteados en el capítulo.

Redactar un pequeño guión, de cinco minutos.

Grabar el programa y compartirlo con el resto.

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 45

Un taller de radio

En un taller, todos los participantes tienen el objetivo de construir algo. Ese *algo* es el resultado de la cooperación, las ganas, las ideas y la energía de todos.

Pero... ¿Qué es un taller?

Es una forma de trabajo que implica participación y que, a partir de un proyecto grupal concreto, se estructura pedagógicamente en la acción: donde aprender equivale a realizar

Se basa en actividades que se desarrollan individualmente, en pequeños grupos y en el trabajo conjunto.

Se desarrolla en un espacio propicio para reforzar las conductas participativas y solidarias a través de la comunicación y el trabajo en equipo.

El taller ofrece un marco que permite integrar:

la teoría con la práctica

la reflexión con la acción

las vivencias con las experiencias

Un proyecto concreto de trabajo en grupo, ofrece a chicos y docentes la posibilidad de indagar, investigar, dudar, experimentar y equivocarse. En el marco de un taller, el error está considerado como un elemento más en la construcción del aprendizaje y el conocimiento.

De este modo, el proceso de enseñanza-aprendizaje, no se basa en una simple transmisión de conocimientos, sino que se trata de una interacción de experiencias que movilizan los niveles cognitivo, emocional, afectivo y vivencial tanto de quienes aprenden como de quienes coordinan.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 45

1. Para empezar

Convocar a todos los interesados a formar parte del taller de radio a través de:

Afiches

Cartas

Otras estrategias

Una vez integrado un grupo, realizar una puesta en común donde juntos, reflexionen acerca de qué proyecto de programa de radio los une para trabajar en grupo.

Para agilizar la reunión, se pueden utilizar las siguientes preguntas guía.

¿Me uno al taller para formar una cadena de compañeros y amigos?

¿Me uno al taller porque la actividad se desarrolla bajo el mismo techo, en el mismo edificio, haciendo lo mismo?

¿Quiero pertenecer a este equipo? ¿En qué grado? ¿Por qué?

¿Por qué y para qué quiero formar un equipo de trabajo para un proyecto de radio en la escuela y para la comunidad?

¿Cuáles son mis expectativas al unirme al taller?

2.- Para seguir

Utilizar como iniciales las letras de “Taller de radio” escribir palabras que definan algunas necesidades y ciertas actitudes que convendría asumir en un proyecto como el que se piensa implementar.

T *tiempo - tenacidad*

A *agilidad*

L.....

L.....

E.....

R.....

D.....

E.....

R.....

A.....

D.....

L.....

O.....

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 46

Un equipo eficiente

Los integrantes de un equipo siempre usan la misma camiseta, así se identifican y se reconocen. Lo mismo ocurre con quienes se enfrentan al reto de hacer radio: deben funcionar como un equipo, trabajar juntos para obtener un buen resultado que beneficie a todos. El trabajo en equipo no sólo es fundamental para el desarrollo del proyecto, sino también para el crecimiento humano de sus integrantes.

Parece fácil, pero la realidad es que integrarse y desenvolverse en un equipo tiene sus complicaciones. Para trabajar en conjunto con otros, lo primero que hay que hacer es establecer un compromiso común gracias al cual pueden compartirse decisiones, sueños e ideas. El compromiso legitima las acciones que se realizan individualmente. Además, es necesario ser tolerante y saber escuchar a los demás.

Lo importante del trabajo en equipo es que cada integrante pueda desarrollar lo que más le interesa y lo que mejor sabe hacer. Y, aunque es recomendable que alguien ejerza la coordinación del trabajo, este papel –así como el resto de las funciones asignadas– puede ser rotativo.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 46

Espíritu de equipo

Para generar un buen “espíritu de equipo”, es importante buscar elementos identificatorios.

Algunas propuestas:

Pensar en un nombre para el equipo

Diseñar un “logotipo”

Decorar el espacio destinado al taller con elementos alusivos al nombre y el logotipo del equipo.

2.- Lanzamiento público

Para afianzar el espíritu de equipo en el trabajo mismo y desde el principio, organizar un acto de lanzamiento donde se presente el proyecto de radio escolar o barrial a desarrollar.

- * Decidir qué tipo de lanzamiento se hace (como acto escolar, como fiesta con bebidas y souvenirs, etc)
- * Distribuir funciones : quién se encarga de difundir el evento, quién pone la música (si la hubiera, quién dirige las palabras alusivas al lanzamiento, etc)
- * Terminado el festejo, evaluar: la disposición al trabajo de cada integrante del taller y los resultados obtenidos.

2. Una prueba

De acuerdo con los roles que el equipo de trabajo haya asignado a cada integrante y, atendiendo a la función que cada uno desempeña, armar un programa de radio sobre gastronomía de la zona.

Si el programa se realiza en una ciudad, podrá ser sobre un restaurante y sus cocineros; si el programa es de una zona suburbana o en el campo, qué cultivos y productos se desarrollan en el lugar, entre otros.

Una vez definido el tema, describir las funciones que desarrollará cada uno, en tanto productor, locutor, movilero, etc.

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 47

Comunidad: algo en común

La familia conforma una comunidad, los miembros de una escuela conforman una comunidad, los vecinos del barrio conforman una comunidad, los homosexuales conforman una comunidad, los habitantes de un pueblo conforman una comunidad, los asistentes a la iglesia conforman una comunidad..... Es así de sencillo y así de complejo, porque todos formamos parte de una –o más de una– comunidad.

Se puede definir la comunidad –a grandísimos rasgos– como un conjunto de personas que tienen *algo en común*. La idea de comunidad evoca a la vez un lugar (un espacio laboral o de estudios), un sentido de pertenencia a un grupo determinado por diversos ejes que lo identifican, un territorio político, una idea compartida....

Echemos un vistazo más profundo para comprender el concepto de comunidad:

Un lugar físico: Es una noción territorial que alude a espacios pequeños o restringidos que se encuentran insertos en espacios mayores. En estos espacios las personas encuentran sus referentes personales y colectivos más inmediatos. Por ejemplo, una comunidad puede ser una casa, un pueblo o los barrios de una ciudad.

Un agrupamiento: Se trata de un conjunto de personas unidas en función de necesidades intereses y objetivos comunes. Son grupos basados en el consenso individual acerca de ciertos propósitos y suponen la adhesión voluntaria a creencias, principios y normas cuyo incumplimiento ubica a las personas fuera de la comunidad. Las iglesias, los clubes, ciertos movimientos sociales y asociaciones, o las escuelas son asumidos desde esta perspectiva como comunidades de acción.

Espacio de pertenencia e identificación: Muchas personas pertenecen de manera simbólica o involuntaria a agrupamientos que no están instituidos deliberadamente, sino a partir de elementos circunstanciales como la raza, la edad o el sexo.

Desde hace ya algunos años, se han generado diversos movimientos orientados a fomentar prácticas culturales que reflejen la vida y las experiencias de las comunidades locales con el fin de contribuir a restaurar los vínculos sociales. La radio, a su vez, constituye un medio de comunicación capaz de aportar al desarrollo y consolidación de ámbitos comunitarios: brindan información local ausente en los grandes medios y tratan de ser canales para que los pobladores puedan participar más de cerca en la gestión de sus propios asuntos; dan asistencia a grupos de emigrantes o mujeres, por ejemplo, o buscan generar espacios de libre expresión para grupos de jóvenes.

ACTIVIDADES – CAPÍTULO 47

1- Leer y musicalizar

- a) Leer el cuento que se sugiere a continuación . Debatir
- b) A partir de la historia sugerida, crear otras que refieran a un problema real que afecta a la comunidad y proponga un modo (real o fantástico) de solucionarlo. Ambientar la historia, narrarla y grabarla.

¿Sabes qué es lo que dividía a éste, del otro lado de la ciudad? Una avenida.

Podrán decirme que una avenida no es suficiente para dividir nada. Que un río, vaya y pase. O una cadena de montañas...

Pero así eran las cosas. En esta ciudad se alzaban dos orillas pobladas de edificios, entre las cuales corría una avenida repleta de autos. Autos que pasaban a toda velocidad, todos los días y a todas las horas.

Cruzarla era una aventura tan arriesgada que muchos abandonaban en el intento.

Sin ir más lejos, los chicos que debían atravesarla para ir al colegio, casi siempre llegaban a la hora de salida. Cargaban chalecos paragolpes, cascos, una ración doble de galletitas y una cantimplora con jugo para calmar los nervios de tamaña expedición.

Para matizar las esperas, en las esquinas donde había que estar tanto tiempo hasta poder cruzar, los vecinos habían instalado bancos de plaza, algunas camas, kioskitos donde se surtía de agua caliente a los que llevaban termo para cebarse unos mates y carpas transparentes donde refugiarse del frío y la lluvia en invierno, o donde escuchar las historias que los abuelos aprovechaban para contar, sobre todo en las esperas del verano.

Esta era la situación.

Día tras día, la gente pedía a las autoridades que resolvieran el problema. Que construyeran un puente.

Un túnel. En fin. Que pusieran un semáforo. La cuestión es que el tiempo pasaba y ni noticias de alguna solución.

Como se sabe y siempre sucede, lo que a la gente no le resuelven, un día la gente lo resuelve por su cuenta. Así fue como los vecinos de la ciudad se reunieron y después de largas conversaciones llegaron a un acuerdo.

Convocaron a todos los bailarines que quisieron participar de la idea y a todos los músicos que se sumaron para acompañarlos.

A la hora señalada para el primer turno del día, empezó la función.

La orquesta tocó los primeros compases de una música de Tchaicovski. Ubicada a ambos lados de la calle, causó una sorpresa tan agradable a los oídos de los automovilistas que, de entrada nomás, les hizo bajar la velocidad.

En ese preciso momento, aprovecharon los bailarines. Interpretando EL LAGO DE LOS CISNES en el medio de la avenida interrumpieron el tránsito como por arte de magia.

La gente que tenía que cruzarla, lo hizo tranquilamente en aquella ocasión.

Por su parte, los automovilistas quedaron detenidos de la siguiente manera:

Los de las primeras filas, disfrutando el espectáculo desde adentro del auto. Los de un poco más atrás, parados a un costado del coche con la puerta abierta para apoyarse mejor. Los siguientes sentados y los últimos parados, pero todos arriba de los techos.

Al compás del LAGO DE LOS CISNES, la avenida que hasta entonces había dividido a la ciudad se convirtió en un punto de encuentro y permitió que, por lo menos tres veces al día los peatones se pudieran desplazar de éste hasta el otro lado sin dificultades.

Y esto fue así para siempre, porque cuando las funciones de danza llegaron a su fin, los conductores se siguieron deteniendo en los mismos horarios. Por costumbre. Porque aprendieron. O simplemente porque les gustó usar esos ratitos para pararse y tener algo que mirar.

2.- Leer para comprender

Para comprender más a fondo el concepto de comunidad, completar la lista de libros y/o cuentos sueltos que podrían ilustrar el tema. Se sugiere investigar en librerías, bibliotecas y relatos de tradición oral.

a) Cada integrante del taller aporta un texto.

b) Se debate grupalmente cuáles son las características y los elementos que unen o agrupan a quienes conforman esa comunidad presentada en el relato.

Listado de orientación (para completar)

Los colugos, de Luis Salinas. Alfaguara, Buenos Aires, 1997

El monumento encantado, de Silvia Schujer, Sudamericana, Buenos Aires, 1993

Historias de cronopios y de famas, de Julio Cortázar. Alfaguara, Buenos Aires, 1997

Lo que cuentan los onas, de Miguel Angel Palermo. Sudamericana, Buenos Aires, 1997

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 48

¿Qué es la radio comunitaria?

En América Latina se la conoce como radio *popular* o *educativa*, en África radio *rural* o *local*, en Australia radio *pública* y, en Europa, radio *libre* o *asociativa*. Todas estas denominaciones nos hablan de un tipo muy particular de radio, que se diferencia de las emisoras comerciales, privadas y estatales por su estructura y por los contenidos que transmite.

De este modo, hablamos de radio *comunitaria* cuando la herramienta tecnológica que llamamos radio se pone al servicio de la cohesión y la participación solidaria de los integrantes de un ámbito determinado. Generalmente, este concepto se asocia con las posibilidades del medio para contribuir a la construcción de la identidad ciudadana; al desarrollo de minorías; a las promoción de noticias o información alternativas; y a la expresión artística.

En síntesis, la radio comunitaria, aunque asuma diversas formas según el entorno en el que se desarrolle, constituye un medio cuyo objetivo es democratizar la comunicación. Es la radio que está hecha para servir al pueblo, favorecer la expresión y la participación de la comunidad y valorar la cultura local. Se trata de dar voz a quienes no la tienen: a los grupos marginados y las comunidades alejadas de los grandes centros urbanos, donde la población es demasiado pequeña para atraer a la radio comercial o a la radio estatal de gran escala.

En los países pobres, la radio comunitaria constituye un valioso instrumento de servicio público. Se trata de emisoras que trabajan con el fin de brindar a las personas una oportunidad de apropiarse de los medios de comunicación para transmitir sus preocupaciones. Simultáneamente, sirve como enlace entre el pueblo y el gobierno u otras instituciones.

La radio comunitaria ha modificado la opinión que muchas personas tenían sobre el papel de la comunicación en la sociedad, transformando los modelos de comunicación tradicionales en alternativas de comunicación democrática.

La radio comunitaria se caracteriza por los siguientes elementos:

La emisora está ubicada dentro de la comunidad a la que pertenece.

La estación es propiedad de los miembros de la comunidad, quienes tienen permiso para manejarla.

La estación es operada por los miembros de la comunidad, aunque pueden intervenir también algunos profesionales en el equipo.

Las decisiones se toman entre todos los miembros de la comunidad a través de una estructura de poder descentralizada y un proceso democrático.

La programación se produce localmente empleando miembros de la comunidad.

La programación intenta abordar las necesidades de la comunidad.

La emisora cuenta con un método para captar las necesidades y preferencias de la comunidad.

Los miembros de las minorías de la comunidad forman parte de la administración de la emisora y de la realización de los programas.

La programación refleja una diversidad mayor a la que existe en las radios estatales o comerciales.

Las voces de los miembros de la comunidad pueden salir al aire.

El formato y el estilo de los programas no refleja el profesionalismo pulido de los medios comerciales sino que, el énfasis, está puesto en que los contenidos den cuenta de las necesidades específicas y los intereses de

la comunidad.

Existen mecanismos para mantener un flujo comunicativo de doble vía, es decir que toda la comunidad, realizadores y audiencia, participen en la generación del contenido.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 48

1. ¿Hay una radio por ahí?

De acuerdo con las características enunciadas, indagar si en la propia comunidad existe alguna radio de este tipo.

De ser así, elaborar una entrevista para conocer:

Qué clase de programación desarrolla

Quiénes la coordinan

Cómo se toman las decisiones

Qué estrategias participativas promueve

Cómo comenzó a organizarse (historia de la emisora)

2. A hacer *radio*

Discutir en grupo qué características debería tener una radio pensada para la propia comunidad.

De la discusión pueden surgir varios retos a vencer, desde limitaciones técnicas hasta la propia comunicación con los miembros de la comunidad. Es importante tomar en cuenta los problemas que surjan para pensar en posibles soluciones. Por ejemplo, elaborar una encuesta para conocer las necesidades del auditorio potencial.

Una vez establecidas las características principales, proponer:

Un nombre para la radio

Quiénes podrían participar

Qué temas deberían incluirse en la programación

Qué estrategias participativas podría incluir

3. Escuchar la voz de todos

Escuchar atentamente las radios de la comunidad para identificar si hay algún grupo que no esté considerado.

Una vez identificados estos grupos o sectores sociales, formular hipótesis de porqué no tienen voz y proponer maneras para incluirlos en el proyecto de radio escolar.

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 49

Comunicación participativa y educación

¿Qué es la radio? Parece una pregunta sencilla. Un invento tecnológico, un aparato, un medio de comunicación... Sí, todo eso junto pero, a la vez, mucho más. La radio, al habilitar el intercambio de ideas entre muchas personas, constituye -por sobre todo- un fenómeno cultural. Uno que cambia, se enriquece y se mueve al ritmo del diálogo entablado entre realizadores y audiencia.

Hemos mencionado que la radio es un medio masivo, es decir, que puede alcanzar a miles de personas ubicadas en los puntos más lejanos entre si. Sin embargo, por sus características, también puede funcionar a menor escala, transformando la masividad en localidad, y la comunicación unidireccional en comunicación participativa. Esto último, cuando propicia la reciprocidad entre quienes generan un mensaje y quienes lo reciben.

La comunicación participativa se concibe como un diálogo permanente con el entorno social, y es ese entorno social el que orienta los mensajes según las necesidades y las problemáticas concretas de su ámbito.

Pensar en la radio como un ámbito participativo –ya sea en sí mismo o como un órgano de difusión, vinculación y diálogo comunitario– implica asumir que la comunicación juega un papel muy importante en la sociedad y que merece ser revalorado. ¿Cómo? Por los mismos ciudadanos a través de la apropiación de las herramientas de comunicación.

Del mismo modo, la educación juega su propio papel social. Vincular los procesos educativos con la práctica de la radiodifusión (u otras estrategias comunicativas) puede resultar enriquecedora para ambas experiencias.

Pero cuidado: no es lo mismo “comunicación educativa”, expresión que puede llevarnos a pensar en una pura instrumentalización de la comunicación, y “educación comunicativa”, donde el punto de partida es la comunicación para llegar a lo educativo.

Como señala Paulo Freire “enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia construcción”. Entonces, pensar en incluir los medios de comunicación en la escuela no quiere decir comprar tecnología moderna y novedosa, sino incorporar a la labor educativa nuevos modos de percepción y de lenguaje, nuevas sensibilidades relacionadas con los procesos de comunicación.

ACTIVIDADES – CAPÍTULO 49

1. Aquí entre nos

Proponer, entre todos los integrantes, uno o más objetivos que podrían alcanzarse a través de una experiencia de radiodifusión en:

La escuela
el barrio
una ciudad
un hospital
una casa de ancianos

Ejemplo: En la escuela, dar a conocer los contenidos curriculares y las actividades extracurriculares de los miembros de la comunidad escolar.

2. La radio como difusor

Seguramente en la comunidad donde se piensa realizar la experiencia radiofónica existen otros espacios de vinculación e intercambio comunitario.

Realizar una lista de estos espacios

Proponer estrategias para apoyar estos espacios a través de la radio.

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 50

Radio y educación

Para hacer radio en la escuela no hace falta ocupar una frecuencia del dial, ni tener una gran antena o instalaciones súper sofisticadas con equipos caros y difíciles de operar; tampoco se necesita ser un profesional de la locución, ni contratar actores o periodistas estrellas... basta con tener algunas ideas divertidas, colocar un parlante en el patio, por ejemplo, y transmitir esas ideas durante los recreos.

Todas las herramientas que los docentes pongan al servicio de su labor educativa son válidas: material bibliográfico, obras de arte, música y por supuesto medios de comunicación. Se han realizado múltiples experiencias pedagógicas a través de la televisión, la radio, el periodismo y la computación.

En relación con el aprovechamiento didáctico de los medios de comunicación y de la tecnología en general, es recomendable valorar siempre la especificidad del lenguaje de cada medio, las condiciones de su aplicación y el contexto en el cual se piensa utilizar.

La televisión brinda a la tarea educativa la gran ventaja de ser un medio icónico, es decir que muestra imágenes y sonidos. La radio, por su parte, sólo ofrece sus contenidos de manera acústica. Muchos podrán opinar que esto constituye una limitación, sin embargo, existe otra importante diferencia entre ambos medios: mientras que la televisión, al emitir imagen y sonido, prácticamente no requiere interacción con el espectador, la radio necesita de su público otro nivel de atención. El radioescucha –a diferencia del televidente– transforma una información acústica en una imagen óptica: la señal auditiva toma forma visual en su cerebro. En este sentido, el radioescucha participa activamente en el proceso, lo que hace que el mensaje adquiera mayor potencia emocional, sea más persistente, más insistente y por tanto de mayor eficacia pedagógica.

Por otra parte, la radio resulta mucho más económica que la televisión, tiene menor dificultad técnica (tanto de instalación como en su uso) lo que la convierte en una herramienta más descentralizada, versátil y asequible.

Aunque la función primordial de la radio no sea educar, la experiencia radiofónica propicia constantemente situaciones de aprendizaje, despierta intereses concretos y crea necesidades nuevas. La radio con fines educativos va mucho más allá de las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales; se trata justamente de ampliar el ámbito de su aplicación: una radio educativa es la que permite la participación de sus audiencias, la que se elabora a partir de sus necesidades, intereses, problemas y expectativas. En síntesis, una radio en que la audiencia es más importante que el emisor.

ACTIVIDADES – CAPÍTULO 50

1. A debate

“Las radios educativas son todas aquellas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social.” Mario Kaplún (Educador, profesor de la Universidad Nacional del Uruguay, Autor del libro *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO/OREALC, Santiago de Chile, 1992)

Partiendo del texto de Kaplún, organizar una mesa redonda donde se desarrollen tres de los objetivos de las radios educativas:

* *Transmitir valores*

* *Estimular la reflexión*

* *Convertir a cada hombre en agente activo de la transformación*

La mesa redonda puede realizarse en la escuela, con presencia de padres, docentes y alumnos.

Debe contar con un moderador y una estructura definida.

Grabar los diálogos que surjan del encuentro para incluirlos en un programa de radio.

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 51

Una radio en la escuela

Un taller de radio en la escuela puede aportar muchas cosas nuevas e interesantes a la dinámica habitual. Puede convertir el salón de clase en un lugar donde los jóvenes tengan algo que decir y su palabra sea tenida en cuenta, un espacio donde los alumnos puedan participar, opinar, cooperar, manifestar sus ideas, sus intereses, sus dudas y sus necesidades. El papel del adulto en experiencias como estas, debe ser el de un compañero más que ayuda a organizar la actividad, respetando la libertad de participación de todos.

La utilización de la radio como componente auxiliar de la escuela se basa más en la incorporación de sus técnicas y lenguajes que, propiamente, en la programación emitida. El reto entonces consiste en aprender a implementar esas técnicas para concretar proyectos.

Tanto el aprendizaje de los lenguajes y mecanismos radiofónicos, como la puesta en marcha de un programa pueden vincularse directamente con los contenidos curriculares. Además constituyen un excelente estímulo para enseñar y aprender de otra manera; de hecho, se invita a los chicos a ser emisores y no simplemente receptores de los mensajes académicos.

Si se sabe explotar debidamente, la radio puede atravesar todos los temas. Y los puede abordar desde distintas ópticas y tratamientos, de modo que generen mayor interés.

Algunas posibilidades que ofrece la radio en el trabajo escolar:

Lectura de periódicos: permite mucho más que informar, amplía horizontes, agudiza la sensibilidad. Se recomienda que al armar un programa periodístico, el alumno elija la sección que le interesa leer.

Promoción de la lectura: como la radio está basada en la utilización del lenguaje verbal, establece en el oyente un proceso imaginativo muy similar al que se opera durante la lectura. Los cuentos, poemas y obras transmitidos a través de la radio acercan al oyente a la literatura. Cuando los textos están narrados adecuadamente, el oyente establece con la radio una relación casi tan personal como la que puede entablar con el libro.

Oralidad: el lenguaje verbal es el más usado en la radio, ya que es la palabra quien da cuerpo al mensaje; es ella la que permite la comunicación entre el emisor y el oyente. Aprender la propia lengua implica aprender a usarla, a crearla y a recrearla como la herramienta de expresión personal por excelencia. La radio es un medio ideal para desarrollar las capacidades orales: la voz permite expresar el pensamiento. Sin embargo, no basta con propiciar discursivamente la libertad de expresión de los chicos, el reto consiste en aceptar las palabras de todos, asumiendo que pueden generarse situaciones complejas y planteando recursos para afrontarlas.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 51

1. Aprender un poco

La actividad consiste en unir con líneas ambas columnas, para comprobar que el uso de las técnicas radiales puede servir como disparador de múltiples aprendizajes

CUANDO LOS CHICOS... APRENDEN A...

hablan por el micrófono investigar acerca de un tema específico
Realizan un debate o una mesa redonda expresarse por escrito
hacen una entrevista mejorar la lectura expresiva y la oralidad
preparan un documental desarrollar la capacidad crítica
redactan una noticia trabajar en equipo
escriben un guión Ejercitar la dicción
actúan en un radioteatro plantear cuestiones concretas
expone un comentario respetar el punto de vista de los demás
planea un programa de radio expresarse sintéticamente

SOLUCIÓN:

CUANDO LOS CHICOS... APRENDEN A...

hablan por el micrófono mejorar la lectura expresiva y la oralidad
Realizan un debate o una mesa redonda Respetar el punto de vista de los demás
hacen una entrevista Plantear cuestiones concretas
preparan un documental investigar acerca de un tema específico
redactan una noticia expresarse sintéticamente
Escribe un guión Expresarse por escrito
actúan en un radioteatro Ejercitan la dicción
Expone un comentario desarrollar la capacidad crítica
Planea un programa de radio Trabajar en equipo

2. A ver si es cierto...

Escuchar 3 programas de radio diferentes, de corta duración (30 minutos aproximadamente)

Identificar las técnicas radiales utilizadas.

Analizar y discutir de qué manera estas técnicas pueden servir para complementar y ejercitar el aprendizaje.

3. Todos a leer

Por grupos, realizar prácticas de lectura en voz alta de textos que presenten ciertas dificultades:

puntuación

palabras difíciles

contenidos nuevos

Leer y entender el texto para transmitirlo con mejor claridad (es difícil transmitir bien algo si no se comprende).

Leer en voz alta tratando de imprimir expresividad a cada frase. (evitar la monotonía, pero sin exagerar...)

Al finalizar, comentar la lectura de los compañeros para aportar sugerencias.

4.- Humor y paciencia

a.- Elaborar un listado de chistes y trabalenguas

b.- Ensayarlos en voz alta

c.- Grabarlos con voz clara

d.- Escucharse y evaluar los resultados. (Ej: ¿Los chistes fueron contados con gracia? ¿Los trabalenguas se

entendieron? ¿Se dijeron con muchos errores? Etc)

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 52

Niños y jóvenes hacedores de radio

Los medios de comunicación masivos son un fenómeno relativamente nuevo en la historia de la humanidad. Pensemos que la mayoría de ellos fueron inventados y desarrollados durante el siglo XX. Sin embargo, los chicos y jóvenes de hoy en día (y hasta los no tan jóvenes), nacieron en la famosa “era de la comunicación”: para muchos de ellos el lenguaje mediático, el acelerado ritmo de la tecnología, la presencia familiar de teléfono, televisión, radio, diario, computadora, etc., son factores que forman parte de su entorno cotidiano desde siempre. Parece que nacen sabiendo cómo operar estos dispositivos (tienen el “chip” integrado)... no le tienen miedo a los botones y conocen muy bien sus códigos.

Por eso no resulta nada osado proponerles la experiencia de producir y comunicar sus mensajes. El reto consiste en aprovechar los medios tecnológicos —y la facilidad con que los chicos los dominan— para crear espacios de expresión de problemáticas de las que los medios tradicionalmente no se ocupan.

El tratamiento de contenidos vinculados con la realidad de los chicos constituye la base para encarar la realización de un programa de radio alternativo, que puede desarrollarse dentro de la escuela y cuyos protagonistas, productores y receptores sean ellos. Se trata ni más ni menos de proponer a los chicos que sean ellos mismos quienes generen sus propios aprendizajes a través de la radio.

De este modo, la radio puede convertirse en un punto de encuentro entre chicos y adultos, que muchas veces -por cuestiones generacionales- se ven distanciados.

Para que la experiencia sea fructífera es importante que los adultos no influyan en la elección de los contenidos. Deben limitarse a coordinar y aprender a delegar responsabilidades en los propios chicos una vez adquiridas las bases necesarias.

La persona que coordine este programa de radio desde la escuela deberá mantener un espíritu abierto, que le permita acercarse a los chicos y a la cultura juvenil sin caer en generalizaciones o prejuicios, porque si bien es verdad que los jóvenes comparten algunos rasgos generacionales, cada chico tiene inquietudes e intereses individuales a los que el coordinador debe atender.

La radio, justamente, debe construirse como un espacio de contención y orientación de ese cúmulo de complejidades y contradicciones que hacen a las personas en cada etapa de sus vidas. La articulación de las problemáticas de la infancia y la juventud con el lenguaje radiofónico puede servir como punto de encuentro y vehículo de comunicación en la comunidad escolar, generando actitudes de respeto, escucha y solidaridad.

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 52

1. Juventud... ¿divino tesoro?

Convocar a todos los miembros de la comunidad escolar (padres, docentes y alumnos) a que contesten algunas preguntas orientadas a saber qué entiende cada uno por “juventud”.

Las respuestas pueden ser grabadas para su futura utilización en algún programa (como testimonios, como parte de las cortinas de cierre o apertura, o para las promos)

El material recabado será de gran ayuda para comprender la complejidad del terreno sobre el que se está trabajando.

Ejemplos de preguntas:

¿Cómo es la imagen de los jóvenes que ofrecen los medios? ¿Cercana o lejana a la realidad?

La juventud es una etapa... ¿maravillosa? ¿difícil? ¿horrible? ¿divertida?

¿De qué son capaces los jóvenes?

¿Los adultos comprenden a los jóvenes?

2. ¿Qué se necesita?

Redactar una lista donde se detalle el material con que cuenta el colegio para hacer una radio escolar.

Describir el espacio físico donde se llevará a cabo la experiencia para observar si se cuenta con todo lo necesario.

Tomar en cuenta que el equipo mínimo se conforma de una bandeja (o reproductora de CDs), una cassetera, un micrófono, cables y antenas.

Una vez confeccionada la lista se sabrá cuáles son las necesidades estructurales del proyecto.

Discutir en grupo de qué manera se puede recurrir a la ayuda de la comunidad y del trabajo de los alumnos para cubrir todas las necesidades.

LA RADIO ES UN TRABAJO DE EQUIPO

CAPÍTULO 53

El oyente de la radio escolar

¿Y si en lugar de que sea un timbre el que llama a recreo se pone cada día una canción diferente?

¿Y si esa canción se elige entre los chicos, a través de una votación o una asamblea?

¿Y si, mejor, se pone una canción hecha por los mismos alumnos en el taller de música?

¿Y si se aprovecha el sistema de audio del colegio para narrar una buena historia?

¿Y si se anuncia por los parlantes quién cumple años ese día?

Una radio en la escuela, hecha por alumnos y docentes, está pensada *por* y para alumnos y docentes. No sólo resulta muy útil a la hora de articular contenidos curriculares con formatos novedosos, sino también para proponer actividades extracurriculares que se ocupen de los intereses y necesidades de toda la comunidad escolar.

Porque la radio escolar no es como cualquier radio, que puede acompañar un desayuno o servir como telón de fondo con alguna canción de moda. No. Se trata de un proceso de comunicación complejo donde todos participan, donde de uno y otro lado las personas escuchan y emiten mensajes.

En este sentido, una emisora en la escuela no puede limitar la relación de los radioescuchas con el medio radial, al viejo esquema de un Emisor y un Receptor donde alguien habla y otro consume pasivamente la información.

Reciprocidad es la palabra clave. ¿Cómo conseguirla? Primero que nada, conociendo bien al oyente. Este conocimiento de “el otro” permite generar programas que promuevan la interdependencia y la complementariedad. Sobre todo si consideramos que en el caso de la radio en el colegio, el “otro” es “el mismo”: el productor comparte intereses profundos con el oyente.

Los medios masivos de comunicación, desde hace varios años, ocupan un lugar preponderante en la circulación de información. Pero también han incidido notablemente en la producción misma de significados. Sabemos que muchas veces son los mismos medios quienes imponen una manera de pensar, una música determinada, un léxico particular, un cúmulo de formas de representación y valores. Y es que un mensaje (noticia, canción, anuncio) desde el momento en que es soltado al aire, comienza una trayectoria que impacta en el oyente articulando creencias, convicciones, hábitos y costumbres en la vida diaria... en fin, todo lo que constituye al imaginario colectivo.

Por eso, al producir un programa de radio escolar, es imprescindible buscar que los mensajes contribuyan al desarrollo de una actitud crítica frente a la realidad por parte de los oyentes.

Tanto oyentes como nuevos productores de radio deben aprovechar todas las oportunidades que se les presenten de participar en este proceso de comunicación. La radio genera espacios interactivos que estimulan la creatividad. Además, la relación participativa y de afinidad que entablan los oyentes con la emisora, les aportará una clara noción de pertenencia. ¿Y qué mejor lugar que la escuela para disfrutar de esta posibilidad?

ACTIVIDADES - CAPÍTULO 53

1. Ida y vuelta

Las radios comerciales recurren a varios métodos para propiciar la participación de los radioescuchas (mensajes telefónicos o por correo electrónico, cartas, etc.).

La actividad consiste en pensar de qué otra manera –de acuerdo con las posibilidades de una radio escolar– puede fomentarse la participación activa de los oyentes.

Ejemplo:

Colocar “buzones” en todas las aulas para que quienes lo deseen –y si quieren, de manera anónima– dejen mensajes para otros. Esos mensajes pueden leerse “al aire” durante un bloque especialmente diseñado con ese fin.

2. Extra-curricular

Invitar a todos los que realicen alguna actividad extracurricular (un grupo de música, los que juegan fútbol, el club de ajedrez) a que utilicen la radio escolar como medio para dar a conocer sus actividades.

3.- ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Cuándo como?

a) Hacer una lista de horarios y circunstancias en que la radio escolar debiera hacer sus transmisiones.

Ejemplo: Si la escuela tiene comedor, durante el almuerzo

b) Hacer una lista de las secciones que tendrían que estar previamente grabadas (es decir que no se transmitirían en vivo)

Ejemplo: reportajes

c) Hacer distintos listados que contengan:

- * lo que a los docentes les gustaría transmitir por radio a los alumnos
- * lo que a los docentes les gustaría transmitir por radio a sus pares
- * lo que a los docentes les gustaría transmitir por radio a los padres de los alumnos
- * lo que a los alumnos les gustaría transmitir a los docentes

3.- Prueba piloto

Con toda la información recabada en las actividades anteriores, realizar un programa cuyo tema principal sea hablar del proceso del taller. Para hacerlo, continuar la lista de preguntas que se propone:

¿Cómo comenzó el taller?

¿Cuáles fueron las principales dificultades?

¿Qué les gustó y que les disgustó más de la experiencia?

Integrantes de la Red Nacional de Radios Escolares – Año 2004

Provincia de Buenos Aires

Colegio Ayelén, Adrogué
Instituto Yapeyú, Alejandro Korn
Escuela Nro. 25 (EE), Arroyo del Medio
Escuela Nro. 5 General de San Martín, Berazategui
EEM Nro. 13, Bernal Oeste
Instituto Amancio Alcorta, Burzaco
Polimodal Nro. 3, Campana
Centro Educativo Para la Producción Total, Carlos Casares
EGB Nro. 33 José León Suárez, Chivilcoy
EEM Nro. 205, Chivilcoy
EEM Nro. 1, Garín
Colegio Superior Victoria, Glew
Escuela Nro. 133 Macedonio Fernández, González Catán
Escuela de Educación Media y Polimodal Nro. 2, Guernica
Escuela Nro. 45 Bartolomé Mitre, El Triunfo
Instituto San Luis Gonzaga, Jáuregui
EGB Nro. 18, José C. Paz
Escuela de Educación Media Nro. 7 Mayor A. Arrieta, Junín
EEM Nro. 2, Dr. I. De Amézola, Labardén
EGB Nro. 5 General San Martín, Labardén
EGB Nro. 8, Lanús
EEM Nro. 3, Lanús
Escuela de Educación Técnica Nro. 3, La Plata
EEM Nro. 13, La Plata
EEM Nro. 9, Lanús
Escuela Nro. 30 (EE), La Vanguardia
Colegio Modelo Parque Barón, Lomas de Zamora
EGB Nro. 11, Lomas de Zamora
Polimodal Nro. 5, Luján
Colegio Nuestra Sra. de Luján, Luján
EGB Nro. 10, Martínez
EGB Nro. 37, M.S. de Thompson, Mar del Plata
Centro Recreativo Deportivo Especial, Mar del Plata
Colegio Modelo Isaac Newton, Mar del Plata
EEM Nro. 1, Mar del Plata
Escuela de Educación Media Nro. 1, Mar de Ajó
Escuela Nro. 19 El Tambor de Tacuarí, Necochea
EEM Nro. 2, Fortín Olavarría
Escuela Nro. 44 O. Basualdo de Becú (EE), Pergamino
Escuela Nro. 34 J.L. Moreno, Pergamino
Escuela Nro. 36 Santa Rosa de Lima (EE), Pergamino
EGB Nro. 12 D.F. Sarmiento, Rivera
EGB Nro.8, San Andrés de Giles
EEM Nro. 13 Dr. Manuel Obarrio, San Isidro

EEM Nro. 6 Dr. Saavedra Lamas, San Isidro
EEM Nro. 10 Dr. Carlos Pellegrini, San Nicolás
EGB Nro. 19 Maestro H. Hernández, San Nicolás
Colegio San Francisco de Asís, San Pedro
Escuela Rural Unitaria Nro. 65, Tandil
Escuela Nro. 34 Gral. José de San Martín, Tandil
EE T Nro.5 2 de Abril, Temperley
EEM. Nro. 9 Marcos Sastre, Tigre
Colegio San José, Tres Algarrobos
Colegio Holandés, Tres Arroyos
Centro de Educación Para la Producción Total Nro. 7, Tres Arroyos
Escuela Nro. 13 Gabriela Mistral, Quilmes
EEM Nro. 11, Villa Adelina
Colegio San Agustín, 9 de Julio
EEM Nro. 7 Antonio E. Díaz, 25 de Mayo

Catamarca

Colegio Fasta, Catamarca

Chubut

Escuela Nro. 108, Lago Puelo
Escuela 41 de Las Golondrinas
CEM 94 de El Bolsón

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Comercial Nro. 8, D.E. 2
Nuestra Señora del Buen y P. Socorro
Escuela Nro. 9 D.E. 19 Dr. José B. Zubiaur
Escuela Nro. 19, D.E. 11
Escuela Normal Superior Nro. 5
Instituto Compañía de María
Instituto Euskal Echea

Córdoba

Escuela Gobernador Justo P. Molina, Cdad. Córdoba

Corrientes

Instituto Popular de Mercedes M. L. Rodríguez

Formosa

Instituto Superior Formación Docente F. Cabrera

La Pampa

Escuela Nro. 21, Adolfo Van Praet

Mendoza

Escuela La Leñera, Potrerillos

Escuela Cristiana Evangélica Argentina, Tupungato
Escuela Nro.4-017 Bernardino Izuel, Villa Atuel

Neuquén

Colegio María Auxiliadora, Junín de los Andes
Escuela Nro. 37 Los Catutos, Los Catutos
CEMOE Marcelino Champagnat, Neuquén
Centro de Formación Profesional Nro. 1, Neuquén

Río Negro

Centro de Educación Media Nro. 45, Bariloche
Ceferino Naumuncurá Nro. 267, Bariloche
Centro de Educación Media Nro. 78 E. de los Andes, Catriel
Escuela Monotécnica Nro. 73, Cervantes
Escuela Nro. 172 Belisario Roldán, Allén

Salta

Colegio San Cayetano, La Caldera
Escuela Nro. 4036 Dr. A.R. Cortázar, Salta

San Juan

Colegio Secundario Jorge Luis Borges, Chimbas
Colegio Monseñor J. Américo Orzali, Rawson
Colegio Barrio Parque Rivadavia Norte, Rivadavia

Santa Cruz

Escuela Provincial Educación General Básica Nro. 12, Perito Moreno
Colegio Secundario Provincial Nro. 10 Gobernador J.M. Gregores, Río Gallegos

Santa Fe

EEM Nro. 379 Pto. Francisco Moreno, Cañada del Ucle
Escuela Fiscal Nro. 272 Ricardo Gutiérrez, Carlos Pellegrini
Escuela Agropecuaria Provincial Nro. 1, Gobernador Gregores
EEM Nro. 1314 – Anexo, Los Laureles
EEM Nro. 241 J.F.Kennedy, Pujato
EEM Nro, 314, Romang
EEM de Adultos Nro. 1093, San Guillermo
Escuela Mariano Moreno Nro. 8102, San Guillermo
Escuela Nro. 1213, Sunchales

Santiago del Estero

Escuela N° 542 Agustina P. de Libarona

Tierra del Fuego

Escuela Nro. 24, Ushuaia
CENS N° 28, Río Grande

Tucumán

Escuela Capitán de los Andes, San Miguel de Tucumán

Otras organizaciones:

Programa La Educación en los Medios, Comodoro Rivadavia (Chubut)

Biblioteca Escolar Nro. 8, Cholila (Chubut)

Fundación Tiempo de Crecer, Allén (Río Negro)

Biblioteca Popular B. Rivadavia, Cipoletti (Río Negro)

Centro Recreativo Deportivo Especial, Mar del Plata (Provincia de Buenos Aires)

Radio Itinerante, La Plata (Provincia de Buenos Aires)

Programa Nuestro Tiempo -Enlazando Escuelas, Pergamino (Provincia de Buenos Aires)

¹ Cátedra Libre es un programa de radio de interés general conducido por Silvia Bacher y Mónica Beltrán que entiende la educación y la cultura como derechos, inherentes a la formación y a la vida cotidiana de las personas, desde que nacen y hasta que mueren. Desde ese espacio se realizaron en los últimos años convocatorias para la participación infanto juvenil como los Concursos de música joven *Toca tu música en la radio* o el Concurso Nacional *Aprender con la radio*.

² Este texto es apropiado para quienes trabajan con niños, niñas y jóvenes de centros urbanos. Si lo considera necesario, se sugiere adaptarlo al contexto del lugar donde se desarrolle el taller de radio.

³ Se le llama Amplitud Modulada (AM) al servicio de radiodifusión comprendido en el rango de 535 a 1605 KHz. La transmisión del mensaje se realiza variando la amplitud de onda. La Frecuencia Modulada (FM) es el servicio de radiodifusión comprendido en el rango de 88 a 108 MHz. La transmisión se realiza variando la frecuencia de la onda, o señal que transporta el mensaje.