

Material de
acompañamiento
pedagógico

2023



radios escolares

Introducción

Desde el Programa Provincial Vértice Educativo se elaboró este material de lectura con la intención de acompañar en su tarea a aquellos/as que llevan adelante propuestas desde las radios escolares en los diferentes territorios.

En la actualidad, y muy especialmente en este año 2020, en un contexto marcado por una pandemia a nivel mundial que implica transcurrir mucho tiempo dentro de parámetros de aislamiento y/o distanciamiento social, los escenarios educativos que se nos presentan demandan la necesidad de incorporación o fortalecimiento de otros medios y lenguajes, en particular aquellos que nos acercan más a las tecnologías de la información y la comunicación.

Uno de estos medios de comunicación es la radio escolar, que permite, entre otras cosas, promover la construcción de la ciudadanía, la participación activa y la producción de discursos sociales. Asimismo, habilita espacios en donde las diferentes perspectivas y miradas sobre la realidad de los niños, niñas y jóvenes pueden manifestarse, pueden decirse para ser escuchadas por otros. Permite a su vez, la articulación entre saberes, su intensificación desde otro lugar, como así también establecer otros modos de vinculación con estudiantes, familias y el contexto cercano de las escuelas.

Para comenzar a recorrer este trayecto, haremos un breve repaso por los principales hitos de la radiodifusión en nuestro país. Esto nos permitirá entender no sólo el devenir sino también el contexto actual en que tiene lugar el desarrollo de las radios escolares.

Un siglo de historia de la radiodifusión en Argentina

A continuación compartimos los acontecimientos más importantes de [la historia de la radio en nuestro país](#), desde la década del 20 hasta la actualidad, sin dejar de tener en cuenta el contexto histórico que lo sustenta:

Década del 20'

- En la década del 20' se inicia la radiodifusión y por ende los géneros radiofónicos. Los radioaficionados comentan el estado



del tiempo, acontecimientos de la ciudad y leen los diarios completos. Se transmiten mini conciertos en vivo y los actores de teatro más reconocidos recitan fragmentos de sus obras. Otros artistas, producto de la improvisación, hacen chistes e imitaciones sin estar sujetos a un libreto. Comienza a ofrecerse “publicidad moderna por radio-telefonía” y se buscan “personas con voz fuerte y clara”.

- La radio surge como una oportunidad para que los inmigrantes puedan aprender la lengua castellana. El acontecimiento más importante de esta década se desarrolla el **27 de agosto de 1920** cuando cuatro jóvenes médicos conocidos como “[los locos de la azotea](#)” transmitieron con un equipo precario la ópera Parsifal de Wagner desde la cúpula del Teatro Coliseo. Luis Romero Carranza, César Guerrico, Miguel Mujica y Enrique Susini marcarían el destino de las telecomunicaciones a larga distancia por onda corta en nuestro país.

Década del 30´

- Cada día hay más celebridades artísticas, literarias, científicas, comerciales, políticas o deportivas que eligen acercarse al público a través de la radio. El cambio de década también trae nuevas preocupaciones: mejorar las transmisiones, perfeccionar la técnica y elevar el sonido. Crece la competencia y se especializan las voces de los que usan el micrófono.
- En **1933** comienza en Radio Rivadavia la audición [Oral Deportiva](#) considerada la más antigua del mundo en su género.
- En **1937** se crea la Estación de Radiodifusión del Estado.

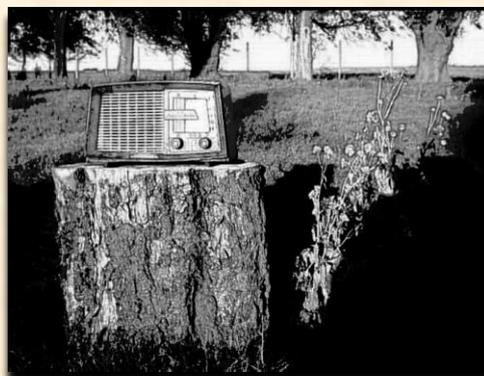
Década del 40´

- Se plantean los principales escenarios de la radio: por un lado, el económico, a partir de las recaudaciones publicitarias; y por el otro, el tecnológico, con la posibilidad de otorgar trabajo y de procurarse un espacio en la nueva industria del entretenimiento. Los protagonistas principales son la familia, el tango y el fútbol.
- **1944-** A comienzos de año ya funcionaban en el país 1 millón doscientos mil receptores de radio.
- **1946-** El Decreto Nº13474 crea el Manual de Instrucciones del Servicio de Radiodifusión que establece el porcentaje de contenidos que debían tener las radios: un máximo de 65% de espacios musicales y un 35% de espacios hablados.
- **1947-** El 27 de enero [Eva Perón pronuncia su primer mensaje radiofónico por Radio del Estado y la Red Argentina de Radiodifusión.](#)

- **1949-** El 11 de abril se constituye el Servicio Internacional de la República Argentina (SIRA).

Década del 50´

- La radio es el centro de cada hogar. Alrededor de ella se reúne la familia. Todos la escuchan y la respetan. Solían ubicar la radio en un lugar estratégico de la casa (cocina, comedor o patio) y así acompañaba a la rutina diaria y animaba en fiestas, bailes y ocasiones especiales.
- En **1950** el gobierno nacional definió que las radios debían transmitir un 50% de música nacional sobre el total de la programación.
- Comienza la emisión de **radioteatros**.
- En **1956** llegan al país las primeras radios portátiles a transistores. Las nuevas características modifican también la función y el uso de la radio: a partir de ese momento, es posible captarla a cualquier hora y en cualquier lugar.



Década del 60´

- Se caracteriza por los avances tecnológicos y la transformación que provoca la competencia por la aparición de la televisión privada (canales 9 y 13, y luego canal 11). Nace una nueva radio que se basa en dos pilares: la música y la información.
- **1960-** Se crea el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONART), antecedente del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) y de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA).
- **1961-** Radio Rivadavia es la primera en transmitir -ininterrumpidamente- las 24 horas.
- **1966-** El Mundial de Fútbol jugado en Inglaterra es transmitido por seis emisoras de Buenos Aires y es el último mundial que los argentinos vivieron solamente por la radio. A partir de 1970, los partidos se vieron en directo por televisión.

Década del 70´

- Paulatinamente la radio logra transformarse y dejar atrás la época de los espectáculos en vivo, ahora patrimonio de la televisión. Se transmite mucha música grabada, hay una amplia oferta de servicios, los locutores conversan al

aire y los móviles brindan información instantánea. La tecnología mejora las puestas de sonido y los efectos son más elaborados, lo que les brinda una identidad propia.

- En **1970** la radio cumple sus primeros 50 años y la Asociación de Periodistas del Espectáculo organiza un homenaje que transmite Radio Argentina. Se otorgan premios a los pioneros y a los ciclos más antiguos. Cacho Fontana y Antonio Carrizo son los modelos a seguir por todos los aspirantes a locutor.
- En **1975** nace la FM.
- En **1979** se instala LRA36 Radio Nacional Arcángel San Gabriel, considerada la más austral del mundo. Opera en onda corta desde la Base General Belgrano, en la Antártida Argentina, y forma parte del Servicio Oficial de Radiodifusión.

Década del 80'

- Esta década se caracteriza por profundos cambios políticos y sociales. En este sentido el retorno a la democracia es la bisagra que marca una enorme transformación en todos los ámbitos. La segunda mitad de la década abre nuevos espacios para que los oyentes puedan participar y emitir opiniones acerca de la realidad del país. Por lo tanto, el furor de las FM acompaña este fenómeno: por lo que se destacan las siguientes figuras como Adolfo Castelo, Alejandro Dolina, Bobby Flores, Mario Pergolini, Lalo Mir, Juan Alberto Badía, entre otros. Es por ello que con sus diferentes estilos hacen de la radio un espacio de participación pluralista y abierto.
- **1980-** La dictadura militar sanciona el Decreto N°22.285 que regula los servicios de radiodifusión en el país, y que no permitía ni a entidades intermedias ni a grupos sociales el acceso a licencias de radios y canales de TV.
- **1981-** Entra en vigencia el Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA) según el cual todas las emisoras de radio debían funcionar en AM y FM.
- Se dicta el decreto reglamentario de la Ley de Radiodifusión que autoriza a los servicios complementarios, dentro de ciertas limitaciones, a emitir publicidad, prohibido en la versión de 1972.
- El Decreto 286/81, reglamentario de la Ley 22.285, crea el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER).
- **1983-** Vuelta a la democracia. Se designa a los nuevos directores de las radios oficiales. Había poca música en la programación radial y muchas palabras para mencionar luego de tantos años de censura.

Década del 90

- Reina la información en la radio, hay muchos programas periodísticos de actualidad. *Es la era de la competencia por la primicia.*
- En **1990** se crea la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CNT), ente regulador de las telecomunicaciones.
- En **1993** el encendido de radio en el país alcanza a 12 millones de personas (4,8 millones AM y 6,5 millones FM).
- En **1996** se crea la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), fusión de la CNT y la CNCT (Comisión Nacional de Correos y Telégrafos).
- En **1999** la ley 25.208 crea un multimedio estatal que aglutina ATC, Radio Nacional y RAE.



Década del 2000

- El siglo XXI nos introduce en un contexto de espacios nuevos con renovadas tecnologías de la información y la comunicación. Hay un salto en la radiofonía: aparecen las primeras radios por internet. En la Argentina, el comienzo de la década se ve marcado por graves acontecimientos sociales e institucionales.
- **2004**- El Estado Nacional asumió la decisión política de recuperar el control del espectro Radioeléctrico, declarando, a través de la Resolución CNC N° 242/04, la caducidad del contrato de concesión por el control del mismo otorgado a la empresa Thales Spectrum de Argentina S.A.



- **2009**- El 10 de octubre se sanciona la [Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual](#). Esta Ley, sancionada en 2009 y reglamentada en 2010, es una norma de vanguardia, que entiende a la comunicación como un derecho humano equivalente a la libertad de expresión con el objetivo de

promover la democratización de las voces prestadoras de servicios. Su modo de concebir la comunicación es inclusivo, plural, y fuertemente antimonopólico y anticorporativo.

- Se crea la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). Es un organismo descentralizado y autárquico creado a partir del artículo 10 de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Su función principal es aplicar, interpretar y hacer cumplir la nueva ley.
- La sanción de esta ley generó opiniones encontradas en dos de los medios más importantes de nuestro país:

-Clarín (10/10/2009).

-Página 12 (10/10/2009).

Década del 2010

- La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual abrió un inmenso panorama de comunicación democrática. Surgieron por todos los rincones del país nuevas prestadoras de servicios sustentadas por la ley y por los organismos públicos que trabajaron por su cumplimiento. Sin embargo, **no todos los sectores vieron con buenos ojos esta nueva reglamentación.**
- En el **2011** se inauguraron las primeras radios instaladas en Escuelas Secundarias CAJ y se instalan radios FM en comunidades de pueblos originarios.



- En **2012** se instalaron 52 radios en Escuelas Secundarias, 9 radios FM en pueblos originarios y 50 radios FM en Institutos de Educación Superior.
- En el **2016** el gobierno disolvió AFSCA a través del Decreto 267 y creó ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones) el cual funciona en la actualidad como el Ente autárquico y descentralizado que regula las comunicaciones en nuestro país. De esta forma, **se inició una nueva etapa para los medios argentinos caracterizada por la gran expansión de los monopolios mediáticos.**

Año 2020

- El 27 de agosto festejamos los 100 años de la radio argentina, recordando aquella primera emisión radial de 1920.

La radio desde su origen es una herramienta de carácter comunicativo que permite un ida y vuelta entre emisor y receptor, que otorga una instancia de intercambio, de enriquecimiento individual y colectivo a través del mensaje. De aquí la importancia y la necesidad de incentivar el uso de las radios escolares para dar un espacio a las y los estudiantes para que ellos puedan desarrollar su lenguaje y pensamiento. Hacer hincapié en la intensificación de sus lecturas y escrituras, ser claros en los conceptos que manejan y de esta manera construir un discurso propio.

La radio como herramienta educativa

Teniendo en cuenta que hoy en día las Tecnologías de la Información y la Comunicación son parte fundamental de la vida cotidiana de los/las estudiantes es necesario que se puedan incorporar en los procesos de enseñanza y aprendizaje desde un punto de vista crítico y creativo, ocupando un rol activo y participe en la producción de contenidos.



La utilización de la radio en los procesos de enseñanza y aprendizaje nos lleva a recuperar la importancia de la comunicación, no sólo en el ámbito educativo, sino también en nuestra vida cotidiana, puesto que “los seres humanos somos seres de relación y por ello la comunicación forma parte de nuestra esencia. Es la dimensión de la cultura donde las personas producimos, compartimos sentidos y significaciones” ([Rodríguez, 2011: 7](#)). En este sentido, no se puede dejar por fuera de estos procesos comunicacionales a las relaciones de poder, por lo que se vuelve de suma importancia que los/las estudiantes también puedan desarrollar una mirada crítica de los medios y su forma de representar la realidad.

La radio constituye una herramienta con grandes potencialidades educativas. Si bien, es un medio que existe desde hace muchos años, se ha sabido readaptar a estos nuevos tiempos y continúa teniendo una enorme vigencia. Ofrece la posibilidad de difundir de forma casi instantánea: información, ideas, pensamientos, y por qué no, contenidos educativos a un gran número de personas a un costo relativamente económico. Asimismo, incentiva constantemente el trabajo colaborativo y la solidaridad entre quienes la integran, los cuales son dos elementos fundamentales en el proceso de crecimiento de niños, niñas y jóvenes. Estos no son únicamente necesarios en la etapa escolar, sino que también resultan centrales para el desenvolvimiento en la vida social.

La radio y los procesos de enseñanza

A través de sus diversos géneros y formatos se puede trabajar con niños/as y jóvenes en las distintas áreas del conocimiento de una forma novedosa y atractiva, permitiendo que los/las estudiantes sean los principales protagonistas de este proceso. En tal sentido, los y las talleristas podrán elaborar mediante un trabajo conjunto con los/las docentes, diversas actividades y estrategias para trabajar la lectura, la escritura, el ejercicio del pensamiento crítico y la búsqueda de fuentes informativas veraces al momento de producir los contenidos radiales. De esta forma, los/las estudiantes no solo podrán tener un espacio para expresarse, desarrollar su creatividad y aprender a trabajar en equipo, sino también un espacio en el que se podrán ampliar o consolidar saberes, accediendo a los mismos por una vía diferente.

La radio también brinda la posibilidad de enriquecer el lenguaje y potenciar la capacidad de análisis de los discursos mediáticos con los cuales se convive a diario. En este aspecto, resultará fundamental el rol de los/las talleristas:

- Fomentando e incentivando el pensamiento crítico y el uso responsable de las TIC.
- Generando espacios donde los/las estudiantes puedan expresar sus diversas ideas, opiniones y puntos de vista siempre apelando al respeto hacia los/las demás.
- Fomentando el trabajo en equipo de quienes la integran a partir de ofrecer la oportunidad de que cada uno/a de los estudiantes asuman roles y funciones definidas.
- Incentivando a que cada uno ocupe en algún momento los diferentes roles y espacios de la radio. Así podrán ver cuáles son las actividades o tareas que más se vinculan con sus gustos, intereses, logrando una experiencia sumamente enriquecedora.

Puertas de entrada al trabajo cercano con las áreas

La idea es que los/las estudiantes se apropien de los contenidos, saberes, procedimientos que proponen las distintas áreas curriculares desde un espacio

dispuesto en las radios y desde una planificación que habilite crear, jugar y transmitir ideas, donde pueda verse plasmado su trabajo y dedicación en cada producción.



Por ejemplo, en el caso de que los/las estudiantes tengan que producir un informe radial o una crónica acerca de algún tema que a ellos/as les interese, deberán indagar y buscar gran cantidad de información de diversos sitios. Respecto a esto, resulta fundamental el rol docente para poder ayudarles a diferenciar las fuentes confiables de las que no lo son.

Por otra parte, la enseñanza de los géneros y formatos radiales puede ser otra alternativa al momento de articular los contenidos o temáticas específicas de las distintas áreas curriculares con la radio. Es absolutamente viable que los temas abordados por los/las docentes en las clases puedan ser traducidos a los diferentes formatos radiales. En este sentido, es de suma relevancia la disposición de espacios de trabajo conjunto, de diálogo, de intercambio entre talleristas y docentes de las instituciones educativas.

Un aspecto central al momento de llevar a cabo la vinculación con diferentes materias o áreas con la radio tiene que ver con definir con qué docente/s articular las producciones radiofónicas. La idea es que el/la tallerista se ponga en contacto con aquellos/as docentes que la Mesa defina, en virtud de las temáticas a desarrollar en la radio y teniendo en cuenta los/las estudiantes que participan del taller.

Ejemplos de trabajo cercano con diversas áreas curriculares: **“Ranqueles”** y **“Yo sí quiero a mí país”**.

La importancia de un taller de radio en Vértice

Como venimos mencionando el taller de radio permite crear estrategias creativas para fomentar el diálogo, habilitar espacios para garantizar el intercambio y la construcción colectiva del saber. Un taller desarrollado desde un programa territorial tiene la potencialidad de integrar lo que está dentro de la escuela con lo que sucede territorialmente, es decir, cómo poner en diálogo a las instituciones escolares del territorio con la comunidad que las integra y contiene. A través del taller se puede promover la generación de diálogos y, de esta forma, disponer los espacios de las radios al servicio de cada uno de los territorios.



El programa de radio

Géneros radiofónicos: periodístico, dramático y musical

Las características generales de un programa son las que nos permiten determinar el **género radiofónico** del que podemos hablar. Estas pueden determinar que un género sea dramático, periodístico, musical, de investigación, de humor o un magazine.

Género Dramático

El drama es esencialmente un género de ficción, aún en aquellos casos inspirados en hechos reales. Pueden hacerse representaciones acerca de diferentes temáticas sociales como la lucha por la igualdad de género, los derechos de los niños/as y jóvenes, etc. También se pueden actuar escenas históricas que representen algún hecho importante de nuestro pasado.



Género Musical



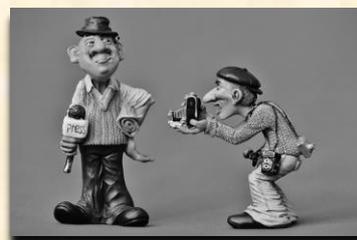
Este género es la música en la radio, que a la vez puede dividirse en distintos subgéneros. Cada radio ofrece una propuesta musical por lo que determinar cada tema musical que se va a desarrollar implica un conjunto de decisiones. Por ejemplo, al elegir un

tema para opinar sobre la realidad o para promocionar el recital de una banda o difundir a un nuevo artista independiente se debe tener un cierto criterio, entre otras posibilidades.

La elección musical construye y define la identidad de una radio, se organiza de acuerdo a los objetivos y al perfil de una emisora, de la audiencia y de los horarios en que se emite.

Género Informativo o Periodístico

El género periodístico se centra en la “realidad”. Esto significa que está formado por todas aquellas producciones que dan cuenta de lo que ha acontecido a través de informaciones u opiniones.



El programa de radio: formatos radiofónicos

Así como se puede decir que los géneros son modos de clasificar las producciones radiofónicas, los formatos son las estructuras, son las formas en las que se traducen los contenidos. Son piezas más breves que un programa de radio, y que de hecho nos permiten enriquecer los programas. Los formatos cobran sentido por sí solos como, por ejemplo: los más frecuentes son los de ficción, los informativos y los musicales, aunque también hay formatos que atraviesan los diferentes géneros como en el caso de la dramatización y la información para lograr los propósitos de una campaña.

Los formatos de ficción

Tomando como referencia el texto de Laura Rodríguez (2011), haremos una breve descripción de los principales formatos de ficción en la radio, los cuales pueden ser una herramienta posible para expresar lo que nos interesa decir.

El relato: es una sucesión cronológica de acontecimientos, articulados según la lógica de las acciones. El narrador es quien lleva adelante la historia. Los personajes pueden participar casi como ilustración, con bocadillos que animan el relato.

La adaptación: es una traducción del lenguaje escrito al radial. Con creatividad, cuentos, cartas, poesías, mitos, crónicas, chistes y fábulas pueden ser llevados al aire de la radio. Otras producciones se centran en las acciones de personajes y se estructuran en escenas, aunque pueden incluir la figura del narrador o relator como recurso.

El monólogo: es un texto en primera persona. El actor habla consigo mismo y con el oyente. Siguiendo cualquier estructura dramática, el personaje pone en juego un conflicto que lo aqueja, tiene un problema que resolver, tiene algo que contarnos. En general, el monólogo es un formato breve y puede estar acompañado de música y efectos de sonido. Sin embargo, el secreto de su atractivo está en la interpretación de la voz que construye el personaje.

La personificación: en este caso, el protagonista no es un ser humano, sino que da vida a los objetos o elementos de la naturaleza. Una torta de chocolate, un avestruz, el silbato de un referí, todo puede hablar por la radio.

Las imitaciones: son formatos habituales en la producción radiofónica. Aquí un actor o locutor tiene la capacidad de copiar la voz de distintas personalidades reconocibles por la audiencia. Los imitadores pueden realizar monólogos o dialogar con el conductor del programa.

El sketch: es un formato humorístico breve, de pocos personajes. Es una escena que se compone de diálogos cortos, pies y remates que proponen los personajes. Es muy utilizado en la televisión, pero también tuvo su auge en la radio.

La parodia: es un formato muy común en la radio y en la televisión, que apela al humor y a la crítica. En este caso, los programas copian el formato de otro, de manera caricaturesca. Lo deforman y lo llevan al absurdo.

Las series: a diferencia de las radionovelas, contienen episodios y no capítulos. En cada episodio comienza y concluye una breve historia que sucede a los protagonistas, que son siempre los mismos. La unidad de la serie no está dada por la secuencia argumental, sino por los personajes que continúan y viven distintas situaciones. Cada episodio está aislado del anterior: tiene los mismos protagonistas, pero las situaciones y los conflictos son diferentes en cada programa.

El radioteatro: es un formato que empieza y termina en una única emisión. Presenta un conflicto, lo enreda y lo desenlaza en un mismo programa. Se compone de escenas y variedad de personajes. Su duración es variada. Un radioteatro puede tener una extensión de minutos u horas, de acuerdo al guion.



La radionovela: a diferencia del radioteatro, se diseña en capítulos, uno por programa. Cada capítulo tiene una solución parcial del clímax anterior y un nuevo clímax pendiente para el próximo.

El sociodrama: es un formato poco utilizado en la radio argentina. Relata una historia breve, conflictiva, de algo que ocurre en una comunidad. No requiere de un desenlace: el final abierto origina el debate en la audiencia o en el estudio de radio.

Los formatos informativos

La noticia simple: es un formato breve que da a conocer los datos básicos de un hecho de actualidad inmediata. La noticia responde a dos necesidades: la curiosidad por enterarse de lo que sucede y la sociabilidad, es decir, comunicarlo a los demás.

Como explicamos anteriormente, la radio tiene su lenguaje propio. A diferencia de otros medios, no puede reforzar con imágenes lo que transmite. Además, lo que se dice por radio se esfuma instantáneamente y los oyentes no tienen la capacidad de escucharlo nuevamente. Por lo tanto, redactar noticias para radio implica un reto.

Debemos lograr que la información se comprenda de una vez, manteniendo la atención en quien nos escucha.

Para que la información pueda asimilarse fácilmente, debemos escribir con claridad, precisión y sencillez. La redacción no debe contener demasiadas estadísticas o cifras económicas. Por lo tanto, hay que elegir los datos numéricos significativos para la noticia.

Generalmente, las noticias suelen organizarse en formatos cortos. Esto implica que también tenemos que apelar a la brevedad y la síntesis. La noticia en radio no puede ser exhaustiva, debe ser sintética para que el oyente retenga las partes más relevantes.



Las noticias pueden ser leídas en medio de un programa o aparecer de la siguiente forma:

Flashes informativos: en este caso se interrumpe la programación para dar una breve noticia, una primicia que amerita cortar con el programa: “Renunció el vicepresidente”.

Boletines: se trata de un formato corto de aproximadamente cuatro o cinco noticias que se emite, con puntualidad, a cada hora o media hora. Abre y cierra con la hora, la temperatura y la humedad (HTH). En los boletines se compila lo más relevante y se resume lo último, lo importante y lo que viene en las noticias. Pueden incluir el audio con alguna declaración breve de un protagonista. Generalmente, las noticias se leen a dos voces: un/a locutor/a lee los títulos y otro/a el cuerpo de la noticia; o bien ambos pueden leerla punto a punto, es decir, una oración por persona.

Panoramas: son programas de alrededor de media hora de duración donde las noticias tienen un mayor desarrollo y se suelen organizar temáticamente: economía, política, policiales, deportes. También se pueden clasificar en noticias locales, regionales e internacionales. Resumen de la actualidad en un período más amplio que el boletín. Algunos panoramas pueden incluir el análisis y la interpretación de las noticias a través de otros formatos (entrevistas o encuestas)

Los flashes, boletines y panoramas utilizan distintos recursos sonoros o musicales para ser identificados. Pueden ser precedidos por una presentación y contener una cortina musical propia. Las informaciones pueden separarse con un efecto sonoro o un golpe musical.

La noticia ampliada o documentada es un formato que se utiliza para las noticias del día que son de difícil interpretación. Es decir que la información es menos accesible o más compleja, y requiere más que contestar las 5 preguntas. Hay que ampliar la noticia, situarla en un contexto para que sea más comprensible para la audiencia. Sin embargo, contextualizar o ampliar no equivale a comentar. Los comentarios implican una toma de posición particular sobre el hecho.

La crónica: es el relato del hecho tal cual ocurrió en el tiempo. La estructura de la crónica sigue un orden cronológico y no jerárquico.

El móvil: la radio sale a la calle para transmitir los hechos, desde el mismo lugar en el que ocurren ¿Cuántas personas hay en la manifestación? ¿Qué dimensiones tiene el incendio? La tarea del moviero es describir de manera concreta y precisa lo que sucede en el lugar, como si fuera los ojos del oyente.

Realizar un móvil radiofónico es mucho más fácil y accesible que hacerlo en televisión. Un celular o un teléfono público nos conectan directamente con el estudio y con la audiencia: inmediatamente la radio da la primicia. Además, puede contener entrevistas a las personas involucradas en el hecho, que pueden ser en vivo o estar registradas en el grabador del reportero.

Cuando un móvil cubre un hecho que no cumple los criterios que caracterizan a la información (relevancia, actualidad e inmediatez), se denomina móvil de color.

La entrevista: diálogo en el cual se delimitan dos roles: el entrevistador (quien hace las preguntas) y el entrevistado (quien responde a las interrogantes planteadas por el entrevistador). Si bien durante el transcurso de la charla los roles puedan intercarse, es importante que cada uno exprese claramente su papel y su tarea dentro de la conversación, ya que esto podrá servirle de referencia al radioyente.

La entrevista busca el desarrollo y la ampliación de un determinado hecho a través de múltiples miradas. En este sentido, el entrevistador/a pasa a ser un intermediario clave que pregunta por cuenta del oyente.

Ejemplo de este formato: “[Jóvenes en sintonía. 21/8](#)”.

Los formatos musicales

El formato musical por excelencia es el tema. Una canción es un texto musical. Hay distintas maneras de organizar la música en la radio. En este sentido, es trabajo de los musicalizadores experimentar con la combinación y articulación de temas musicales para crear nuevos criterios. Aquí compartimos algunos de los más conocidos.



Ranking: las canciones se ordenan “de menor a mayor”, de acuerdo a los votos que reciben, que pueden ser de la audiencia o de periodistas especializados, por ejemplo. Las consignas para organizar un ranking son ampliamente variadas: los mejores temas del verano, los discos más vendidos, el tema del año, por ejemplo.

Micro musical: Parte de un pequeño formato en donde la música se combina con palabras y sonidos. En un micro de 3 a 5 minutos pueden “picarse” (reproducirse brevemente) los temas que componen un disco, que a su vez son acompañados por información del artista. El micro es un formato grabado y editado previamente a su transmisión al aire.

2 x 1: se trata de una forma de organizar temas musicales. Dos canciones de un mismo autor, dos versiones de un mismo tema, por ejemplo.

Bloques: son formatos compuestos por un conjunto de 2 o 4 temas –de acuerdo a su duración– que responden a un mismo estilo o género musical. Los bloques se separan entre sí por piezas artísticas.

Formato de Magazine Radiofónico

Constituye un formato ágil y de carácter dinámico en el cual podemos encontrar incluidos todos los géneros. El magazine nos permite combinar informes musicales, dramatizaciones, entrevistas y deportes en un mismo programa. En este sentido, resulta fundamental buscar un equilibrio entre el entretenimiento, la información, la música y la educación para lograr un resultado realmente interesante y variado.

Ejemplo de este formato: “**Primaria dice presente. 30/9**”.

Planificación de un programa de radio



Se puede definir a un programa de radio como un proyecto de comunicación. Para poder concretar un programa es necesario realizar una buena **planificación**. Esta va a definir los segmentos y bloques que va a llevar y va a estar guiada por un objetivo específico.

Además de definir sus objetivos, **cada programa debe establecer quiénes serán sus destinatarios estratégicos**: vale decir, a qué personas apuntan los contenidos que se presentarán durante las emisiones.

Eso no quiere decir que sólo nos escucharán esas personas. Pero pensar, desde el comienzo, en un destinatario en particular ayudará a establecer el diálogo, respetando códigos, costumbres y modos de relacionarse.

Este punto es central dentro del Programa Vértice Educativo, ya que refiere al establecimiento de acuerdos y definiciones sobre la tarea de los y las talleristas, en este caso. Cuando hablamos de Planificación referimos también al hecho de recuperar los objetivos y/o prioridades educativas de la Mesa de Directores y desde allí

comenzar a bosquejar: tiempos y espacios del taller, destinatarios, tareas, acciones, temáticas a desarrollar, espacios de diálogo y acuerdo con directivos, docentes y estudiantes. Posterior a ello, y en equipo, comenzamos a planificar y producir cada programa de radio.

Producir un programa

Para poder crear un programa es necesario tener como punto de partida un concepto o idea, que contemple fundamentalmente dos aspectos:

1. ¿Cuál es el objetivo del programa? Esto es, considerar qué se propone lograr con la emisión: ¿Informar? ¿Entretener? ¿Acompañar? ¿Movilizar a las personas? Esta definición permitirá, posteriormente, elegir los géneros y formatos más convenientes.
2. ¿A quién está dirigido? Tener en claro cuál será la audiencia, el grupo de personas que lo escuchará. Conocer esto permitirá buscar, interpelar, seducir con una propuesta acorde para cada audiencia en particular.

Posteriormente, habrá que definir qué temáticas abordará el programa y a través de qué formatos. Asimismo, se deberán repartir las tareas ya que la radio se nutre del trabajo en equipo.

Los roles en la producción

Para la realización de un programa se debe partir del trabajo en equipo, por lo que es fundamental la división de tareas, que estará dada a raíz de los intereses y deseos de quienes participan en su construcción. A continuación, se detallará algunos de los principales roles al momento de armar un programa:

Producción: son los que les dan formato a las ideas. Llevan la agenda del programa y los ritmos de las decisiones definiendo cuestiones claves como móviles, entrevistas, concretando y armando la rutina. Y hasta pueden intervenir, además, en el armado de la artística del programa.

Conducción: es la persona que le dará voz a las ideas del programa, llevando las riendas del mismo. Presenta notas, temas musicales, invitados, bloques y secciones. Ordena el aire y sostiene el ritmo a partir de su particular estilo y una manera de hablar. Esta tarea de



conducción puede ser compartida. En ese caso hablamos de co-conducción.

Locución: los/las locutores/as, además de conducir, pueden leer los spots publicitarios y artísticos, las noticias de un informativo y los mensajes del público. La locución permite interpretar, con diversidad de matices, la lectura o improvisación de distintos textos mediante un correcto uso de la respiración, articulación y modulación de la voz.

Redacción: son aquellas personas que se encargan de redactar para radio utilizando el lenguaje específico de este medio. Habitualmente en las emisoras hay equipos de redactores periodísticos que se encargan de escribir las noticias en clave radiofónica, Aunque también existen redactores creativos que se encargan de la escritura de otro tipo de piezas como las publicidades o las piezas artísticas.

Operación técnica: es quien o quienes tienen la responsabilidad de la transmisión en su parte técnica, vale decir, poner el programa al aire. Asimismo, puede aportar creatividad, capacidad de atención y escucha para el programa. El trabajo del operador es tan importante como el del resto del equipo. Una cortina fuera de tiempo o un tema musical incorrecto puede hacer fallar un programa. Por ello se le debe comunicar claramente todo el recorrido del programa.

Edición: debe haber alguien en el equipo que se encargue de la edición digital de las producciones que saldrán enlatadas en el programa. Puede ser el mismo operador u otra persona con conocimientos en el [manejo de programas de edición digital de sonido](#).

Musicalización: el trabajo de un musicalizador es estratégico, porque la música es uno de los contenidos fundamentales de un programa. Dentro de sus tareas estará, definir la música; el tema apropiado para cada momento. Seleccionar diferentes temas para diferentes momentos como después de un editorial o luego de una entrevista. También deberá armar la torta de temas de acuerdo al criterio de musicalización que se haya definido para el programa.

Movilero/a: son los que hacen su trabajo periodístico fuera de la radio, siguiendo la noticia minuto a minuto desde donde sucede, a través del teléfono. Salen desde diferentes lugares con información, descripción de situaciones, comentarios, entrevistas y testimonios.

Columnista: es una tarea periodística que incluye investigación y producción sobre un tema específico. Se encarga de desarrollar determinados contenidos en los que es especialista y que puedan ser interesantes para la audiencia como literatura, tecnología, salud, entre otros. El columnista puede desarrollar su trabajo en vivo en el piso, dialogando con el conductor, o bien grabar su sección previamente.

Ejemplo de columna periodística: "[Huellas del pasado](#)".

Etapas de trabajo de un programa radial

1. Producción

La producción o pre-producción es un momento de búsqueda, investigación y propuesta de ideas que después se trasladarán al aire. Considerando que un tema puede ser tratado de distintas maneras, es en esta etapa donde se toman todas las decisiones y se define el material necesario para trabajar: información, temas musicales, entrevistados, etc. Cada integrante del equipo, desde su rol, podrá aportar ideas y asumir responsabilidades

En este momento, además se arma la rutina o grilla, una hoja de ruta que será la herramienta para organizar un programa. Allí, se pondrá en orden de aparición cada uno de los contenidos que irán sucediéndose, quién los desarrollará, cuánto durarán al aire y en qué horario deberán salir, en el que puede definirse como el esqueleto de un programa.

Este plan de trabajo, o grilla, servirá para establecer prioridades, pero deberá a la vez ser flexible para contemplar imprevistos y cambios. Por ello es aconsejable que todos los miembros del equipo tengan una copia.

Una posible forma de organizar la grilla es en tres columnas:

HORA	CONTROL	ESTUDIO
9:00	Apertura programa	
9:05	Cortina 1º bloque	Saludos y avances del programa. Hora, temperatura y humedad.
9:15	Tema musical	
	Apertura entrevista	
9:20	Cortina entrevista	Entrevista en vivo por teléfono.
9:30	Tema musical	
9:35	TANDA	

Rodríguez, L. (2011). Ilustración de grilla. [Ilustración]. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjh9avk_cbrAhVEGLkGHUVaBugQFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fponeleondaradio.files.wordpress.com%2F2012%2F08%2Fponele_onda.pdf&usg=AOvVaw2aTPswB80bhOInsTHfjb4s

2. Puesta en el aire

Un estudio de radio se divide generalmente en dos espacios de trabajo: por un lado, el *control de aire*, en el que se ubican el operador y todos quienes participen en la producción del programa; y por otro lado el *estudio*, donde están los conductores, columnistas e invitados.

La puesta al aire es el momento clave de una transmisión radial. Allí se materializan las ideas que forman parte del programa. Muchas veces, las transmisiones en vivo, obligan a hacer modificaciones por fuera de lo planificado. Esto, lejos de ser un error, significa que hay flexibilidad para la inclusión de algo no previsto. Asimismo, se pueden sumar piezas grabadas que enriquezcan el programa.

3. Posproducción

Esta etapa de escucha, es tan importante como las anteriores, ya que permite hacer un balance de lo que salió al aire y evaluar la con lo que se había planeado. Ese momento de escucha posterior a cada programa, permite realizar ajustes para futuras emisiones.

Organización de los contenidos

Cada programa tiene una estructura que le permite prever la distribución de las secciones con el fin de lograr coherencia y ritmo.

Los bloques: son los diferentes momentos en los que se divide un programa y están separados entre sí por elementos artísticos de identidad (tandas, separadores, publicidades), Se definen generalmente por la duración. En un programa puede haber bloques fijos y otros que van surgiendo de manera improvisada

Las secciones: Constituyen una unidad donde se aborda un tema, son elementos divisores que están incluidos dentro de los bloques. Una sección tiene características propias y una duración determinada. Algunos ejemplos pueden ser la sección de política, de teatro o de comentarios de la audiencia.

Una de las cosas que pueden influir en los tiempos de las secciones, son los horarios de emisión. Por ejemplo, a la mañana, cuando el oyente quiere informarse rápidamente de las principales noticias, el grado de atención es menor, por lo tanto sería difícil mantener la escucha de una sección de manera prolongada y por lo tanto, son preferibles secciones más cortas. Durante el traspasado, en cambio, donde los ritmos de la radio son más tranquilos y relajados se pueden planificar secciones más largas

La música: Suele ser una de las principales razones por las cuales la gente escucha radio. Por lo que así, lo importante de un programa no son únicamente las canciones sino el criterio musical que las organiza. En este sentido, se pueden tomar criterios para musicalizar tomando en consideración, por ejemplo, los géneros -rock, folklore, tango, cumbia, jazz, electrónica, salsa-, o bien las épocas: música de alguna década en particular.

La artística radiofónica: es un conjunto de elementos que portan la identidad de una propuesta y al mismo tiempo caracteriza el aire, lo organizan separando y distribuyendo en segmentos cada parte del programa. Estos elementos son:

- **Las cortinas musicales:** melodías que acompañan en segundo plano las voces dando ritmo e identidad.
- **Los separadores:** son pequeños formatos, de entre 15 a 40 segundos de duración aproximada que tienen la función de separar secciones o temas musicales colaborando a dar ritmo y a reforzar la identidad del programa.
- **Las aperturas y cierres:** breves fragmentos sonoros que generalmente anteceden, presentan y cierran una sección.
- **Pastilla:** pequeño formato de corta duración que aporta algún dato o nota de color.
- **Cuña o spot:** formatos que habitualmente tienen una duración de entre 30 segundos a 1 minuto aproximadamente, y cuya función es comunicar un mensaje de forma concisa y concreta, específica y dirigida.
Ejemplo de Spot: "[Spot Turismo. Polifonía Joven](#)".
- **Informes:** son piezas con una duración estimada de entre 5 y 10 minutos que abordan una temática específica producto de una investigación.
- **Micro:** pequeño informe que es más corto y puntual que un informe y profundiza un poco más que un spot sobre un tema o contenido específico. Tiene una duración de 2 a 5 minutos.
- **Voces:** Se refiere a la elección de quiénes hablan en el programa. Puede ser una persona o muchas, mujeres, hombres; niños, jóvenes o adultos. Pero se recomienda no utilizar la misma voz con roles distintos, es decir, que la voz de los separadores no sea la misma del conductor del programa, por ejemplo.

Guion Radiofónico: organización de los contenidos

Tal como se expresa más arriba, cualquier programa, sea del tema que sea o en el formato que se elija, se requiere previamente de una planificación que deberá plasmarse en un guion a seguir por todos los participantes en función de sus roles. Cuando nos referimos específicamente a las radios escolares, podemos decir que es en esta etapa en el que se deberán realizar los acuerdos necesarios según la propuesta que quiera llevar a cabo el grupo y/o los objetivos pedagógicos del docente. Los cuales en el caso de darse en el marco del Programa Vértice Educativo deberán estar en acuerdo con la Mesa de Directores.

Un guion incluye y detalla todo lo que sucederá en una producción radiofónica. Una vez que la producción está en el aire, está destinado a desaparecer. En ese texto se vuelcan todas las decisiones de un proceso que finalizará en el éter: qué personas hablan, en qué momento ingresa la música, qué efecto de sonido acompañará el relato, entre otras cuestiones. Al tener cada miembro el mismo guion, todos/as los/las integrantes del equipo están comunicados y así el trabajo se desarrolla de manera más fluida y prolija.

Si bien hay varias formas de escribir un guion para radio, una de las más utilizadas, que a su vez es muy sencilla, es el modelo que se basa en dos columnas. La de la izquierda detalla todo lo que sucede en el control, allí están las indicaciones para el operador: cuándo debe salir un tema o subir una cortina. Por su parte, a la derecha se describe lo que sucede en el estudio: el texto de los locutores. Puede transcribirse todo o sólo el primer y el último párrafo, es importante que sirvan de referencia al operador para hacer su trabajo

Les compartimos un sencillo tutorial para realizar un guion de radio:

[Tutorial #1 Cómo hacer un Guion Radial](#)

Ejemplos de guion radiofónico

Ejemplo 1:

CONTROL	ESTUDIO
FX LLAVES PC	<ul style="list-style-type: none"> - Padre: Llegaste, ¿cómo te fue hoy? - Hijo: Te traje algo para que me firmes, acá está... - Padre: ¡Me trajiste una mala nota otra vez!
CORTINA CD 1 - TRACK 05	<ul style="list-style-type: none"> - Hijo: Te prometo que nunca me va a ir mal otra vez... - Padre: Eso lo decís siempre, ¡ahora te vas a tu cuarto sin comer! - Hijo: Pero... - Padre: ¡Pero nada! - Hijo: Bueno
FX PORTAZO PC	<ul style="list-style-type: none"> - Padre: ¡Cerrá la puerta con cuidado!
CORTINA CD 2 – TRACK 11	<ul style="list-style-type: none"> - Locutor: Sacar siempre 10 es muy difícil - Locutora: Crecer tiene que ver con que se nos permita equivocarnos. - Testimonio: A mí me parece que muchas veces los padres se enojan o no saben controlar sus reacciones.
SECO	<ul style="list-style-type: none"> - Locutora: Ningún chico debe recibir maltrato, de ninguna clase.

Rodríguez, L. (2011). Ilustración de guion radiofónico. [Ilustración]. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewjh9avk_cbrAhVEGLkGHUVaBugQFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fponeleondaradio.files.wordpress.com%2F2012%2F08%2Fponele_onda.pdf&usg=AOvVaw2aTPswB80bhOInsTHfjb4s

Ejemplo 2:

CONTROL	ESTUDIO	DURACIÓN APROXIMADA
Presentación grabada		´2
Cortina: "O green world" - Gorillaz	.Saludo inicial y presentación del tema	´5
Tema musical: "Ska de la tierra" - Bebe		´3:42
Separador		´1
Cortina: "O green world" - Gorillaz	Con la profesora conversamos sobre geosfera, atmósfera, hidrósfera y biosfera. Los recursos no renovables. Cómo se fueron modificando a lo largo de la historia del planeta y cómo se encuentran en la actualidad. Y presentamos el informe .especial	´5
Informe especial: "Recursos no renovables"		´4
Tema musical: "Agua" - Los Piojos		´5
Separador "Nosotros también escuchamos"		´30´0
Cortina: "O green world" - Gorillaz	Mesa redonda con opiniones sobre por qué se están acabando los recursos no renovables en el mundo y en nuestra ciudad. Invitado: Roberto Gómez Bolaños "de la ONG "Biosfera"	´6
Tema musical: "Llueve tranquilo" - No te va a gustar		´50´4
Espacio acordeón		´5
Cortina: "O green world" - Gorillaz	Se presenta la encuesta que se hizo con la .opinión de otros alumnos de la escuela	´2
Encuesta: "¿Cómo se puede evitar que se sigan agotando los "?recursos no renovables"		´2
Cortina: "O green world" - Gorillaz	Debate sobre las opiniones que dieron las otras personas y propuestas propias para evitar que se sigan agotando los recursos .no renovables	´5
Tema musical: "Evolución" - Adrián Berra		´40´2
Cortina: "O green world" - Gorillaz	.Presentamos el resumen del programa	´1
Resumen del día editado		´4
Cortina: "O green world" - Gorillaz	Cierre. Saludo final. Se nombran los .integrantes que participaron	´2

Comisión Nacional de Comunicaciones (2015). Ilustración de guion radiofónico. [Ilustración]. Recuperado de

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiJhOqR_sbrAhW_LLkGHQYxAooQFjAAegQIAB&url=http%3A%2F%2Fwww.bnm.me.gov.ar%2Fgiga1%2Fdocumentos%2FEL005990.pdf&usg=AOvVaw16Ti190uXCmfvO1b9_WRv3

¿Cómo se escribe para la radio?

La radio tiene un carácter de fugacidad por la imposibilidad de volver a escuchar aquello que dijo el conductor. En ese sentido se considera que la radio es **unidireccional**, solo apunta al oído del radioyente. Es por este motivo, por su carácter fugaz, que hay que tener algunos cuidados al escribir para la radio:

- ❖ Utilizar un lenguaje sencillo y frases cortas, para evitar las construcciones complejas. Esto no implica una disminución del lenguaje sino una mayor facilidad para la audiencia al momento de decodificar el mensaje.
- ❖ En este sentido, es aconsejable evitar las comas y optar por el punto seguido, para construir oraciones cortas.
- ❖ Es importante leer los materiales antes de salir al aire. De esta manera se pueden anticipar las palabras clave e identificar aquellas que nos resulten de difícil pronunciación y la vez se podrá marcar las pausas. Esto se traduce en más seguridad al hablar y genera un mensaje más claro para el/la oyente. Asimismo, permitirá que la locución suene con naturalidad, resultando más atractivo al oído del oyente.
- ❖ Variar la entonación a la hora de hablar permite romper con la monotonía o linealidad del discurso y a su vez destacar algunas palabras claves para utilizar las pequeñas pausas antes y luego de nombrarlas, y así resaltar aquello que es relevante o nuevo para el oyente.

El lenguaje radiofónico

La radio tiene un lenguaje propio compuesto por cuatro elementos básicos: la música, las palabras, los efectos de sonidos y los silencios. La combinación de estos elementos permite crear y recrear sensaciones, sentidos, imágenes acústicas en los oyentes. A continuación, abordaremos cada uno de estos.

LA PALABRA

En la radio debemos atender a las siguientes características de la palabra:

Lenguaje sencillo - coloquial: en radio se usa un lenguaje sencillo, utilizando las mismas construcciones sintácticas y las mismas estructuras oracionales que en la vida cotidiana que por lo general es -sujeto - verbo- predicado-.

Palabras descriptivas: Es importante poder usar palabras descriptivas que nos permitan crear imágenes auditivas para que mediante la radio las expresiones puedan verse, olerse, tocarse...

Expresión - cuerpo: Aunque el cuerpo y los movimientos no salen por la radio, no se ven, pero sí se hacen presentes a través de nuestra voz, ayudando a dar un real énfasis a las palabras, y expresiones, por eso es importante hablar como en la vida cotidiana.

EL SILENCIO

Cuando se trata de la radio, el silencio puede ser mucho más que la ausencia de sonido. El silencio se podrá considerar según las características, formas, vinculaciones y relaciones en que se presente. En este sentido, podemos hacer la siguiente distinción:

Silencio no deseado - "bache": cuando se produce un silencio inesperado, no previsto, en la radio se suele denominar bache. Pueden darse por múltiples motivos: el audio de un personaje que no puede emitirse porque la computadora no funciona, o una entrevista telefónica que se corta de imprevisto. Ahí el silencio se hace presente sin premeditación, irrumpe. Por esta razón, "tenemos que estar preparados para que esos silencios no se apoderen de nuestro espacio, y se haga presente el bache. Saber que existen y pueden suceder es un buen principio. Luego hay que prepararse. Es importante hacer un trabajo de producción con información de los temas a abordar, tener material extra, saber que uno puede recordar los temas que desarrollaremos en el programa, y no asustarse ante estos imprevistos" (Comisión Nacional de Comunicaciones, 75-76).

Silencio deseado - "pausa": Por otro lado, y a diferencia del bache hay silencios que pueden tener gran fuerza comunicativa siendo buscados y parte del lenguaje radiofónico. En ese caso se habla de pausas, y pueden cumplir una función, como elemento narrativo, parte de una descripción, generador de expectativa antes de develar un misterio, o invitar a la reflexión.

LA MÚSICA

La música como parte del relato, idea, concepto: la música es un elemento fundamental de la radio ya que nos ayuda entre otras cosas a cambiar de estado de ánimo, nos ayuda a crear climas, preparando el espacio para hablar de ciertos temas. En sí misma cumple una función narrativa: expresa y genera sentimientos, vibraciones y sensaciones, ayuda a recordar lugares, personas o situaciones especiales, emociona, hace bailar.

Las cortinas: se llama así a la música que suena suavemente de fondo mientras se habla. Se puede usar para identificar determinadas secciones de un programa, reiterando siempre la misma cortina. Por lo general se elige música instrumental, que

nos sea cantada para que no se superpongan con lo que se está diciendo y así no generar confusión en la audiencia.

EFFECTOS SONOROS

Sonidos naturales: recogidos directamente de un paisaje sonoro real con algún método de grabación.

Sonidos artificiales: son sonidos creados por el ser humano que pueden percibirse como reales, por ejemplo, el sonido del fuego puede ser representado con papel de celofán, el de caballos puede ser recreado con golpes sobre una mesa.

Los efectos pueden incorporarse en diversos momentos y situaciones: cuando se cambia de temas, cuando se hacen presentaciones. también como "ráfagas" y "beeps" antes o después de un audio. Se trata de investigar, imaginar y usarlos.

Algunas sugerencias de programas para la emisión de radios escolares desde ordenadores remotos

Luego del repaso hecho sobre algunos de los principales conceptos a tener en cuenta para el desarrollo de una radio escolar, nos adentraremos en el manejo y uso de los softwares de escritorio remoto. Los cuales constituyen una herramienta muy útil al momento de gestionar el funcionamiento de una radio, sobre todo en tiempos de aislamiento social, preventivo y obligatorio.



Bibliografía:

- Comisión Nacional de Comunicaciones. *Manual Integral de Radiodifusión 2, Introducción a la Radio*. 1a edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires República Argentina, 2013.
- Laura Rodríguez. *Ponele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes*. Ediciones La Tribu, Buenos Aires, diciembre de 2011.
- Comisión Nacional de Comunicaciones. *Esta escuela tiene Voz - Material de trabajo para las Radios escolares CAJ*. Producción Editorial: Ucaya, 2015.
- ZaraSoft, *Manual de usuario*, 2006.