



UN PASEO POR LA DINÁMICA RADIAL

Nancy Ojeda

Un paseo por la Dinámica Radial

Nancy Ojeda

1era Edición: 2017

Serie: Textos Universitarios / Ciencias Sociales Código: 2016.5.octubre.c

Edición:

Serie de libros arbitrados de la Dirección de Publicaciones de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador

Formato:

Digital / 792px X 612px

Corrección de Pruebas:

Marta De Sousa / Correo electrónico: dsousamarta@gmail.com

Diagramación y montaje electrónico:

Wladimir Párica / Correo electrónico: pwwladimirp111@gmail.com

Diseño de portada:

Wladimir Párica / Correo electrónico: pwwladimirp111@gmail.com

Ilustraciones del Libro:

Wladimir Párica / Correo electrónico: pwwladimirp111@gmail.com

Comité Editorial:

María Eugenia Carrillo / Marta De Sousa

Reservados todos los derechos:

Este libro es parte de la Colección de Libros Arbitrados por la Dirección de Publicaciones de la UPEL y se encuentra alojado en el Repositorio institucional.

Publicado:

Caracas, Venezuela. Diciembre, 2017 Universidad Pedagógica Experimental Libertador / Dirección de Publicaciones
Dirección: Avenida Sucre, Estación del Metro, Gato Negro, Parque del Oeste, Catia, Venezuela, Apartado Postal 2939, Caracas 1010.
Teléfonos: (0212) 806.00.15

Depósito Legal: DC2017002711 ***ISBN:*** 978-980-281-227-1



**Universidad Pedagógica
Experimental Libertador
Dirección de Publicaciones**

Consejo Rectoral de la UPEL

Dr. Raúl López Sayago
Rector

Dra. Doris Pérez Barreto
Vicerrectora de Docencia

Dra. Moraima Esteves
Vicerrectora de Investigación y Postgrado

Dra. María Teresa Centeno de Algomedá
Vicerrectora de Extensión

Dra. Nilva Liuval Moreno de Tovar
Secretaria

Dirección de Publicaciones

María Eugenia Carrillo
Directora

Marta De Sousa
Jefa Unidad de Edición

Víctor Carrillo
Jefe Unidad de Promoción y Distribución

PRÓLOGO

La radio, como instrumento de comunicación, ha permitido llevar mensajes entre localidades nacionales, internacionales y últimamente entre naves espaciales y nuestro planeta. Los mensajes, que se difunden por este medio, tienen una capacidad formidable para impactar a los radioescuchas, agregando a lo anterior, la radio es la herramienta que permite la mayor cobertura en cuanto a la difusión de mensajes, aún en condiciones adversas. Por la razón anterior, más otras como su fácil uso y bajo costo, hacen de la radio un instrumento de uso preferente en las instituciones educativas y difícilmente será sustituida por otras tecnologías para facilitar las experiencias de enseñanza y aprendizaje.

Todo lo anterior, ha sido brillantemente interpretado por la colega Nancy Ojeda en este producto intelectual denominado “Un paseo por la dinámica Radial”, en el cual se conceptualizan de manera brillante elementos estructurales y de procesos, sobre el uso de la radio para facilitar situaciones educativas de calidad. Lo anterior se evidencia por el tratamiento que hace sobre la historia de la radio, la producción radial, la oratoria, la locución y los elementos jurídicos que existen sobre la materia en el país. Se han arribado, a mi juicio, a una serie de conclusiones que permiten abordar un proceso complejo de manera sencilla y con importantes implicaciones didácticas.

El trabajo de la Dra. Ojeda nos ayuda a comprender como se integran; el por qué ocurren los distintos procesos radiales y el cómo se integran los distintos elementos de la comunicación: emisor, receptor y código, canal, mensaje y contexto. Este aporte, contiene los elementos fundamentales para diseñar e implementar situaciones formativas, donde se involucre la herramienta en discusión, de hecho, esta publicación es el producto de su trabajo investigativo y de desarrollo con sus estudiantes de pre y postgrado en la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Finalmente, deseo expresar que la radio, como instrumento de comunicación, está acá para quedarse entre nosotros por un buen tiempo y la Dra. Nancy Ojeda nos ayuda a entender su uso educativo en este mundo del conocimiento y la información.

Pablo Vicente Ojeda P.

A MANERA DE INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación responden a una intención bajo la racionalidad del capital como vehículo de control social. Por otra parte, los medios públicos otorgan primacía al hecho propagandístico como fórmulas para mantener el poder otorgado, con altas dosis de ideología y manejo social. Se utilizaron y se utilizan para apoyar el ejercicio del poder de los grandes grupos antaño políticos y hoy económicos. El propósito de los medios de comunicación es, comunicar, también sirven para informar, educar, transmitir, entretener, opinar, enseñar, controlar, etc.

La importancia de los medios de comunicación se basa en definirla como una herramienta útil para la interacción social, y además han jugado un papel imprescindible en la formación de la Opinión Pública (el Cuarto Poder), siendo fundamentales para la creación o el desplome de algunos gobiernos de importancia. Los Medios de Comunicación, la prensa oral y escrita, cumplen la función básica y efímera de describir la realidad social. Asimismo, los medios de comunicación de masas se identifican entre la prensa, la televisión, y la radio, siendo esta última, la que a profundidad se trabajará en este material instruccional. En investigaciones como las realizadas por Alcázar (2000), se ponen de manifiesto que en el mundo desarrollado, la penetración de la radio alcanza prácticamente al 100% de la población, adquiriendo la dimensión de un medio masivo. En el mundo en vías de desarrollo, aunque su difusión es menor alcanza aproximadamente el 80% de la población, siendo el medio que más llega a todas las regiones y estratos sociales de estos países, especialmente en zonas rurales apartadas.

En este sentido, la capacidad de la radio para llegar a toda la geografía es lo que le ha otorgado el poder para hacerse un espacio importante en el sistema de comunicación de la mayoría de las regiones

del mundo. El crecimiento cada vez mayor del número de emisoras y del uso de la radio por parte del público demuestra que es uno de los instrumentos más utilizados por las poblaciones.

En el ámbito venezolano se destaca el nivel de penetración radial aún en la actualidad, por lo que Cañizales (2014) afirma que la red social informativa por excelencia, Twitter, sobrepasa largamente los 3 millones de usuarios en Venezuela. Eso hace que su penetración social no sea masiva, partiendo que somos unos 30 millones de venezolanos. La televisión está en el 99 por ciento de hogares y la radio en el 100 por ciento, la lectoría de periódicos en Venezuela ha sido tradicionalmente baja.

En este orden de ideas, la radio debe convertirse en un medio capaz de suministrar algo más que música y noticias, se hace necesario ampliar sus ofertas con producciones propias que fomenten la creatividad cultural y la interacción social. Afirma Castells (2000), que históricamente los medios y la sociedad han andado cada cual por su lado. Son como dos líneas paralelas que nunca se cruzan. Y esto obedece a que los gerentes y propietarios de los medios públicos y privados sustentan sus políticas comunicacionales exclusivamente en la racionalidad comercial. Es decir, dejan en tercer plano cualquier proyecto que esté orientado a fortalecer la condición humana y moral de la sociedad.

El material instruccional que se presenta a continuación responde a una necesidad sentida en la audiencia que participa en los Diplomados relacionados al ámbito radial en la UPEL, por ello se presenta de forma estructuralmente pedagógica, secuencial y concisa un conjunto de contenidos que facilitarán el estudio de ésta materia.

TABLA DE CONTENIDOS

	PP.
A manera de introducción.....	5
Unidad I: Contexto radiales.....	8
Antecedentes de la radio en Venezuela y el mundo.....	9
Historia de la radio en el mundo.....	10
Historia de la radio en Latinoamérica.....	11
Historia de la radio en Venezuela.....	14
Historia de la radio Universitaria.....	17
Importancia de la radio en la Comunicación.....	18
Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las ciberradios	
Formas de comunicación en instituciones comunicativas.....	19
Radio educativa	
Radio instruccional.....	21
Pasos para crear una radio en la escuela.....	23
Radio comercial y comunitaria.....	26
Arquitecturas de las estaciones radiales.....	38
Actividades sugeridas.....	39
Unidad II: Producción Radial.....	39
Producción radial	
Pautas para improvisar	
Post Producción	40
Roles Radiofónicos.....	43
Géneros Radiales.....	47
Los reporteros radiales.....	51
Redacción radial.....	52
Guionización.....	57
Proyecto radial.....	59

	pp.
Montaje y Edición.....	60
Actividades sugeridas.....	61
Unidad III: Oratoria y locución.....	62
Oratoria y sus características.....	63
Ejercicios respiratorios.....	66
Dicción y vocalización.....	71
Ejercicios de pronunciación.....	74
Ejercicios de vocalización.....	77
Ejercicios de Locución	
Ejercicios de modulación.....	79
Actividades sugeridas.....	80
Unidad IV: Legislación Radial.....	82
Leyes y normativas radiales.....	83
Ley orgánica de telecomunicaciones	
Ley de responsabilidad social.....	84
Responsables por el espectro radioeléctrico.....	88
Algunas conclusiones finales.....	89
Referencias.....	90
Currículo de la Autora.....	93

UNIDAD I

CONTEXTOS RADIALES



ANTECEDENTES DE LA RADIO EN VENEZUELA Y EL MUNDO

HISTORIA DE LA RADIO EN EL MUNDO

Tradicionalmente, el invento e impulso de la radio se le atribuye a Marconi, pero, para él llegar a integrar en un único equipo varios sistemas que estaban siendo desarrollados en varias partes del mundo de manera simultánea, tuvo antes que llevar a cabo un proceso investigativo que antecederan su trabajo. Por ejemplo, los descubrimientos de Hertz, Tesla, Branly, Lodge o Popov en cuanto al envío y recepción de ondas electromagnéticas. Los conocimientos desarrollados por estos personajes, permitieron en este caso a Marconi, integrarlos y establecerse como creador de la radio (Keithley, 1999). No obstante, es importante señalar los aportes realizados por algunos de estos precursores:

James C. Maxwell (1831-1879) en 1873 descubrió que la electricidad se mueve en ondas. Advirtió además que las ondas ópticas, eléctricas, así como las electromagnéticas son de la misma naturaleza y que dos circuitos eléctricos alejados entre sí interactúan debido a una acoplamiento magnético. George F. Fitzgerald (1851-1901) en 1883 explica la

forma de producir ondas electromagnéticas en el espacio. Heinrich Hertz (1857-1894) logra medir en 1886 la longitud de las frecuencias electromagnéticas y su frecuencia. En Rusia, en 1895, Alexander Stepanovich Popov (1859-1905), desarrolla la primera antena de radio. Por esta razón por muchos es considerado el padre de la radiodifusión, sin embargo nunca desarrolló un sistema completo, ni un radiotelégrafo. Fue en 1897 que Guillermo Marconi (1874-1937) instala en la isla de Wight, en Inglaterra, la primera estación de radio. Solo unos años después, abre la primera fábrica del mundo de equipos de transmisión en Reino Unido; en la cual laboraban un aproximado de 50 personas.

Para 1899 ya Marconi había podido establecer una comunicación telegráfica entre Gran Bretaña y Francia. Sin embargo, su intención no era crear este medio tal y como lo conocemos, se trataba más bien, de inventar un sistema de comunicación entre los barcos en alta mar y tierra, llamada "telegrafía sin hilos"; por lo que,

posteriormente un par de años después se logra transmitir señales a través del océano (Agudelo, 2008).

A partir de ahí los sistemas de radiodifusión se fueron extendiendo progresivamente por el mundo, aunque no fue hasta la década de 1920 cuando comenzaron las primeras transmisiones regulares con programas de entretenimiento.



HISTORIA DE LA RADIO EN LATINOAMÉRICA

La extensión de la transmisión radiofónica alrededor del mundo en 1920, llegó a Latinoamérica; se tiene como referencia, que las primeras transmisiones se dieron durante el año de 1920 en la República Argentina, el día 27 de agosto desde la azotea del Teatro Coliseo de Buenos Aires, la Sociedad Radio Argentina transmitió la ópera de Richard Wagner, Parsifal, comenzando así con la programación de la primera emisora de radiodifusión. En 1921 tímidamente se inicia la radio en Latinoamérica iniciándose algunas estaciones experimentales y de manera esporádica por cuestiones de seguridad. En Cuba se tiene como referencia el año de 1922. La primera emisora de radio que se considera operando en Cuba fue la PWX, establecida por la compañía Cuban Telephone Company, inaugurada el 10 de octubre de ese mismo año con un acto solemne para celebrar el grito de Yara (Keithley, 1999).

En 1921 tímidamente se inicia la radio en Latinoamérica iniciándose algunas estaciones experimentales y de manera esporádica por cuestiones de seguridad. En 1922 oficialmente varios gobiernos aceptan la transmisión de emisoras radiales, con una programación y emisión diaria. Las Primeras estaciones radiales que iniciaron su transmisión en Latinoamérica fueron de esta manera: 1922 Cuba, Chile y Uruguay; 1923 Argentina y Brasil; y 1925 Perú. Para la década de 1930, Argentina y México ya contaban con grupos de radio aficionados que emitían series de noticias y canciones en Buenos Aires y Ciudad de México (Agudelo, 2008).



ANTECEDENTES DE LA RADIO EN VENEZUELA Y EL MUNDO

HISTORIA DE LA RADIO EN VENEZUELA

Emerge como entretenimiento en ciudades y poblaciones donde no había casi nada que hacer por lo que a ese nuevo medio no le costó gran trabajo reinar por muchos años. Era una radio sencilla como el país. Costumbrista musical y muy romántica. La programación fue evolucionando de “Ayre” a “Broadcasting Caracas”. La programación de los primeros 30 años era variada, comenzaba en la mañana con el noticiero, luego programas de peticiones de discos, más tarde algún destacado cantante con acompañamiento de piano, órgano o guitarra; programa de concursos; las primeras radio-novelas que lograban un mundo especialísimo que en algunos casos paralizaba a toda una ciudad. También se hacía presente los programas deportivos como: béisbol, boxeo, carreras de caballos y hasta corridas de toros.

Bajo el régimen dictatorial del General Juan Vicente Gómez en la década de los treinta se establecen las primeras disposiciones legales con respecto a lo que sería el desempeño de la radio en la sociedad, en este sentido, la radio en Venezuela, (2010) señala lo siguiente:

La primera disposición legal para la regulación de las emisiones de radio en el país fue un decreto emitido por el general Juan Vicente Gómez en 1932 mediante el cual creó el Reglamento del Servicio de Radiodifusión, el cual establecía en su artículo 4º que: El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Fomento, es el único competente para construir estaciones de radiodifusión,

pero éste podrá permitir la construcción y la explotación de estas estaciones por parte de particulares a través de concesiones o autorizaciones.



HISTORIA DE LA RADIO EN VENEZUELA

Se comienza la radiodifusión gracias a los conocimientos técnicos de Luis Roberto Scholtz y Alfredo Moller, y a la influencia política del coronel Arturo Santana, edecán del general José Vicente Gómez, hijo del presidente de la República. Con el nombre de AYRE, obtuvieron el permiso oficial el 25 de septiembre de 1925, que no sólo les concedía la exclusividad de las transmisiones, sino también la venta de los receptores. En mayo de 1926 empezaron las transmisiones con un Western Electric de 1 kilo watt y una antena sustentada por torres de 65 metros de altura. Como director gerente de la emisora radial figuraba Luis Roberto Sholtz y como locutor oficial, Alfredo Moller. La planta fue instalada en los terrenos que hoy ocupan el Nuevo Circo y el terminal de pasajeros, y los estudios en una casa de la esquina El Tejar. Transmitían noticias sacadas de los periódicos y programas de variedades, dentro de un área de 3.200 km. Cuando se generan los acontecimientos políticos de 1928, la emisora AYRE es clausurada oficialmente (Agudelo, 2008).

Dos años después, el 9 de diciembre de 1930, se inaugura la Broadcasting Caracas, fundada por William H. Phelps, dueño del almacén Americano, negocio especializado en la importación y venta de

artefactos eléctricos. Como colaboradores inmediatos de Phelps, figuran Edgar J. Anzola y Ricardo Espina. Y en el manejo técnico de la emisora, Alberto López. Dentro del Convenio Internacional de Radiodifusión, a Venezuela le había tocado el código YV. Por eso en las siglas de la nueva planta aparece la identificación YVIBC en onda larga y YV2BC en onda corta. El BC corresponde al sintagma nominal Broadcasting Caracas, que a partir de 1935, después de la muerte del general Gómez, se convertirá simplemente en Radio Caracas. El 29 de julio de 1936 salió al aire la primera emisora perteneciente al Estado: La Radio Nacional y el primero de octubre de ese mismo año comienza a difundir sus emisiones Ondas del Lago, en Maracaibo. A partir de 1937 la radio AM experimenta un nuevo período de expansión económica y geográfica que se prolonga hasta finales de la década 1960-1970; ese momento como se indicó anteriormente la radio se amplía y avanza y se fundan nuevas estaciones entre las que señala Venezuela: La Radio en el tiempo.

Asimismo, Radio Libertador (antes La Voz de la Philco) se funda alrededor de 1932. Perteneció a la empresa Siblesz y la sucesión

Degwitz. Su director es un veterano del medio, el señor Miguel Raymondi; radio Continente: Sus inicios comienzan cuando el 27 de Abril de 1937 se funda La Voz de la Esfera, pero es el 4 de Julio de 1939 cuando realmente arranca esta estación radial, conocida hasta nuestros días como Radio Continente; Radio Tropical: La primera señal experimental es lanzada al aire desde Turmerito, Estado Aragua, por los hermanos Bañúl.; Radio Rumbos: Nace el 2 de Diciembre de 1949, bajo la dirección de Luis Raymondi. Esta emisora tiene su origen en una compañía creada en el mismo año, con miras a explotar un negocio de publicidad. La radio sufre un fuerte golpe, no sólo en Venezuela, sino en todo el mundo, con la aparición de la televisión; que tiene la ventaja de conjugar los mensajes auditivos y visuales, los cuales le dan más pregnancia a la comunicación y más alta definición por la cantidad de datos que aportan al espectador.

HISTORIA DE LA RADIO EN VENEZUELA

La primera emisora en frecuencia Modulada (FM) que emite su señal en el país, es la emisora cultural de Caracas que sería la única estación radial FM, hasta 1985 cuando el gobierno nacional otorga concesiones para emisoras comerciales. A partir de 1988 nacen emisoras de radio especializadas a diferentes públicos según su edad o género musical de preferencia (Oslin, 1999).

Otro evento histórico dentro del contexto radial importante de reseñar, refiere al año 2005, en el gobierno del presidente Hugo Chávez Fría, cuando anunció la implementación de la “Ley Resorte”, donde se disponen medidas para regular las señales en radio y televisión, las mismas están sujetas a transmitir mensajes oficiales gratuitos y establecer la programación con base a horarios categorizados según el público al quien esté dirigido, así como minimizar los contenidos considerados para adultos tales como violencia, sexualidad. Desde ese momento, el medio de comunicación radial con el Gobierno Bolivariano ha dado un salto cuantitativo importante, ya que ha dejado de ser simplemente un medio de información y entretenimiento para plasmar un cometido social tras la creación de las emisoras alternativas y comunitarias. Tal como lo señala Florido (2007) es importante recordar que antiguamente en 2002, los usuarios y usuarias podían sintonizar apenas 15 emisoras de radio y 11 años después en Venezuela existen más de 300 emisoras alternativas y comunitarias inscritas en la Asociación de Medios Comunitarios Libres y Alternativos (ANMCLA), quienes se han convertido en un elemento imprescindible en este proceso”.

Para Oslin (1999) en Venezuela la creación de esta nueva figura radial se

le ha denominado “Radios comunitarias”, en América Latina, la variedad de nombres da cuenta de la riqueza de las experiencias, según Florido: “Radios públicas educativas en Bolivia, libres en Brasil, participativas en El Salvador, populares en Ecuador, indígenas en México”.



ANTECEDENTES DE LA RADIO EN VENEZUELA Y EL MUNDO

HISTORIA DE LA RADIO UNIVERSITARIA

La historia de la radiodifusión universitaria en Venezuela se inicia en la década de los sesenta cuando en varias de las instituciones de educación superior del país comienzan a gestarse proyectos para tal fin. La Universidad Pedagógica Experimental Libertador es la pionera en cuanto a la radio universitaria en Venezuela, se refiere. En 1958 la radio universitaria, da inicio en el Departamento de Pedagogía del Instituto Pedagógico de Caracas cuando se comienzan a producir programas de radio con interés educativo; sin embargo, en 1966 cuando se da inicio al uso de la radio como medio de aprendizaje, y la radio educativa es dictada como curso optativo por el Departamento de Tecnología. A finales de los 70, en el mismo Instituto Pedagógico se comienza el acondicionamiento de un estudio de grabaciones en el piso 11 de la torre docente, especialmente diseñado para dictar los cursos y realizar las actividades radiales inherentes; en 1990 es cuando se crea el Programa de Tecnologías de la Información y la Comunicación (PROTIC) el cual es el encargado a nivel nacional y regional de coordinar las actividades relacionadas a las tecnologías y especialmente a la radio

en los institutos pertenecientes a la UPEL.

La autora de ésta investigación afirma que a partir del año 2000, el PROTIC comienza a tomar auge en cada uno de los institutos y es cuando inician las actividades radiales en institutos como Mejoramiento, Instituto Pedagógico de Barquisimeto, Siso Martínez y en cuanto a actividades relacionadas con TV en el Instituto de Rubio.

En 1998 inicia sus actividades en el estudio de grabación del piso 1 del IPC la RADIOIPC y es en el año 2012 cuando se convierte en RADIOUPEL y es trasladada formalmente a la sede rectoral en Gato Negro. A mediano plazo se espera que RADIOUPEL se extienda en cada instituto con sus respectivos equipos e infraestructura necesaria para las transmisiones simultáneas y en circuito con la finalidad de informar a la comunidad venezolana acerca

de los diferentes proyectos, diplomados, cursos, eventos y actividades de orden académico, deportivo, cultural y social que se suscitan en el ámbito UPELISTA.



La RADIOUPEL cuenta con personal calificado y con una programación de vanguardia y se apoya en los servicios comunitarios en radio, Comisiones de radio en los 8 institutos, en el proyecto la RADIOUPEL va a la escuela entre otros. RADIOUPEL es coordinada y se apoya directamente en el Vicerrectorado de Extensión de la UPEL y en las Subdirecciones de Extensión de cada instituto a través del PROTIC.

Por otra parte, la Universidad de Carabobo no fue la excepción y desde entonces profesores y jóvenes estudiantes comenzaron a concebir la idea de poseer una emisora institucional ucista. Casi tres décadas más tarde, en 1992, se da el primer paso en firme con la creación de un prototipo mejorado de 40 vatios que posibilitó el inicio de las pruebas bajo la frecuencia de 94,9 MHz; de la primera referencia de emisora radial de la cual se tenga registro en la UC y que operaba entonces en la urbanización El Trigal Centro. El 2 de febrero de 1994, con el respaldo de la gestión del Rector Ricardo Maldonado, se crea oficialmente la Unidad de Medios y Comunicaciones Eléctricas mediante la Providencia Rectoral N° 14. Para este mismo año, el 29 de octubre se inicia un nuevo período de prueba de la FMUC, bajo la frecuencia 104,3 MHz. En el año 1995 el MTC-Conatel cambió la frecuencia anteriormente asignada de 104,3 a su dial actual 104,5 FM (Agudelo, 2008).

El 28 de septiembre de 1995, bajo la dirección del profesor Idelmaro Castañeda se inauguró oficialmente la Radiodifusora Universitaria 104,5 FM, con la Misión de constituirse en una herramienta generadora y transmisora de cultura en todas las áreas del conocimiento humano para fomentar la educación y por medio de ésta, el bienestar personal y comunitario. Luego de ocho años, Universitaria 104,5 FM, bajo la dirección de la Lic. Liliana Lozano, orienta su quehacer con la Visión de ser la primera emisora Cultural-Educativa del país, en cobertura,





programación, recurso humano, tecnología y auto gestión; dignos representantes de la Universidad de Carabobo y de los medios de comunicación del país, con proyección mundial. Continuar con la tramitación de la permisería pertinente y los trabajos de ingeniería que permitirán seguir ampliando la cobertura de Universitaria 104,5FM; constituye la meta más importante del equipo gerencial que lidera actualmente este medio de comunicación ucista, decidido a ser la referencia más importante en materia de radio cultural en la región central del país. Actualmente, la radio vista y comprendida desde la red tiene un alcance universal poco imaginado y el reto se concentra en transformar la estructura del medio.

En la súper autopista de la información desde el pasado año 2002, la radio Universitaria no sólo puede sintonizarse en la web a través del sistema de Real Audio Player en la dirección www.fmuc.umce.uc.edu.ve , sino que además desarrolla en la actualidad una serie de estrategias para potenciar la fórmula interactiva que impone hacer radio en la red. Historia, programación, equipos de trabajo, son algunos de los tópicos desarrollados hasta el momento en la página de Universitaria 104,5FM, la única de una emisora universitaria en el país y que se cuenta, incluso, entre las primeras emisoras venezolanas en poseer y administrar este recurso junto a circuitos tales como Unión Radio y FM Center. Además, antes de concluir este año 2003, la emisor ucista se convertirá también en la primera estación universitaria en poseer un enlace desde la página de la BBC de Londres (**Fuentes, s/f**).

IMPORTANCIA DE LA RADIO

La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales. El 13 de febrero se celebra el día de la radio, el cual fue declarado por la UNESCO en 2011 y aprobado por la ONU en 2012 en el cual se resalta la importancia de la misma como medio de comunicación masiva promoviendo la cooperación entre los diversos organismos de radiodifusión y resaltar la importancia de la libertad de expresión a través de las ondas.

En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se ven sin ser vistos, en la que se perciben espacios sin ser percibidos, en la que, sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas. La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio

ciego, pero también es, al mismo tiempo, un mundo a todo color. Lograr educar al hombre de modo que comprenda el papel que le corresponde en el desarrollo del país, dándole oportunidad de desempeñar ese rol con confianza y convicción mediante el proceso educativo y la comunicación social constituye un propósito trascendental. La radio no es un ente solitario abandonado, no es un juego de ociosos, la radio es un medio de comunicación social al servicio de la sociedad por lo tanto su producción debe necesariamente responder a los principios éticos establecidos en la Constitución Bolivariana de Venezuela y lo regulado por la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión (Cañizales, 2014).



LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) Y LAS CIBERRADIOS

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación representan un universo fusionado en dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación, constituidas por la radio, la televisión y la telefonía convencional y por las Tecnologías de la información, las cuales se caracterizan por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos. Las TIC son herramientas de soportes, de carácter teórico-conceptual que procesan canales, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de distintas formas. Según Cordero (2007) algunas tecnologías son la pizarra digital, el video beam, las computadoras personales o tablet, el blogs, el podcast y, la web. Las TIC son consideradas medios y no fines, en las aplicaciones educativas, es decir, son herramientas y materiales que permiten el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, de una forma tan diversificada que ha propiciado un nuevo modelo de radio convergente, la llamada radio en línea, que incorpora las peculiaridades comunicativas de la red y a la vez insiste en los conceptos tradicionales de distribución sonora, sea por ondas hertzianas, satélite o cable. La radio en la actualidad aborda una progresiva presencia en la red, estando en segundo lugar, tras los periódicos; por lo que se puede navegar por miles de emisoras



de todo el mundo en la Internet.

La cuarta dimensión radiofónica es más bidireccionalidad y eleva la capacidad de respuesta del usuario a un entorno favorable para que los usuarios naveguen en un sistema multimedia con radio en directo o no secuencial, mediante la exploración de enlaces y la selección de fragmentos (Cebrián, 2007). En este sentido, la ciberradio con multitud de páginas web de las distintas cadenas radiofónicas, ha transformado la programación generalista y especializada, lo que y ha generado cambios en los hábitos de consumo; se presenta una nueva expresividad bajo modelos de navegación escrita y sonora, enlaces hiperfónicos, y las adaptaciones de los géneros tradicionales.

La manera de comunicar e informar está evolucionando, la web radiofónica es más que radio en la Internet, la radio hoy día no tiene un sentido estricto, se basa en una emisión continuada, una programación estructurada sujeta a una temporalidad, una serie de informaciones escritas sobre diversos contenidos, apoyadas por imágenes y enriquecidas con material sonoro. La ciberradio incorpora elementos en la manera de concebir los contenidos internamente e incluye los podcasting, los audioblogs y otras manifestaciones interactivas, hasta llegar a ciberradios personales y ciberradios construidas por la sociedad civil (Cordero, 2007).

LA RADIO EDUCATIVA

El concepto de radio educativa es suficientemente amplio y genérico, bajo esta denominación se agrupan modalidades radiofónicas muy diferentes: instructiva, comunitaria, popular, formativa, entre otras. Estas modalidades parecen compartir un rasgo común y es que intentan alcanzar objetivos no comerciales y se orientan especial y directamente hacia una finalidad de carácter social (Merayo, s/f). Se hace necesario que la educación pública se abra y posibilite a través de la radio a nuevas formas de aprendizaje que generen un intercambio y comunicación entre todos los miembros de la comunidad educativa: alumnos, docentes, administrativos y comunidad, por lo que el proceso de aprendizaje se ve influenciado positivamente. El proceso de aprendizaje se fortalece con la participación de todos los actores de la comunidad educativa. La radio escolar propone un acercamiento a ella a través del aire: por un lado, difunde las realizaciones de los estudiantes; por otro, socializa los contenidos del aprendizaje escolar y los pone en contacto con la realidad social y cultural. A la vez, los alumnos se nutren de las voces y experiencias de su propia comunidad.



LA RADIO INSTRUCCIONAL

La cotidianidad de las TIC ha obligado a los actores en el ámbito educativo a plantearse nuevas propuestas de enseñanza y aprendizaje.

Es así, como que la radio surge como agente participativo en la escuela media, a partir de la multiculturalidad tecnológica y social sentando bases sobre las teorías constructivistas del aprendizaje. La misma consiste en llevar adelante metodologías de trabajo relacionadas con la dinámica radial en la que se involucre la comunidad educativa integrando las áreas curriculares y fomentando el trabajo colaborativo y cooperativo en los educandos.

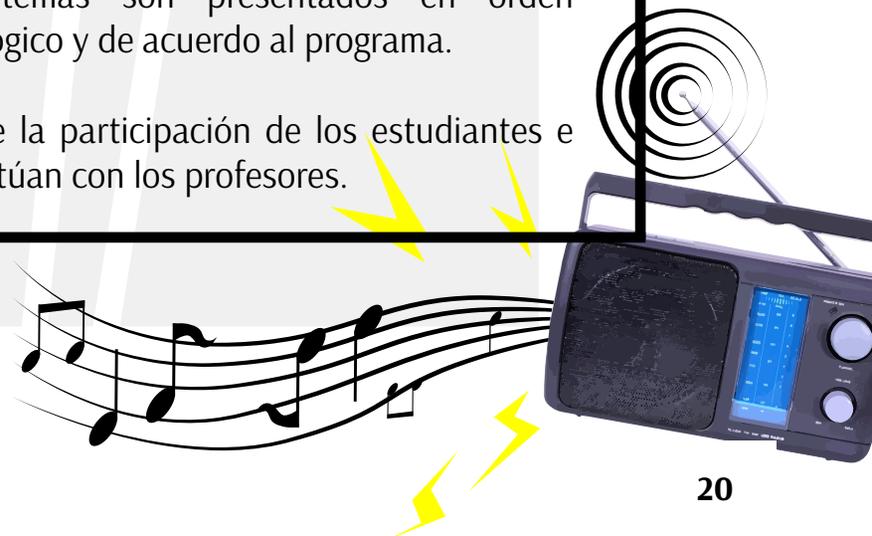
La utilización de los medios masivos de comunicación en la educación contribuye a enriquecer la práctica pedagógica, ampliando el uso favorable y beneficioso de las TIC.

Esta dinámica de trabajo no solo permite la elaboración de programas radiales sino que obliga a que el educando aborde ampliamente los saberes señalados por el programa oficial, de manera que se encuentre con el tema en forma global y pueda asumirlo o mirarlo desde diferentes puntos. Esta metodología no separa al estudiante de su desempeño formal exigido por los programas oficiales sino que en el cumplimiento de las exigencias programáticas se transforma en el principal proveedor de temas, problemáticas y búsquedas para la realización de los programas radiales en sí.

De conformidad con el planteamiento de Narodowski (2006) “el trabajo de la radio escolar no es en ningún caso una actividad complementaria, sino una opción distinta para el abordaje de la labor cotidiana del aula”. La invitación consiste en introducir la dinámica del trabajo radial a la labor del aula, diferente al uso que se hizo de este medio en las experiencias de clases y cursos a través de las emisoras tradicionales (Narodowski, 2006 citado en Szyszko, Neri y Cataldi, 2014).

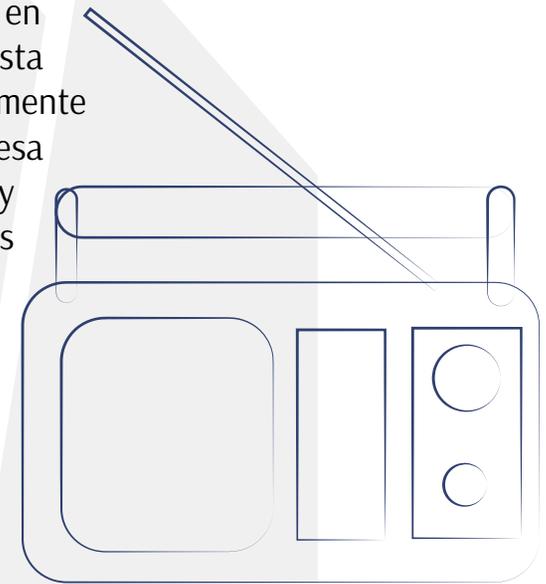
Cuadro 1. Semejanzas y diferencias de la radio escolar y la radio instruccional

Radio en la escuela	Radio instruccional
<ul style="list-style-type: none">• Programa educativo realizado por docentes, estudiantes y comunidad.• Se produce dentro de la institución educativa• Ofrece información sobre todas las materias que los alumnos ven en clases.• Las temáticas son varias y se ajustan a la necesidad del salón de clases o grado.• No importa la secuencia con la que se presenten los temas o contenidos.• Se realizan llamadas en tiempo real ofreciendo aclarar dudas y realizar participaciones por parte de la audiencia.	<ul style="list-style-type: none">• Programa educativo donde participan docentes y estudiantes.• Se produce dentro o fuera de las instituciones educativas.• Los estudiantes escogen temas interesantes que les pueden servir de ayuda a otros.• Se cumple con las exigencias de los contenidos programáticos o programas oficiales.• Los temas son presentados en orden cronológico y de acuerdo al programa.• Existe la participación de los estudiantes e interactúan con los profesores.



PASOS PARA CREAR UNA RADIO EN LA ESCUELA / MEDIATECA

Como la radio escolar es una potente y motivadora herramienta educativa que se usa en múltiples centros a nivel mundial, resulta necesario conocer los pasos para desarrollar esta herramienta en cualquier escuela. Montar una emisora de radio en un centro escolar es relativamente fácil. Se precisa de una sala que haga de estudio de radio que debe contar al menos con una mesa mezcladora de sonido con entradas para micrófono y de línea para sonido, unos micrófonos y auriculares profesionales y un ordenador con el software necesario y conexión a Internet, lo más importante es querer y ser abiertamente creativos. En cuanto al software libre se precisan los siguientes programas para Linux o Ubuntu: (a) Grabación y edición de sonido: Audacity; (b) Reproductor de música: Kaffeine; (c) Salida en directo por Internet: Ices2 (versión Linux de Icecast); y (d) Navegador web: Mozilla- Firefox.



Las anteriores serían las mínimas condiciones técnicas y varían de acuerdo a un programa de la computadora. Los 3 pasos básicos para montar una emisora en una escuela, proceso que además de requerir unas condiciones técnicas apropiadas, necesita una planificación exhaustiva en cuanto a la elección de los contenidos y la preparación de los docentes, estudiantes y comunidad.

Un ejemplo significativo de radios escolares en línea son: el programa “Desde el Aula” de “Radio Alfares”, se puede encontrar en el siguiente link: <https://iesotorrejocillo.educarex.es/radioalfares/>; en que además emite programas de información local los fines de semana al igual que “Radio Aula” por el siguiente link: <http://www.canalsur.es/radio/programas/aula-abierta/detalle/184.html>; como radio colaborativa. Asimismo, se colocan varios link de página web que presentan diversos proyectos para iniciar radios en las escuelas:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=jwdJXzytbQo;>
2. <https://radiopizarron.wordpress.com/acerca-de/proyecto-de-radio-escolar;>
3. [http://www.enlanubetic.com.es/2012/12/monta-tu-emisora-de-radio-escolar.html;](http://www.enlanubetic.com.es/2012/12/monta-tu-emisora-de-radio-escolar.html)
4. [https://sites.google.com/a/uji.es/la-oreja-radioactiva/home/fundamentacion.](https://sites.google.com/a/uji.es/la-oreja-radioactiva/home/fundamentacion)

En la mayoría de los colegios la emisora escolar sólo es utilizada para emitir música en los recreos. Sin embargo, con un poco de creatividad, se puede aprovechar el espacio para transmitir y reforzar contenidos en el aula de forma ágil y divertida.

1 La teoría:

Para poder iniciarse en la elaboración de programas de radio se debe manejar una serie de herramientas educativas. Los estudiantes deben conocer la teoría del medio y aspectos básicos de periodismo como: Historia de los medios masivos; Redacción básica; Lenguaje sonoro y Estructura de programas y cómo se hace un guión de radio (ver más adelante en la sección de Guionización)

Es clave que a través de este proceso, los alumnos descubran competencias comunicativas. Algunos serán más hábiles en actividades de locución, otros en búsqueda de información y otros demostrarán aptitudes para la música y la parte tecnológica. Lo importante es encontrar un grupo variado, creativo y comprometido con la emisora. Luego de aprender la teoría. Deciden qué tipos de programas quieren diseñar y la frecuencia de emisión.

2

Tipos de programa

Existen diversos formatos en radio que vale la pena tener en cuenta. A continuación se presenta algunos de ellos: (a) Espacios Informativos: Noticias, Debates, Entrevistas, Reportajes, entre otros; (b) Espacios Dramáticos: Radio-teatro, Cuentos y Leyendas; (c) Espacios Musicales; (d) Espacios Culturales: de Medio Ambiente, Temas Sociales, Temas Educativos; y (e) Espacios de Entretenimiento: Concursos, Juegos.

Los especiales temáticos resultan muy interesantes y se puede diseñar programas especializados en distintos géneros musicales. Un día los alumnos pueden buscar información sobre la historia del merengue y programar música alternándola con datos representativos. De igual forma, pueden reforzar temas vistos en clase: especiales periodísticos sobre salud sexual y reproductiva, drogadicción, tribus urbanas o temáticas que interesen a los jóvenes. Concursos para resolver problemas matemáticos, dudas gramaticales y consultas en el diccionario. Cada programa puede estar orientado por docentes expertos en distintos temas, quienes revisan los guiones, dentro de un ambiente de respeto por las ideas de los estudiantes.

Debe realizarse un Material de seguimiento con lo siguiente: (a) La Hoja de Emisión: informa sobre los programas que se ha de elaborar y sus características técnicas: tiempos, hora de emisión, responsables y tipo de programa; (b) La Hoja de Trabajo: permite conocer a cada grupo los programas elaborados y su tipología. Es una forma de controlar que todos los grupos trabajen más o menos lo mismo y que elaboren de todo tipo de programas; y (c) Hoja de Evaluación de Programas: es útil para recoger el resultado del análisis realizado por todos los alumnos/as sobre los diferentes programas. Es importante no olvidar establecer una programación con programas bandera que deben ser transmitidos a la misma hora y manejando los mismos formatos. Esto da sentido de identidad a la emisora y amplía la empatía con los oyentes. Para la creación de Podcast también se pueden consultar en la web <http://www.enlanubetic.com.es/>.

RADIO COMERCIAL Y RADIO COMUNITARIA

Existen distintas manera de clasificar a este medio de comunicación en función del fin que lo orienta o de su contenido y en este sentido se pueden establecer dos tipos: la radio comunitaria y la radio comercial. →

RADIO COMERCIAL

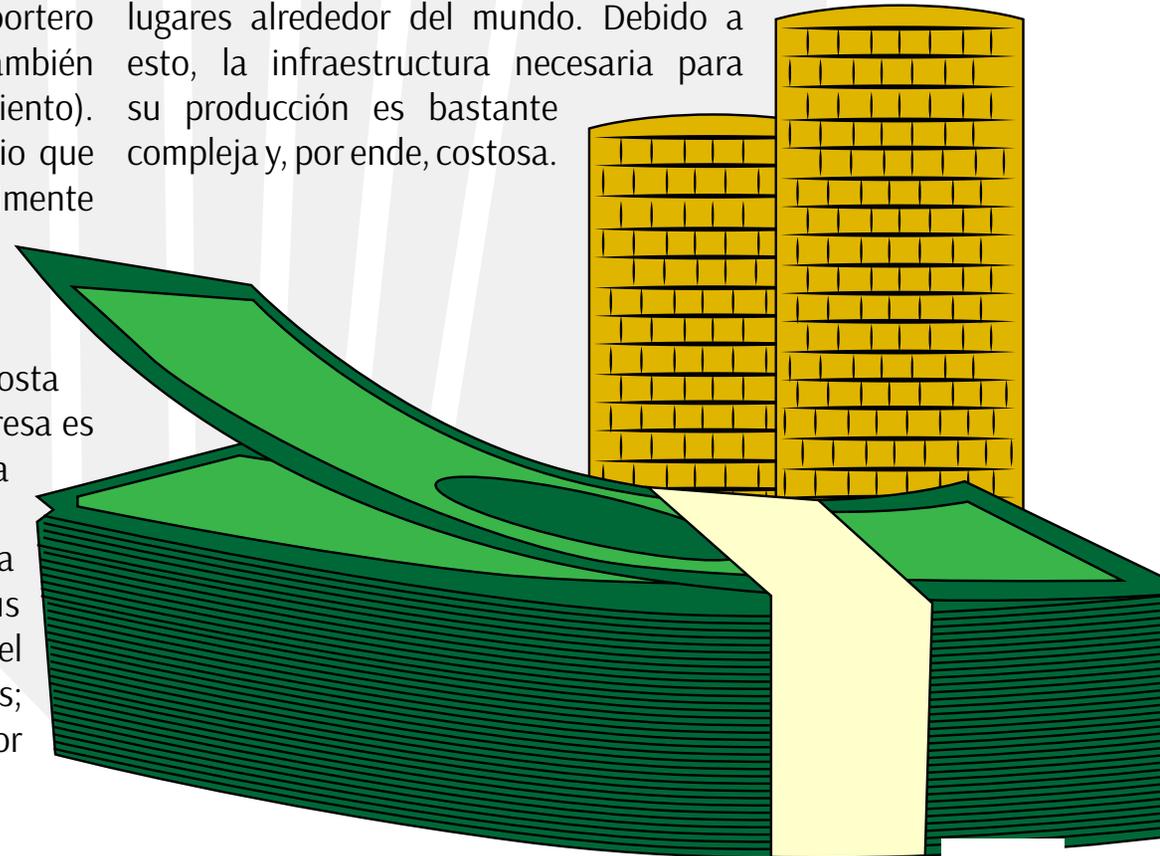
La radio comercial es el medio de comunicación/información por excelencia. (es rápido, y si lo precisa puede ser escueto). Al contrario de la radio afición, es un medio monodireccional siguiendo la línea “referente ___> emisor ___> receptor” sin posibilidad alguna (a no ser vía telefónica con el estudio difusor de la noticia) de ser el receptor parte activa. Es inmediato en su divulgación, transmite la noticia en tiempo real, según se está produciendo, con dependencia de la oportunidad del reportero (no necesita más que un teléfono o un transmisor, también llamadas unidades móviles, en el lugar del acontecimiento). La radio comercial es considerada una estación de radio que es propiedad de un ente comercial que debe adicionalmente ser apoyado por anunciantes y a diferencia de la radio comunitario tiene fines de lucro, pudiendo incluirse en cualquiera de las bandas (AM y FM).

El objetivo de una radio comercial es el lucro a toda costa sin importar que tipo de programa puede ser, lo que interesa es vender. Implantan hábitos de consumo que refuerzan la ideología dominante.

La radio comercial debe adquirir y transmitir una programación que cueste lo menos posible y maximizar sus beneficios ofertando a los anunciantes y patrocinadores el acceso al más amplio número de consumidores potenciales; en un mercado especializado, el objetivo es alcanzar el mayor número posible de consumidores de un tipo particular .

La lógica del sistema comercial es copar nuevos mercados y extender sus fronteras para competir e incluso minar el dominio del servicio público.

La radio comercial tiene como objetivo, unir comunidades grandes como ciudades o países enteros, e incluso se dan casos en los que, gracias a herramientas como la Internet, las emisiones de Radio Comercial son escuchadas en muchos lugares alrededor del mundo. Debido a esto, la infraestructura necesaria para su producción es bastante compleja y, por ende, costosa.



RADIO COMUNITARIA

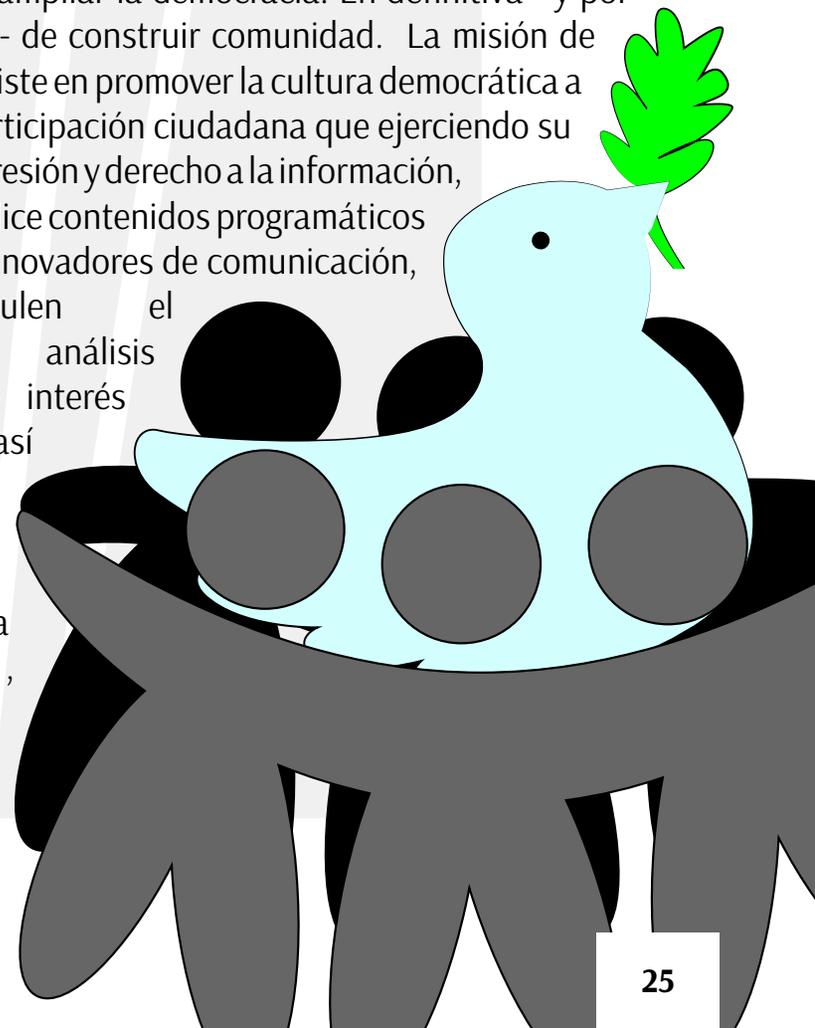
La radio comunitaria surge de los intereses compartidos por grupos organizados de ciudadanos; con el objetivo primordial de atender y satisfacer las necesidades de la comunidad teniendo además una orientación de servicio público sin fines de lucro

Una definición en torno a la radio comunitaria y a la importancia que devenga a la sociedad la establece Gerbaldo (2006) la radio es un medio de comunicación tan integrado a la vida contemporánea que es impensable imaginar situaciones cotidianas sin su compañía e información posee un valor incomparable, tanto para la información pura (noticias) como para la exposición de los problemas de la actualidad. Surge de los intereses compartidos por grupos organizados de ciudadanos; con el objetivo primordial de atender y satisfacer las necesidades de la comunidad teniendo además una orientación de servicio público sin fines de lucro.

En relación a la radio comunitaria y a las características que esta presenta señala Orlando (2010) su rango temático es amplio, dependiendo principalmente de la comunidad de origen. Generalmente se tratan materiales políticos, culturales y social mente relevantes para su rango de audiencia. Estas radios difusoras enfatizan la construcción de ciudadanía y el desarrollo de vínculos de identidad entre sus miembros.

La radio comunitaria de esta forma se establece no solo como un medio de comunicación sino como espacios donde confluyen los interés de la comunicad y esta desempeña un papel protagónico en el desarrollo de la programación pues es la radio la que servirá como punto de apoyo y promoción de los movimientos sociales.

Profundizando un poco más en lo relacionado a la misión y visión que orientan a la radio comunitaria indica proyecto radios comunitarias (2010). No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda las emisoras que así se denominan. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de conformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva - y por ello, el nombre- de construir comunidad. La misión de esta radio consiste en promover la cultura democrática a través de la participación ciudadana que ejerciendo su libertad de expresión y derecho a la información, proponga y realice contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación, que estimulen el conocimientos, análisis y asuntos de interés público, así como reflejar la diversidad de sectores de nuestra sociedad, permitiendo la pluralidad informativa.

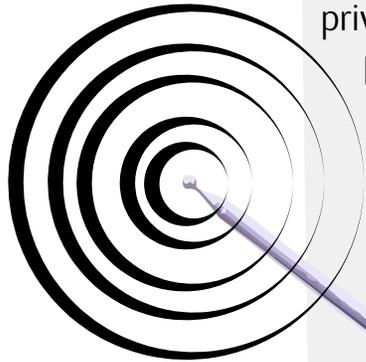


ARQUITECTURAS DE LAS ESTACIONES RADIALES

Como toda empresa, la radio pública o privada debe disponer de un buen espacio para funcionar, debido a los equipos que posee y garantizar la libre movilización de los usuarios y del personal técnico y más si se presentan averías, una sala de radio debe disponer más espacio que el resto de las salas por ello

pueden llegar ocupar hasta el 70% del espacio total disponible y más cuando se trata de invitados en grupos y se hace engorroso cuando son grupos o agrupaciones

musicales con sus propios instrumentos. Por ellos se diferencian las salas de radio, estudios de radio y cabinas de radio que se da nombre según el espacio que disponen, pero aun así no dejan de ser una estación o emisora de radio.



CARACTERÍSTICAS DE UN ESTUDIO DE RADIO

De la misma manera que en el mundo del vídeo se denomina estudio a las instalaciones donde se realizan programas, aun cuando existen dos lugares bien diferenciados dentro de los mismos (plató y sala de control), en la radio también es corriente referirse a dos espacios distintos con esa misma palabra. Estos dos espacios son el locutorio o lugar donde se actúa (locutor, entrevistador, grupos musicales, radionovelas, entre otras) y la sala de control desde donde se controla la grabación del programa. De acuerdo a lo anterior, las características del estudio de radio admiten configuraciones diversas ligadas a las variaciones de su tamaño. Existen estudios de todo tipo, desde los de reducidas dimensiones propios de las pequeñas emisoras de ámbito local con uno o dos locutorios, hasta los grandes estudios capaces de albergar a una orquesta con público espectador.

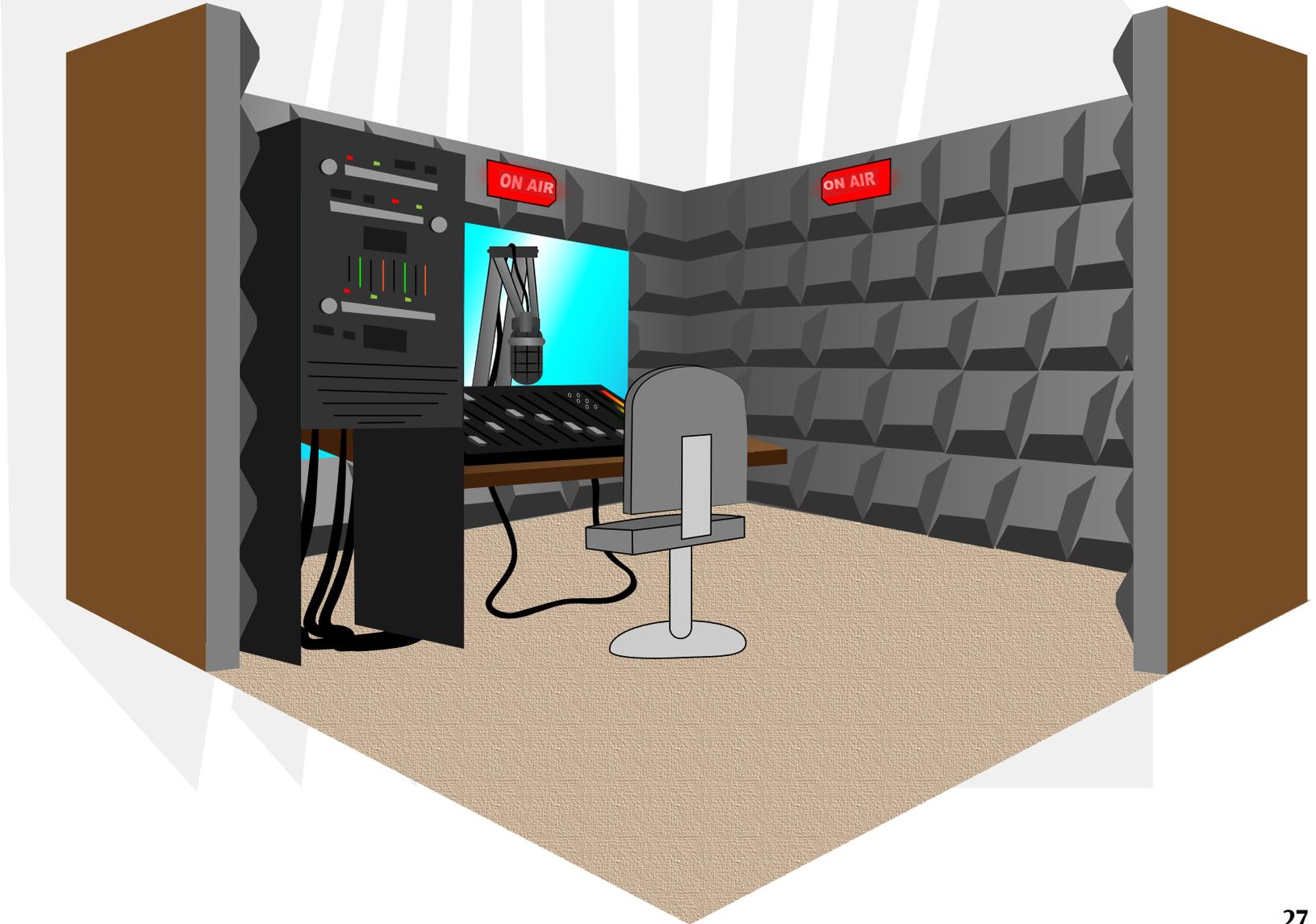
En todo caso, las emisoras de cierta importancia disponen, para la producción de programas, de varios locutorios que pueden trabajar simultáneamente. Intentemos una clasificación:



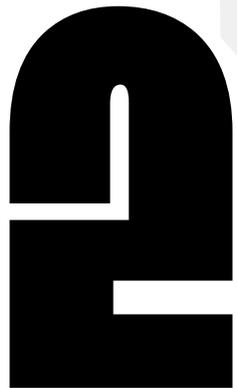
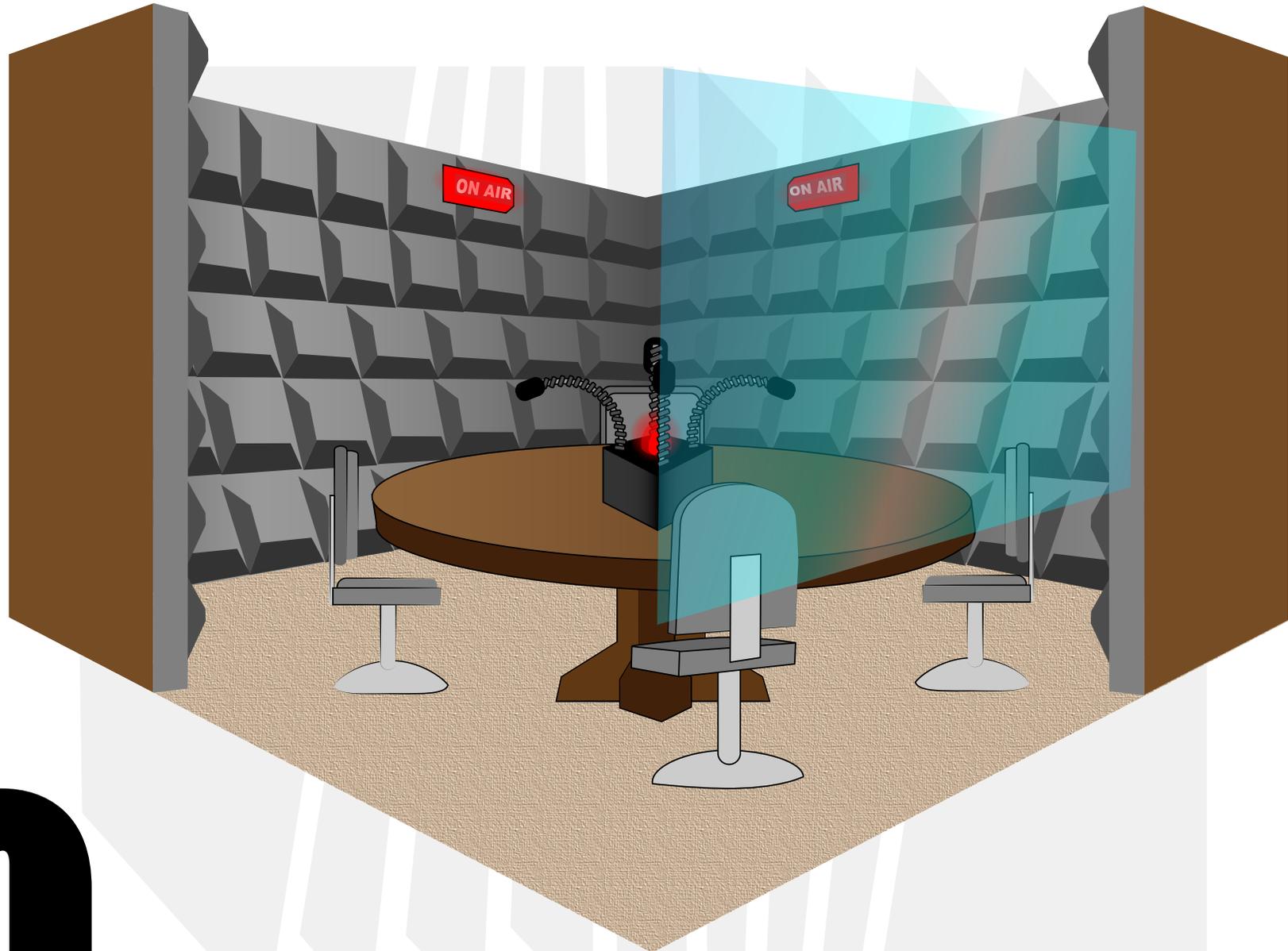
Clasificación de la emisoras de radio:

1

Estudios muy reducidos que son, más bien, una pequeña sala de control desde la que el locutor habla, introduce música e incluso puede mantener una conversación con un personaje entrevistado. Actualmente este tipo de estudios está muy en boga, sobre todo en las radios locales, comerciales y musicales, donde el propio locutor selecciona y coloca los discos, los programas grabados, introduce los temas musicales, etc.

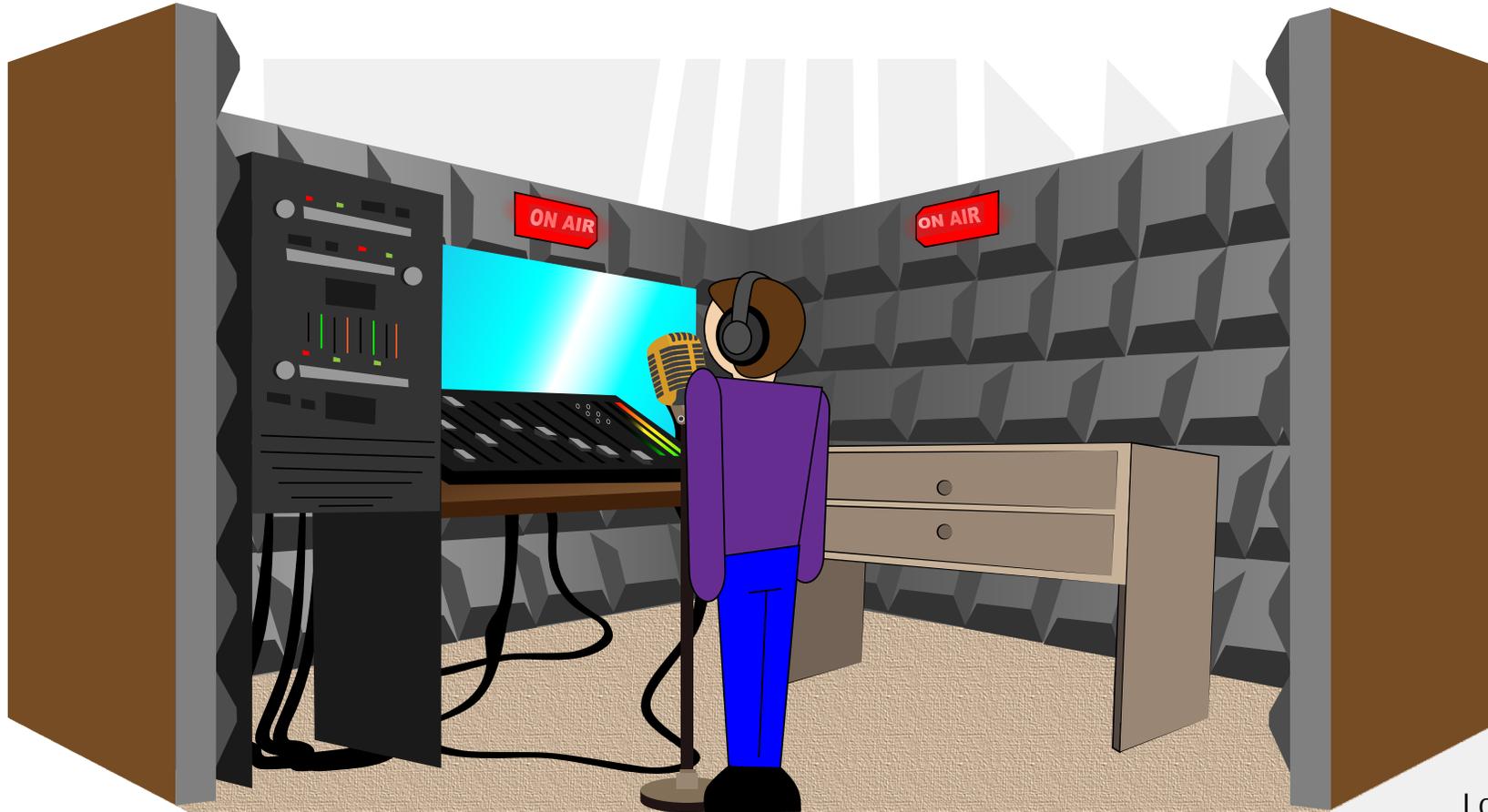


Clasificación de la emisoras de radio:

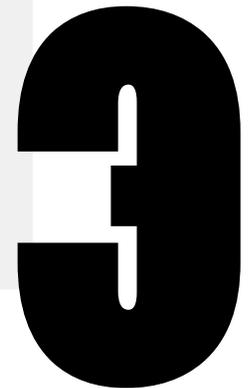


Los estudios de uso general, que suelen disponer de una mesa circular y de varios micrófonos. Es el tipo de estudio propio para la realización de entrevistas, conversaciones cruzadas, programas con varios participantes, etc.

Clasificación de la emisoras de radio:



Los estudios para dramáticos, radionovelas, teatro leído, etcétera. Su construcción permite la recreación de diferentes ambientes sonoros y suelen contar con equipos para la realización de efectos sonoros especiales, aun cuando, cada vez más, los efectos sonoros ambientales se introducen desde la sala de controles provenientes de discos o cinta magnética.



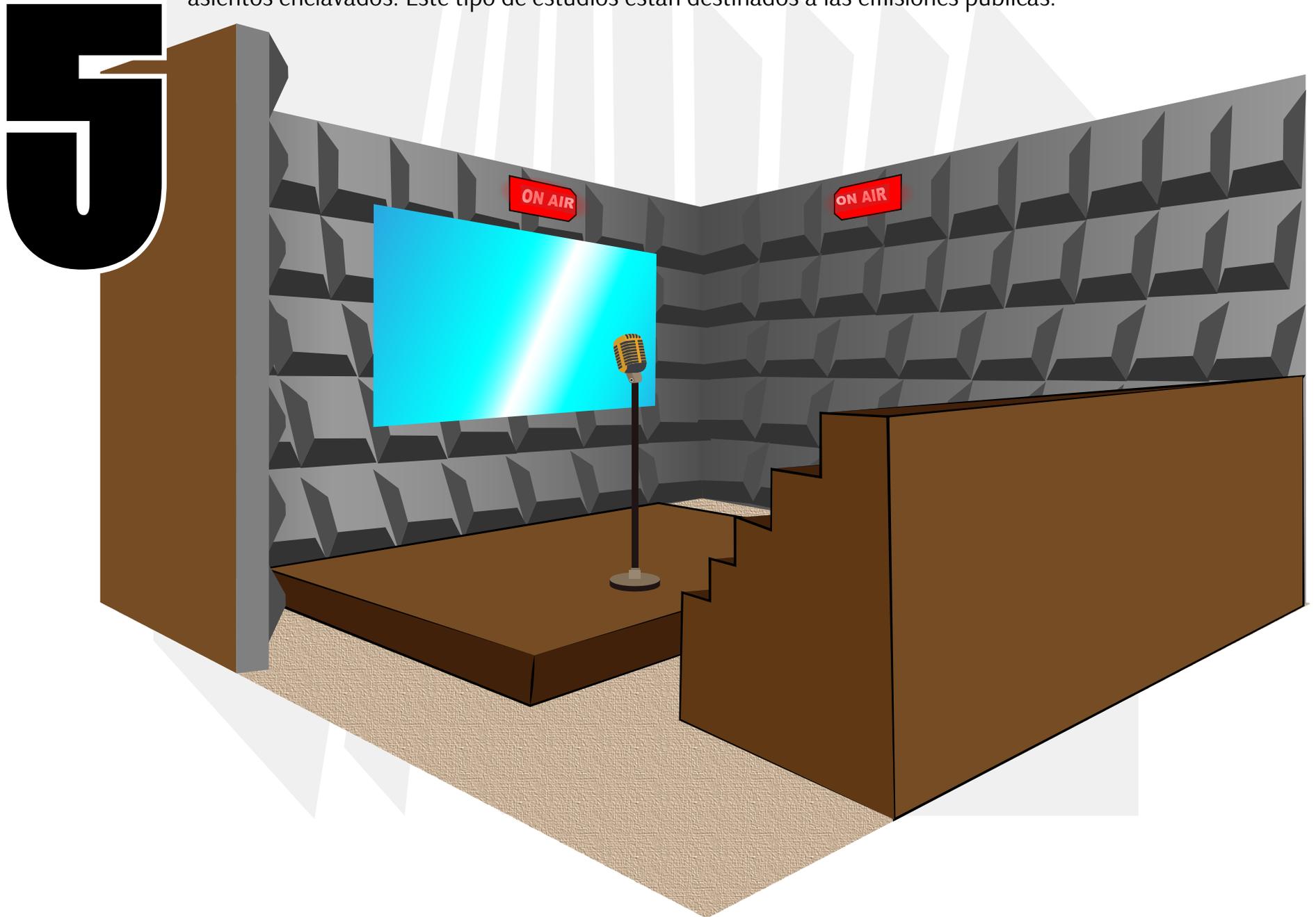
Clasificación de la emisoras de radio:

Los estudios musicales de grandes dimensiones aptos para la instalación de un grupo musical, de una pequeña orquesta, un cantante e incluso de público.



Clasificación de la emisoras de radio:

Los estudios de tipo auditorio que se asemejan a un pequeño teatro con escenario y asientos enclavados. Este tipo de estudios están destinados a las emisiones públicas.



La mayoría de los acondicionamientos especiales que requiere un estudio de vídeo pueden aplicarse, directamente, a los estudios de radio, hecha la salvedad de que el equipamiento preciso para el registro de un programa de vídeo (cámaras, iluminación, muebles, personal, etc.) es muy superior a lo precisado en una emisión radiofónica. De la misma forma, el personal fijo en el plató de vídeo no admite comparación con el que debe estar presente en el estudio de radio que se limita, por lo general, al imprescindible en la sala de control.

El estudio de radio ha de disponer de un perfecto aislamiento acústico que impida la recepción de sonidos procedentes del exterior. Debe estar situado en lugares que no reciban vibraciones producidas por el paso de vehículos pesados. En ocasiones, se emplean pavimentos flotantes para disminuir al mínimo las vibraciones y sonidos exteriores.

Las paredes, techo y suelo del estudio han de revestirse con elementos aislantes, moquetas, alfombras, etc., para eliminar las molestas resonancias y reverberaciones del sonido. La puerta de entrada ha de ser maciza y debe garantizar un cierre hermético.

Sería difícil cumplir las condiciones expuestas si el estudio dispusiera de ventanas; por tanto, al no disponer de ellas, tiene que preverse una instalación de aire acondicionado eficaz. No sirven los sistemas ordinarios. Los aparatos se instalan alejados físicamente del estudio, transportando el aire por caminos indirectos. De esta forma se evitan los molestos zumbidos que serían captados por los micrófonos. Como no se cuenta con iluminación natural, el grado de iluminación debe asegurar una cómoda lectura a los locutores y presentadores.

El equipamiento técnico preciso en un estudio de radio es muy limitado. En un locutorio de uso general suele bastar, como elementos de toma, con 3, 4 o 5 micrófonos unidireccionales. Para las salas técnicas, en cuanto a equipamiento los programas

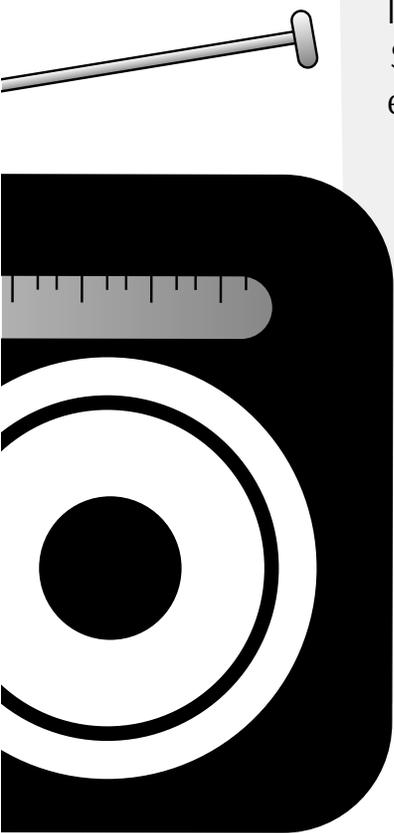
son complementados con aportaciones sonoras desde la cabina o sala de control. En ella concurren y desde ella se controlan todas las fuentes sonoras. En la sala de control se sitúan los técnicos de sonido y el director del programa. Desde allí se controlan las mezclas sonoras, se reciben las señales procedentes del exterior. Los programas efectuados en el locutorio son complementados con aportaciones sonoras desde la cabina o sala de control. En ella concurren y desde ella se controlan todas las fuentes sonoras (magnetófonos, giradiscos, reproductores de cuñas, líneas telefónicas y microfónicas, etc.). En la sala de control se sitúan los técnicos de sonido y el director del programa. Desde allí se controlan las mezclas sonoras, se reciben las señales procedentes del exterior o de otros locutorios, se cronometran tiempos, en suma, se efectúa el programa ya sea en directo o grabado.

Las emisoras importantes cuentan con diferentes estudios (locutorio y - cabina), seleccionándose la señal que aparece en antena desde una única sala de control central. Allí se sitúa el responsable del cumplimiento de la programación de la emisora. Cuando nos referíamos a la mesa de mezclas decíamos que podía considerarse como el corazón de una emisora de radio. Efectivamente, desde el mezclador se seleccionan las diversas fuentes sonoras, se regulan los parámetros de las mismas, se añaden algunos efectos especiales tales como efectos de reverberación y eco y se efectúa la mezcla de sonidos. Desde esta consola pueden mezclarse músicas diferentes, efectos sonoros con música, música con palabras, voces con voces, ruidos con voces, etc. El resultado final puede grabarse, enviarse directamente al transmisor o ambas cosas a la vez.

Para efectuar la mezcla de sonidos se procede al control de los mismos mediante los vúmetros que marcan las subidas y bajadas bruscas del nivel sonoro gracias a su extrema capacidad

de reacción a las variaciones de ganancia. Los vúmetros indican las variaciones de nivel por agujas o por pilotos luminiscentes. Las mezclas pueden ser de diversos tipos. Las más simples consisten en la selección de una fuente sonora que reemplaza progresivamente a otra. Las más complejas superponen simultáneamente distintas fuentes sonoras.

En radiodifusión es imprescindible la observación de los niveles máximo y mínimo de modulación, pues cuando el nivel es muy bajo pueden crearse dificultades de audición en lugares alejados de la estación transmisora. Si, por el contrario, el nivel es excesivamente elevado, pueden aparecer distorsiones en la reproducción del sonido; puede llegarse, en este caso, a sobrecargar el transmisor hasta el punto de producir averías. Para no transgredir estos límites, el técnico de sonido se sirve del vúmetro para los indicadores en los niveles de salida de la mesa de mezclas. Las desviaciones de la aguja o de los pilotos luminiscentes están adaptadas a las condiciones fisiológicas de estimación comparativa de los niveles sonoros para el oído humano. El vúmetro indica, también, la profundidad de la modulación sobre todo si se le adapta una escala que indique, según su variación, el porcentaje de modulación del transmisor. El técnico de sonido, actuando sobre los potenciómetros de volumen, consigue la no transgresión de los niveles de modulación.



Para que el técnico de sonido pueda regular los parámetros de la señal de audio el mezclador dispone de salidas para auriculares. Es corriente, también, que se disponga de una salida para alimentar un par de pantallas acústicas (monitores de control) En la cabina se ubica un micrófono de órdenes (línea de órdenes o de servicio y que permite la comunicación entre los profesionales de la cabina y los del locutorio. A través de esta línea puede coordinarse la entrada en el programa de componentes distintos a los que se encuentran en el estudio, así, por ejemplo, un locutor en el exterior de la emisora. Asimismo, pueden efectuarse contactos con otras emisoras en el caso de que se pretenda realizar un programa en cadena.

En la radio los códigos gestuales muy variados para facilitar la comunicación entre el director del programa y los participantes a través del cristal que separa ambos compartimentos. No existe un código normalizado de estos gestos pero exponemos una lista de las instrucciones más empleadas: Hablar más fuerte ¡Atención!, .Ojo! - Alejarse del micro ¡Entra! - Acercarse al micro Queda muy poco tiempo - Ir más despacio Paso a voz en off Ir más de prisa, entre otros.

Uno de los componentes grabados más comúnmente usados en radiodifusión es la publicidad. Las inserciones publicitarias en radio reciben el nombre de cuñas. Normalmente son grabadas en estudios especializados y las suministran las agencias publicitarias o los anunciantes aunque, en ocasiones, se graban en la misma emisora. Estas cuñas se reproducen en lectores automáticos o reproductores de cartuchos (a veces grabadores). Estos lectores se conectan a la mesa como cualquier fuente sonora y presentan la particularidad de que su funcionamiento comienza tan sólo con el movimiento del mando de volumen del canal que le corresponde. Al terminar la cuña se rebobina automáticamente quedando dispuesto para otra lectura. En la actualidad, los

lectores automáticos se utilizan en número variable, sincronizados unos con otros para dar lugar a combinaciones diferentes en la reproducción de cuñas. Actúan secuencialmente, facilitando el trabajo del responsable del programa.

En la grabación de dramáticos es frecuente el uso de cartuchos sin fin que mantienen fijo un sonido (generalmente un efecto sonoro) durante todo el tiempo que se desee. De esta forma se asegura el sonido de fondo si, por ejemplo, por cualquier motivo, llega a retrasarse una entrada.

En muchas emisiones radiofónicas se introduce sonido telefónico por parte de oyentes que participan en el programa o se efectúan entrevistas desde el estudio. En estos casos, se hace preciso instalar, en la mesa de mezclas, adaptadores de la señal telefónica para que esta fuente de señal pueda ser tratada como cualquier otra. Cuando interesa recibir llamadas telefónicas simultáneamente con objeto de que los comunicantes puedan hablar entre sí y con el mismo locutor, se debe recurrir a la colaboración de los servicios telefónicos para eliminar la posibilidad de interferencias de la estación transmisora en dichos servicios. Hay disponibles, también, dispositivos de retardo que posibilitan al locutor el cono cimiento de las llamadas con una cierta anterioridad lo que permite cortar a un comunicante difamativo o abusivo.

Todo lo referente a insonorización del locutorio es directamente aplicable a la sala de control. Cabe insistir en que no debe haber ningún tipo de comunicación sonora entre ambos recintos. La superficie acristalada será de doble cristal con cámara de aire y sujeción con masilla que evite absolutamente la transmisión de vibraciones.

TIPOS DE EMISORAS RADIALES

Intentar catalogar las emisoras de radio no es una tarea sencilla, sobre todo, por la multitud de tipologías que se podrían plantear. La propiedad, la programación, la forma de emisión, son algunas de las características aplicables. En este sentido, consideramos que es necesario adoptar un modelo para agrupar estos operadores, aunque hay que señalar que siempre se producirán excepciones que pueden poner en duda los criterios escogidos. No obstante, debemos indicar que con toda probabilidad no es suficiente un único elemento para crear la clasificación, sino que será necesario combinar más de uno. En el caso de la radio aragonesa, aunque este modelo también podría ser extrapolable a otros territorios, pensamos que se han de utilizar dos elementos para establecer una tipología válida para catalogar la radio de esta comunidad autónoma.

En primer lugar, señalamos que se han de diferenciar los centros que han recibido una concesión administrativa para emitir y los que lo hacen sin ningún tipo de autorización por parte de las diferentes administraciones. De esta forma, hallaríamos radios con licencia y sin licencia.

1. Radios con licencia: son aquellas que han sido autorizadas para funcionar por parte de las administraciones (central o autonómica, en el caso de España). A estos centros se les ha adjudicado un punto en el dial. Son concesiones realizadas por el Estado o los ejecutivos autónomos y tienen una duración limitada en el tiempo, aunque pueden ser prorrogadas, algo que prácticamente siempre sucede, salvo en situaciones excepcionales.

Dentro de las radios con licencia, observamos dos subtipos de emisoras: las públicas y las privadas. Como se puede ver, hemos combinado ahora el criterio de la pertenencia. Debemos señalar que el sistema de radiodifusión es propiedad del Estado que cede, en régimen de concesión, las frecuencias tanto a sociedades privadas, como a medios públicos (estatales, autonómicos, comarcales y municipales).

1.1. Públicas: son las que dependen de alguna administración. Observamos fundamentalmente cuatro: Estado, autonomía, comarca y municipio. No obstante, en Aragón no existen operadores que dependan del Gobierno de la región, por lo que solamente hallamos en el capítulo de radios públicas las dependientes de Radio Nacional de España y las municipales y comarcales.

1.2. Privadas: son aquellas gestionadas por una empresa privada. A nivel estatal, destaca el fenómeno de la escasa presencia de operadores que no están vinculados a grandes grupos mediáticos. Este aspecto todavía se acentúa más en Aragón, ya que no encontramos ni un solo

centro privado que se pueda considerar, en este sentido, independiente. Únicamente, tras la adjudicación de frecuencias por parte del Gobierno de Aragón en 1998, aparecieron Antena Aragón Radio en Zaragoza (89.7) y Pirineos Música en la localidad oscense de Castejón de Sos (101.7), pero ambas, posteriormente, acabaron vinculadas a Radio Intereconomía y a Onda Cero, respectivamente. Incluso la frecuencia zaragozana junto con el 98. de Ejea de los Caballeros, que en 1998 se concedieron a la sociedad Central Aragonesa de Producción y Medios fueron transferidas a Intereconomía Aragón mediante la Orden de 9 de julio de 2002 del Departamento de Obras Públicas, Urbanismo y Transportes del Gobierno regional, aunque previamente ya habían comenzado a emitir la programación de esta red estatal (julio de 2001). Por su parte, Pirineos Música desapareció en marzo de 2002, pasando a transmitir la señal convencional del operador de Telefónica.





2. Radios sin licencia: son aquellos operadores que emiten al margen de la ley, que no se les ha concedido ninguna frecuencia para funcionar. Se puede decir, que son redes que están fuera de la legalidad y que en cualquier momento, si las administraciones lo deciden, podrían verse abocadas a cerrar. De todas formas, estamos viviendo en un momento de tolerancia con respecto a este tipo de centros, aunque no siempre ha sido así. En Aragón se han clausurado a lo largo de los años tres operadores de estas características: Antena del Ebro (1982), Radio La Granja (1986) – aunque más tarde volvió a abrir- y Onda Vorde (1989). Asimismo, también hay que señalar que Radio Plegadero, situada en el Colegio Público “Galo Ponte” de San Mateo de Gállego, dejó de emitir al ser apercibidos de cierre y sancionados con una multa de 15.000 pesetas. El debate para la regulación de estas estaciones ha llevado incluso a aprobar, en las Cortes de Aragón el 17 de junio de 1998, la Proposición no de Ley núm. 92/98 impulsada por Izquierda Unida en la que se indicaba que en el plazo de seis meses debía quedar regulado “el acceso a la gestión indirecta del Servicio de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia por personas físicas o jurídicas sin ánimo de lucro con fines educativos o culturales, en función de los planes técnicos nacionales que se establezcan para este tipo de emisoras” (Boletín Oficial de las Cortes de Aragón, 29-061998).

Asimismo, hemos considerado que existe una clara diversidad en este grupo de radios que están fuera de la ley, que están en una situación ilegal. Observamos cuatro tipos de estaciones sin licencia: libres; culturales y educativas; asociativas; y comerciales sin licencia.

3. Radio libre: El término radio libre es un término amplio con el que puede referirse a distintos tipos de emisoras de radio, que lo único que tendrían en común es ser asociaciones independientes y sin intereses político-partidistas, sin fines comerciales/lucrativos (lo que las distingue de las radios piratas), esto le da libertad en su ideología. La radio libre se encuentra en la clasificación de Medios de Comunicación Alternativos No1

El avance en la tecnología ha logrado que la radio libre se pueda emitir por medio de Internet, logrando una emisión mundial. Pueden señalarse bajo el nombre de radios libres situaciones tan diferentes como: Una radio auto gestionada, dirigida por su personal; Una radio comunitaria, de servicio social; y una radio cultural, sin fines lucrativos.

3.1. Libres: son emisoras que no tienen ánimo de lucro, que funcionan mediante la auto gestión, que están al margen de cualquier grupo de presión (político y económico), son participativas y van en contra del monopolio y de la centralización de la comunicación (Manifiesto de Villaverde). Una variante de las radios libres son las alternativas, que no precisan de un funcionamiento asambleario.

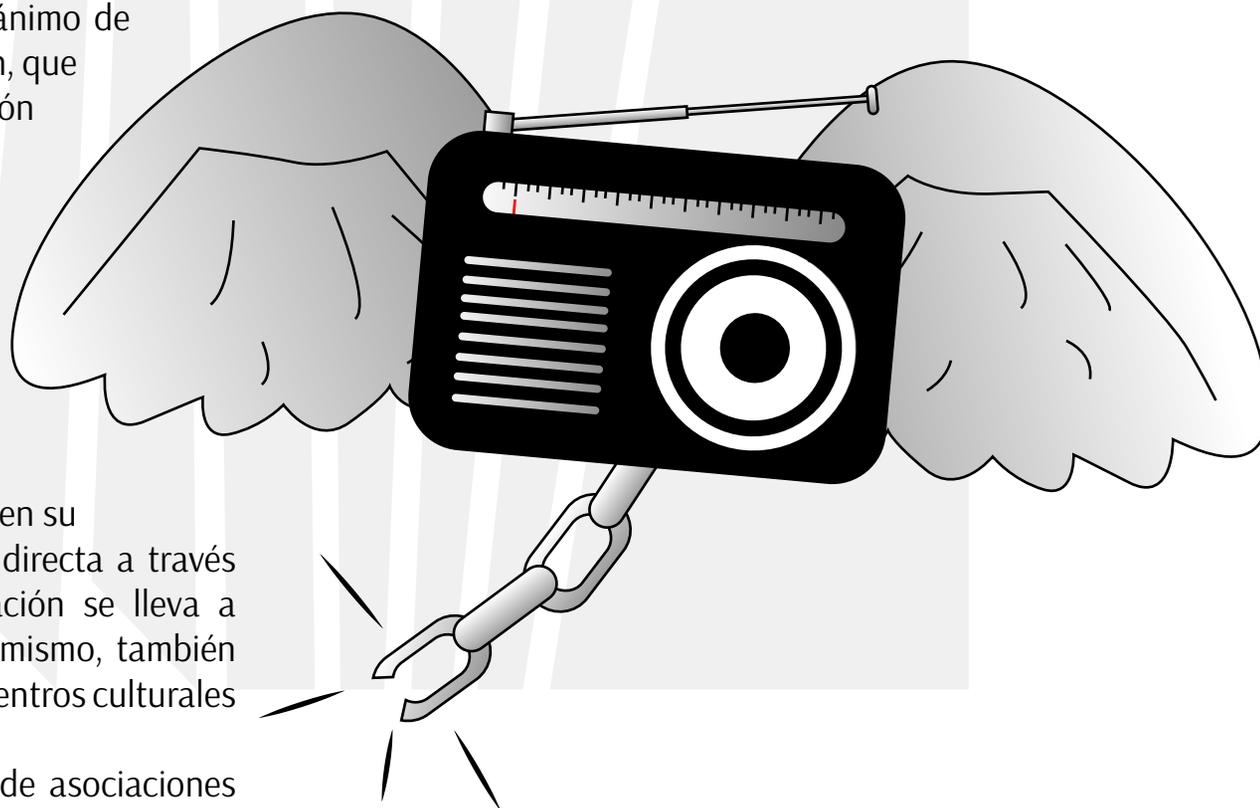
3.2. Culturales y educativas: son las que dependen de centros de enseñanza, si bien su administración puede no hacerse de forma directa a través de estas instituciones, aunque su financiación se lleva a cabo en su mayoría por medio de ellas. Asimismo, también incorporamos en este grupo las ubicadas en centros culturales y casas de juventud.

3.3. Asociativas: son las que dependen de asociaciones

y su funcionamiento puede ser o no de forma asamblearia. Estos centros se rigen por las ideas de la asociación a la que están vinculadas.

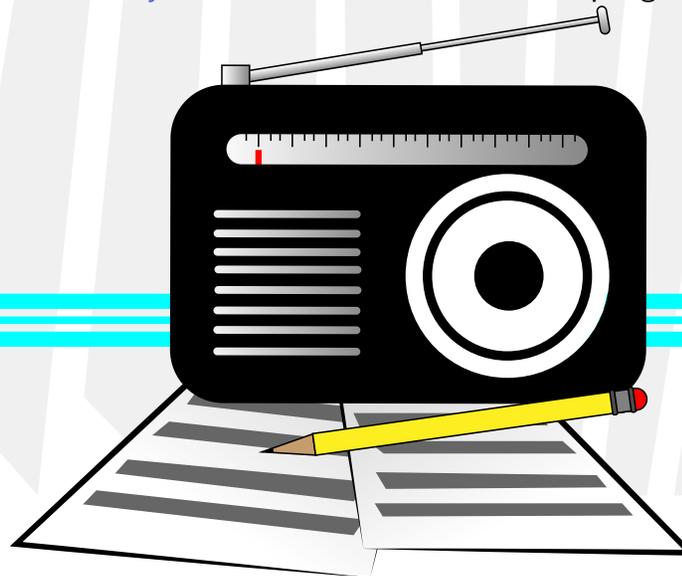
3.4. Comerciales sin licencia: son operadores que funcionan de la misma forma que las privadas con licencia, se financian con publicidad, pero emiten sin carecer de autorización administrativa.

Algunas de estas radios sin concesión intentan llegar a convenios con ayuntamientos para que éstos soliciten una licencia municipal y posteriormente se las cedan y, de esta forma, impedir que algún día puedan recibir una sanción por parte de Telecomunicaciones que les obligue a cerrar (Monitoréalo, 2017).



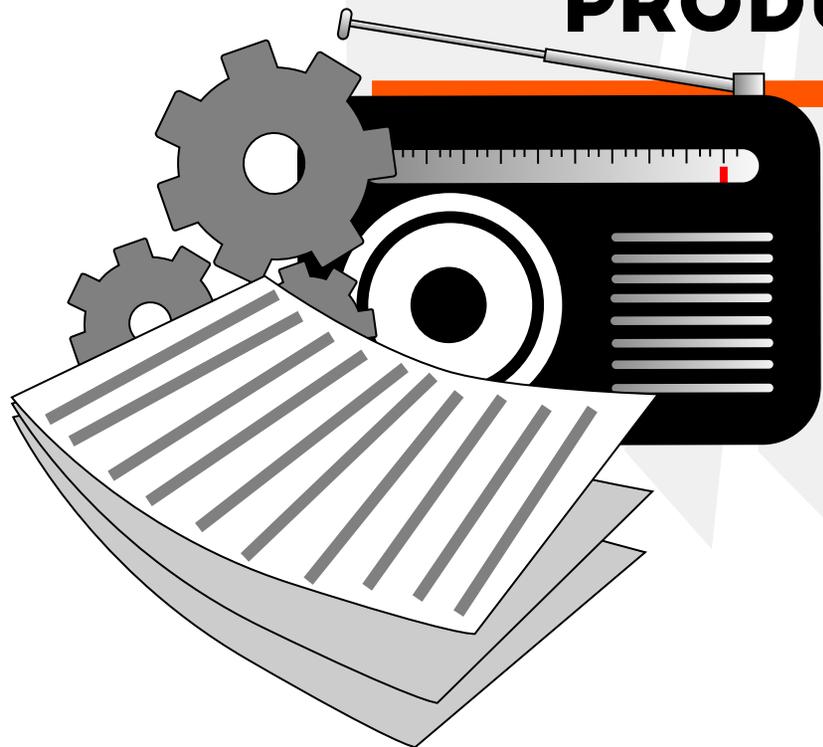
ACTIVIDADES SUGERIDAS

1. Reunidos en grupo, buscar información sobre tu comunidad: Edificios típicos, personajes característicos, escuelas de la zona, cantidad de habitantes, recabar información sobre las instituciones existentes en tu zona, ¿Cómo y cuándo se fundó tu barrio/comunidad? ¿Por qué tiene el nombre que tiene? ¿Preguntar a varias personas si escuchan la radio? ¿Cuál? ¿En qué horario? ¿Por qué? Una vez reunido todo este material, realiza un breve informe en el que cuentes como es la historia de tu comunidad. Más adelante lograrás montar un guión radial con esa información.
2. Realiza una línea del tiempo de la radio en el mundo, en Latinoamérica y en Venezuela.
3. Visita las siguientes páginas sugeridas: <http://www.youtube.com/watch?v=61Mt30319wg>; el Guion radial en http://www.youtube.com/watch?v=pN2bJsSv_cY; y, el tutorial: como hacer un programa de radio en <http://www.youtube.com/watch?v=5is3RkemMao>.



UNIDAD II

PRODUCCIÓN RADIAL



PRODUCCIÓN RADIAL

La producción radial se ejecuta en diferentes etapas de acuerdo con las actividades que se realizan quedando establecidos en tres: pre producción, producción y postproducción, no obstante, es importante señalar que dichas etapas se encuentran interrelacionadas por lo cual no pueden entenderse o concebirse de forma aislada.

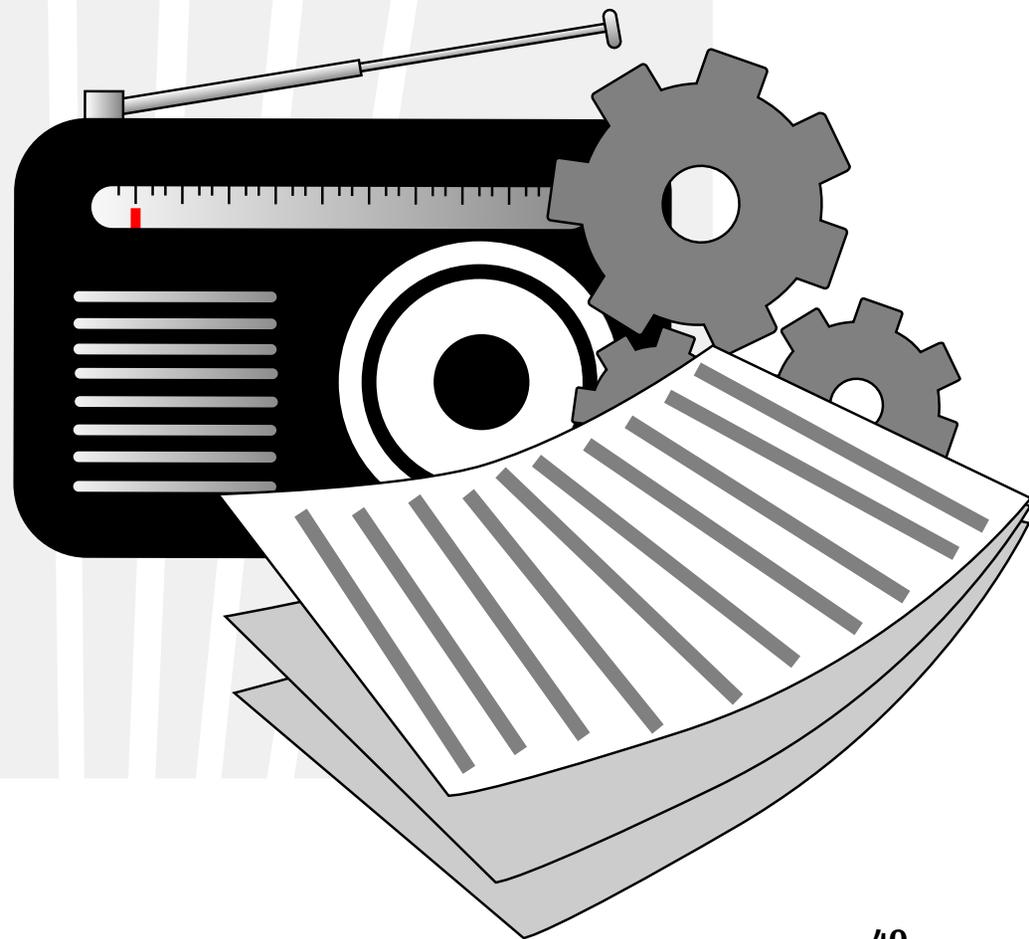
Etapas de la producción radial

Pre-producción: Es en esta etapa donde se establecen los puntos que definirán y guiarán el resto de las etapas de la producción radial; hay que determinar el tema y preparación del proyecto, proyecto de producción, sinopsis, creación de un documento que responda al ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? de una producción. Organización y asignación de tareas distribución de funciones y responsabilidades investigación recopilación de información, redacción de guiones. Hay que planificar todo esto tomando en cuenta los siguientes aspectos: El formato que encuadra y condiciona nuestro trabajo de producción, porque no es lo mismo producir para un informativo que para un programa de entretenimiento; El tiempo que dura el programa, y el horario en el que se emite; y la audiencia a la que nos dirigimos.

Es conveniente tener en cuenta sus características para dirigir la producción en función de ellas. Para eso tenemos que considerar las edades, los gustos, las opiniones, los hábitos, entre otros. Hay que partir de estas consideraciones generales para planificar la producción del programa, que además va a

estar en función del tema que queremos tratar y del modo y el punto de vista que vamos a ofrecer del tema, de las fuentes que vamos a elegir para desarrollar la temática.

De forma general puede establecerse que en la fase de pre producción se debe realizar una definición del proyecto que implica su descripción, su documentación, la selección de los materiales sean escritos y sonoros con su respectiva preparación.



Producción: Esta es la fase de la realización donde directamente en el estudio y con base en el guion desarrollado se realiza la grabación mientras que los locutores leen e interpretan los textos preparados en la fase anterior (Kaplan, 1978).

Por esto reviste de suma importancia la fase de pre producción que determinará de forma definitiva el éxito o fracaso de la producción radial.

Hay una serie de tareas que debemos cumplir:

- 1.El guión (a cargo del escritor o guionista).
- 2.Copiado del guión: tipado, revisión y corrección de la copia, impresión de las copias.
- 3.La dirección o coordinación general (a cargo del director o productor general).
- 4.La musicalización: selección de cortinas y fondos musicales (tarea del musicalizador).
- 5.La locución o actuación, a cargo del locutor (es) y actor (es).
- 6.La grabación de los sonidos (efectos sonoros, voces, música) y el mezclado, la edición sonora, a cargo del técnico operador.
- 7.El cronometrado o medición del tiempo, a cargo del asistente de producción.

Algunas de esas funciones enumeradas pueden concentrarse en una misma persona. Así, por ejemplo, las funciones de guionado y dirección pueden estar a cargo del guionista, si tiene tiempo, nadie mejor que el guionista para llevar adelante la

directriz de la salida al aire de su guion.

La musicalización, el manejo de los efectos sonoros y la dirección, también pueden ser llevadas a cabo por el operador o el musicalizador. La dirección, la toma de sonidos y efectos, y la medición del tiempo pueden estar a cargo del director u operador, siempre y cuando el tipo de programa no requiera de una medición de los tiempos muy estricta. En tal caso, deberá haber una persona a cargo de la medición. Sin embargo hay algunas funciones que no son convenientes fusionarlas en una misma persona. Por ejemplo, que una persona se ocupe a la vez de la locución y la dirección. A estas funciones, hay que agregarle la del productor general, que es el encargado de la coordinación general de la salida al aire, pero también es esa persona que está en los “pequeños detalles” como asegurarse de que haya agua en el estudio para los locutores, probar los micrófonos antes de la salida al aire, chequear que los casetes estén en puerta, que los CD no estén rallados, entre otros (Kaplan).

A partir de este repaso general por las funciones básicas que se ven involucradas en todo proceso de producción y salida al aire, podemos reparar en la importancia de la configuración de un grupo, que pueda asegurar el cumplimiento de algunas funciones básicas, como las de director o productor general, las de locutor, y la de operación. La mayoría de los locutores con la adquisición de experiencia aplican lo que es la improvisación. No es recomendable al iniciar en el mundo de la locución, pero aquí unas recomendaciones para iniciarse en este mundo:

Pautas para improvisar:

1. Claridad de objetivos. Conocer con precisión qué se quiere decir.
2. Asegurar la primera y la última frase. Atraer al comienzo y al cierre. Se puede echar mano al recurso de anotar una frase de apertura y otra de cierre, para poder improvisar con libertad en el medio de dichas frases, sabiendo de antemano cómo vamos a terminar.
3. Apoyarse en una ayuda-memoria. Escribir los conceptos y los datos que son más importantes, y que por lo tanto creemos que no pueden dejar de decirse.
4. Direccionar el trato al oyente. A quién le hablamos y cómo, remarcando cada tanto la apelación a los oyentes.
5. Prever las repeticiones, para utilizar sinónimos.
6. Tener referenciación física y direccionalidad visual, para concentrarse.
7. Atraer al comienzo y al cierre.

Post producción: En esta etapa se realizan los correctivos necesarios en el material desarrollado, de igual forma se realiza el montaje o edición de los elementos sonoros gestados en la etapa anterior. Se toma en cuenta lo siguiente:

Evaluar: Para Kaplun (1978) existen diferentes maneras de evaluar un programa de radio. Siempre es importante hacerlo

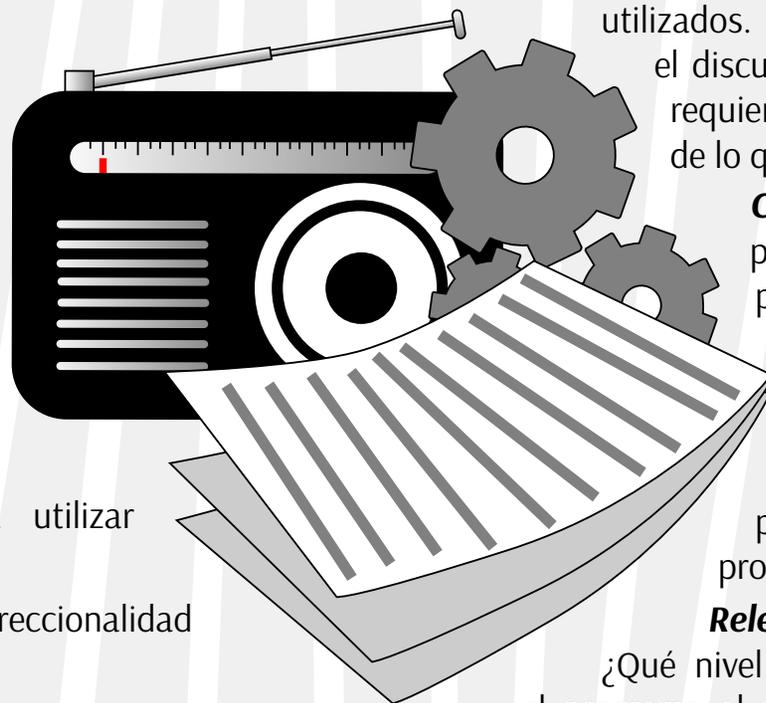
teniendo en cuenta las dimensiones comunicativas, culturales, y políticas del programa. Un modelo de evaluación que te proponemos es el ICRA. El nombre es una sigla, que define diferentes aspectos a tener en cuenta:

ICRA: Inteligibilidad: ¿Es entendible? ¿Para quiénes? Prestar atención al lenguaje, a la locución y a los formatos utilizados. ¿Qué supuestos están presentes en el discurso, y qué niveles de competencia se requieren para una adecuada interpretación de lo que se dice?

Coherencia: ¿Cómo se articula el programa con el proyecto de la emisora por la que sale al aire? El programa ¿tiene una identidad y una coherencia propia? ¿Cómo se integran y se desarrollan los contenidos durante la emisión? ¿Se cumplen los objetivos propuestos en la primera etapa (pre producción)?

Relevancia: ¿Es interesante el programa? ¿Qué nivel de importancia tiene? ¿Qué aporta el programa al proyecto de la emisora en la que se encuentra? ¿Qué aportes realiza a la sociedad en general?

Atracción: ¿Qué riqueza estética ofrece el programa? ¿Cómo trabaja los elementos expresivos del lenguaje radiofónico? ¿Qué criterios utiliza para seleccionar los contenidos? ¿Cómo atrapa, cómo seduce y cómo capta la atención del oyente? Con respecto a esto, tenemos que aplicar estos criterios a determinados elementos, que son los que tenemos que evaluar:



1.Contenidos: Los temas que tratan, la selección y dosificación de elementos.

2.Música: Observar que función cumple este elemento del lenguaje radiofónico. Es decir, si es utilizada para completar el sentido de lo que dice el locutor, si simplemente se utiliza para distender al oyente, o cómo relleno.

3.Formatos: Tener en cuenta cómo se trabajan y se desarrollan los formatos.

4.Locución: Observar si el estilo del locutor concuerda con el estilo del programa, si su LOCUCIÓN es clara y comprensible. Prestar especial atención a la realización de la lectura (Haye, 1995).

ROLES RADIOFÓNICOS

Los roles radiofónicos son las funciones específicas que cumple cada miembro del equipo de producción de un programa de radio. Como resulta lógico, no se trata simplemente de delimitar “culpas”, sino de establecer áreas de injerencia para que el grupo funcione lo más acertadamente posible y, así, lograr entre todo el resultado deseado: tener un buen programa de radio al aire. No hay un equipo de producción predeterminado, ya que serán la complejidad y el presupuesto quienes determinarán la extensión, las responsabilidades y el número de personas implicadas en el proyecto. Dependerá pues, básicamente, de la producción profesional o doméstica. En el caso de ser la producción profesional, el equipo que compondría un proyecto de tal envergadura estaría compuesto por las siguientes personas:

Productor Ejecutivo: Es quien aporta el capital, organiza y controla el proyecto. Puede ser tanto una empresa como una persona.

Productor: Es el máximo responsable de la organización técnica y de la administración del dinero. Puede darse el caso de que sea el propio gestor del proyecto o un ejecutivo que la empresa coloca como representante suyo.

Coproductor: Ejecutivo que representa a otras empresas que se asocian en la producción del proyecto.

Productor asociado: Empresa o persona que aporta capital a la producción con el fin obtener una ganancia. Generalmente no interviene en el proceso productivo.

Productor periodístico: Es el responsable de proveer de contenido al programa, al menos en lo que tiene que ver con las noticias.

Arma un listado de temas posibles a tratar, sugiere entrevistados, arregla las entrevistas (y luego las saca al aire), busca información, informa a los conductores, redacta, coordina el destino de los cronistas, los provee de datos, entre otros. Sus principales herramientas son: conocimientos específicos, conocimientos generales,



ingenio y una agenda de contactos. Desde luego, debe estar informado las 24 horas.

Asistente de producción: Generalmente asiste al Productor Periodístico, quien le irá indicando qué debe hacer y, en el mejor de los casos, cómo debe hacerlo. Ya sea porque tenga un buen o mal ejemplo delante, el Asistente de Producción debe estar con la mente, los ojos y los oídos muy abiertos para aprender (absorber) y entender (procesar) cómo hacer (y no hacer) radio.

Productor artístico: También se ocupa del contenido, pero más vinculado a lo musical (buscando cortinas que acompañen una determinada noticia), la edición (de informes, spots humorísticos, entre otros.). Puede ser el responsable de la artística del programa, si es que esto no hay un Departamento Artístico en la radio.

Productor comercial: Desde luego, es el encargado de conseguir auspicios para el programa. Su labor muchas veces se entrecruza con el resto de la producción, ya que cada vez es más común el armado de secciones, juegos o segmentos a medida de los auspiciantes que consigue. Por este mismo motivo, su trabajo es cada vez más creativo.

Director de producción: Es el delegado del productor ejecutivo, cuando una producción adquiere tal envergadura que lo requiere. Puede asumir la gestión administrativa.

Jefe de producción: Es el responsable de la etapa de rodaje.

Ayudantes de producción: Una parte de ellos se encarga de mantener los contactos con el equipo para materializar los problemas y las necesidades de los diferentes departamentos de trabajo. La otra parte trabaja con los materiales y los proveedores ayudando a preparar los decorados a los encargados de ello.

Secretario de producción: Ejecuta las labores administrativas propias de la producción.

Auxiliares de producción: Se ocupan de proveer las necesidades urgentes que surgen durante la grabación.

Secretario de administración: Ejecuta las labores propias de la administración y de la contabilidad.

Contable: Responsable de la administración y de la contabilidad diaria de la producción. Se encarga de pagar a los proveedores y al personal.

Asistentes y enlaces de grabación en exteriores: Es el conjunto de personas preferentemente de la población o localización dónde tendrá lugar la grabación, que se contratan por su conocimiento del entorno para la resolución de los problemas que puedan surgir durante el trabajo.

Guionista: su función es elaborar los contenidos del guión de acuerdo con la idea general del director. Realiza el guión literario y el técnico.



Locutor: Es uno de los dos roles radiofónicos que necesita título habilitante porque, de hecho, además de ser un rol, con sus respectivas funciones y responsabilidades, la palabra locutor también define a una profesión, como médico, profesor, abogado, odontólogo, entre otras. No es locutor el que quiere, sino el que cursó una carrera y, mediante un examen habilitante, recibió una credencial y su correspondiente matrícula profesional.

Lo que sigue, es un extracto de la Resolución 141/90, el Régimen de Locutores, que fija sus funciones y atribuciones.

Funciones del locutor: Cualquiera sea la forma técnica de emisión (vivo, grabado, filme, VTR, V.C., entre otros.) competen al locutor las siguientes funciones:

1. En forma exclusiva:

Presentar programas y anunciar los números que los integran. Presentar y efectuar el enlace de continuidad en los informativos de radio y noticieros de televisión.

Conducir con su relación oral la continuidad de cualquier programa que se emita a través de la radiodifusión.

Difundir avisos comerciales, mensajes publicitarios o de propaganda, de cualquier naturaleza, promocionales, institucionales y comunicados.

Difundir boletines informativos, noticieros, noticias aisladas o agrupadas.

Realizar la locución y/o doblajes publicitarios de fílmicos, videocasete (VC), videotapes (VTR) u otros elementos técnicos que lo reemplacen.

En los mensajes publicitarios fílmicos, videotapes, sus similares o reemplazantes y en función de la imagen, podrán

participar en la realización voces de actores que carezcan de la habilitación de locutor, pero no podrán mencionar la marca del producto, ni señalar sus bondades, de modo tal que el mensaje respectivo culmine siempre con la intervención del locutor profesional (Haye, 1995)

2. Sin que sean exclusivas.

Difundir relatos y misceláneas, artísticas, prosas o versos. La figura protagónica del programa podrá participar en la animación del mismo, función éste comprende difusión de narraciones o relatos glosas o comentarios sobre el contenido de los números del programa o sus intérpretes así como cualquier otra referencia especializada que sea menester, siempre que no invada las funciones exclusivas determinadas. Realizar entrevistas y reportajes.

Sonidista: se ocupa de los equipos de sonido necesarios de acuerdo con los requerimientos del guión técnico.

Continuista: es el responsable de la coherencia entre toma y toma. Tiene que tener en cuenta las posiciones de los actores, los gestos, la ropa y el peinado al momento de cortar cada toma, para respetar las condiciones con que se va a empezar la siguiente.

Editor: una vez terminadas las tareas de rodaje, va a ser quien edite y monte el material que se registró para realizar la pieza audiovisual definitiva, siempre respetando las indicaciones del director.

Cronista: Una vieja frase que define perfectamente este rol es “los ojos de la radio”. El cronista, también conocido como movilero, es el que se presenta en el lugar de los hechos para hacer un relevamiento de la noticia: recaba información, habla con testigos, observa el lugar de los hechos, recoge testimonios.

Columnista: El columnista es un periodista especializado o un profesional con capacidad demostrada de comunicación que se dedica a difundir información y análisis sobre un área determinada de conocimiento. Así es como hay columnistas de deportes, economía, política nacional, política internacional, cocina, espectáculos, entre otros. Su salida al aire suele ser regular, teniendo generalmente una frecuencia diaria o semanal.

Conductor: Frente al oyente, es la voz del programa, la “cara” que lo identifica. Los radioescuchas no tienen idea de si efectivamente se trata de “el dueño” del programa o es un mero empleado de la radio/productora, no les importa: el conductor pone su nombre, su voz y es el que, al menos aparentemente, lleva las riendas del programa. Internamente, el conductor es el responsable de articular al aire los distintos momentos (secciones, climas, ritmos) del programa. Es quien presenta a los columnistas, el que da paso a los cronistas, también el que introduce y cierra las entrevistas (si es que no hace de entrevistador), entre otros.

Co-conductor: Es quien acompaña al conductor a lo largo del programa. Lo secunda, es su partenaire, asistiéndolo en la articulación de las secciones, incluso teniendo sus propios momentos de gloria, pero sin opacar a la

voz del ciclo.

Coordinador de aire El coordinador de aire es el encargado de ir armando el programa durante la emisión, informando y coordinando con los conductores, el operador técnico y la producción.

Todo programa parte de una estructura básica, plasmada en una grilla. En ella, se deja asentado qué secciones se van a realizar y en qué orden, dentro de cada uno de los bloques. Pero la grilla es simplemente una orientación, dado que durante la emisión irán surgiendo innumerables dificultades que habrá que resolver y sortear: comunicaciones telefónicas que no se concretan, móviles que se cortan, temas musicales que saltan, noticias de último momento que hay que cubrir, entrevistas que se dilatan más allá de lo previsto, entre muchas. En definitiva: hay múltiples factores que van a ir afectando esa grilla original, por lo que el coordinador irá redefiniendo, reorganizando, incluyendo y excluyendo contenido del programa. El coordinador escucha el programa mientras sale al aire (para corregir niveles de cortinas, bajar un audio inentendible, matar una entrevista plomo, entre otras.) y, al mismo tiempo, lo va pensando 1, 2, 3 minutos más allá (para poder pedirle a producción que vayan poniendo en línea a un entrevistado, indicarle al operador qué artística va a ser necesaria, avisarle a los conductores que se preparen para pasar a tal o cual sección), entre otros.

El coordinador es velocidad de decisión y tranquilidad, porque tiene que tomar decisiones en el momento, evaluando todas las variables involucradas, imaginando soluciones y manteniendo la calma para poder pensar y, al mismo tiempo, ser la contención psi de los conductores (quienes, al ver a un coordinador en pánico, entrarían en crisis).

GÉNEROS RADIALES

Hoy día, aún resulta tema de debate la clasificación de los géneros radiales, los cuales no son más que productos que responden a ciertas características bien sean dramáticas, musicales o periodísticas estos estarán condicionados o determinados por su formatos que no es más que el molde que le da forma.

Géneros radiales y claves para la redacción

En el ámbito de los formatos radiofónicos podemos mencionar a los de mayor difusión; musicales y hablados, estos últimos son considerados los más importantes, ya que nos permite expresar ideas, sentimientos e inquietudes transmitiendo mensajes; pero sin dejar de lado el apoyo de la música como un complemento infalible. Por ejemplo, para escribir programas radiofónicos podemos hacerlo:

1. En forma de monólogo: Este formato es frecuentemente realizado a través de la charla radiofónica individual (unilateral). La desventaja en algunos casos es que puede resultar monótona.

2. En forma de diálogo: Para hacer amena una plática es indispensable la participación de dos personas como mínimo (pueden ser cuatro, seis, ocho o diez) En este tipo de programas, están incluidos algunos géneros entre ellos: La entrevista, la mesa redonda, el

radio-periodico, el reportaje y otros, como hace mención el investigador en comunicación Kaplún.

3. En forma de drama: Es una variante dentro la forma dialogada, debido a la necesidad de utilizar varias voces, fundamentalmente se desarrolla una historia, una anécdota, una situación concreta con personajes dramáticos, con el nombre de actores y actrices

Para todo este tipo de actividades, es necesario tener conocimiento profundo sobre las características de los mismos y contar con todos los recursos técnicos y humanos posibles para que un programa radiofónico genere expectativa en los públicos radioescuchas, cautivando audiencias de vastos sectores (Kaplun, 1978).

Ante el gran abanico de posibilidades a la hora de diseñar y planear un producto radial, cada vez nacen más propuestas y en muchas ocasiones creemos que determinado producto no encaja en alguna clasificación. Un casillero con la puerta abierta, está disponible para llenarlo de cuantas formas se nos ocurran, incluso combinando unas con otras. Lo mismo ocurre con los



géneros radiales, pues resulta que un mismo formato puede dar para ser dramático, periodístico o musical, o los tres al mismo tiempo, esa es la riqueza y potencialidad de la radio. En radio se clasifican los géneros desde tres perspectivas: el modo de producción de los mensajes, la intencionalidad del emisor y la segmentación de los destinatarios (Haye, 1995).

Según el modo de producción de los mensajes

Aquí aparecen los tres grandes géneros de la radiodifusión, en que habitualmente se ordenan los tipos de programas que transmitimos:

- Género
- Dramático
 - Periodístico
 - Musical

Según la intención del emisor:

Los objetivos de los productores dan lugar a un segundo ámbito de géneros:

Género

- Informativo
- Educativo
- De entretenimiento
- Participativo
- Cultural
- Religioso
- De movilización
- Social
- Publicitario

En esta casilla tendremos tantos géneros como intenciones queramos plantearnos. No son excluyentes, de manera que un mismo programa puede tener finalidades educativas y de entretenimiento. La finalidad publicitaria se relaciona, naturalmente, con el aspecto lucrativo de las cuñas o los espacios vendidos (Haye, 1995).

Según la segmentación de los destinatarios:

Tomando en cuenta los públicos a los que prioritariamente se dirige un programa, podemos hablar de:



Género

Infantil
Juvenil
Femenino
De tercera edad
Campesino
Urbano
Sindical

Se en tomará en cuenta el público y objetivo, tomando en cuenta la edad, el sector social, el género, la lengua. Es el target de nuestro programa. Existirán tantos géneros como intenciones se tenga al momento de transmitir, por lo cual los podemos encontrar fusionados por lo cual no son excluyentes. Definamos algunos de los géneros usados en radio (Kaplun, 1978).

Género Dramático

El drama a pesar de ser considerada ficción, se inspira en hechos reales y en lo que podría llegar a suceder, por lo cual a pesar de estar en terreno de la imaginación las acciones que se transmiten deben ser verosímiles. En este sentido destacan distintos formatos en el género dramático tales como:

Teatral: donde la fuerza de esta producción está determinada por el diálogo y acción entre los personajes; destacan en este caso las radionovelas, series, sketches cómicos, entre otros.

Narrativa: Cuando la importancia recae sobre las evocaciones que causa el narrador. Corresponde a este formato: cuentos, leyendas, mitos, fabulas, chistes entre otros (Haye, 1995).

Genero Informativo

El género informativo está vinculado con la realidad es decir, con hechos concretos y tiene que ver con la forma como se presenta una información; por lo cual debe documentar el acontecer de una comunidad u sociedad con información verídica del acontecer. Entre los formatos informativos que se pueden destacar:

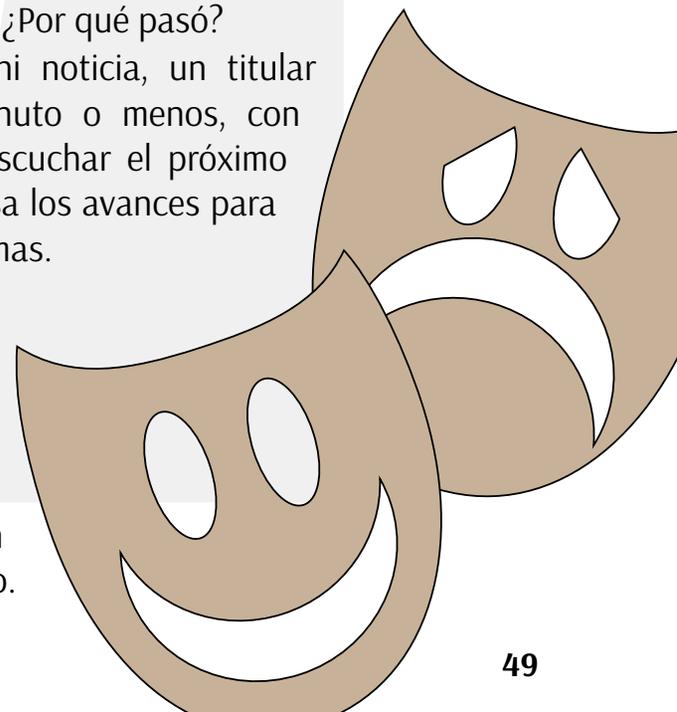
Flash y boletín: Es el adelanto breve de una noticia. Y se lo presenta en el marco de un boletín informativo

Boletín informativo: Es una recopilación de noticias, se suele hacer en las horas en punto, dura de dos a cinco minutos. Es el resumen de las noticias sobresalientes, informando las 2 o 3 noticias que van variando cada hora. Sirve para mantener a la audiencia informada durante todo el día. Se nutre de las noticias

Noticia: Es la información básica que queremos transmitir, teniendo en cuenta ¿Qué pasó? ¿Cómo pasó? ¿Dónde pasó? ¿A quién le pasó? ¿Por qué pasó?

Avance: es una mini noticia, un titular ampliado. Dura un minuto o menos, con el avance se invita a escuchar el próximo noticiero. También se usa los avances para promocionar los programas.

Noticiero: Es el más usado en las emisoras, es el espacio para tratar las noticias importantes dentro de su contexto, con un comentario más largo.



Los hay a la mañana temprano, al mediodía, a media tarde y a la noche.

Edición especial: Se realiza cuando hay algún acontecimiento especial o en fines de semana, para recoger los hechos más importantes ocurridos durante la semana.

Género de Opinión

En este género se toma posición, es decir se sostiene y explica las ideas; revelando de esta forma la orientación y postura de la radio o el periodista, dentro de los formatos del género de opinión relatan la crónica, el comentario y el reportaje. Definidos a continuación:

La crónica: Es una información desarrollada y redactada de forma libre y personal por el autor según el tema puede ser: deportiva, sucesos, parlamentaria y, según su procedencia, puede ser de corresponsal o de enviado especial.

El comentario: Es la interpretación que el/la periodista hace de un tema de actualidad, puede ser crítico, explicativo o interpretativo.

El reportaje: Es un formato muy completo, donde se puede incluir otros recursos radiofónicos, podría definirse como una información más acabada sobre un tema en particular, donde se trata con amplitud y se recogen distintos puntos de vista (Haye, 1995).

Género musical

El mismo está vinculado a los sentimientos y las emociones que estas pueden despertar en la audiencia. Se trata de una forma de evocación que complementa los otros elementos del lenguaje radiofónico. La música también puede ser protagonista, ser elemento principal y único del mensaje. Entre los formatos más característicos del género musical resaltan los siguientes:

Invitado especial: cuando se selecciona un artista u intérprete y se conversa sobre su vida mientras se hace un recorrido por sus mejores y más representativas piezas musicales.

Historia de una canción: En esta se hace una dramatización de lo que la letra de una canción expresa o trata de decir.

De un género: es cuando se dedica a un solo tipo de música: rock, rap, nacional, reggae entre otras.

Jingle: es una palabra en inglés que designa a un mensaje publicitario de la emisora y está desarrollado en forma de canción.

Cada formato radiofónico tiene sus leyes, sus pautas aceptadas por el público después de muchos años de experimentación. Como productores, tenemos que familiarizarnos con ellas si queremos entablar una comunicación fluida, sin ruidos, con nuestra audiencia. Pero la onda no es quedarse ahí, machacando siempre lo mismo. Porque los géneros



se apoyan tanto en buenas costumbres como en pésimos estereotipos. Por ejemplo, en los noticieros no se suelen emplear voces femeninas ¿Por qué? Alguien dijo que la credibilidad en una sociedad machista pasa por la autoridad que infunden las voces masculinas ¿Será cierto? ¿Qué tal si experimentamos con una locutora y luego sondeamos la aceptación del público? Naturalmente, no hagamos la evaluación en los primeros días, cuando todavía está muy reciente el cambio; dejemos correr el río si queremos pescar buenas opiniones en él.

Los programas culturales se han caracterizado por su formalismo. ¿Qué pasa si los dinamizamos? Los de entretenimiento, por su vaciedad. ¿Y si los combinamos con algo educativo? ¿Qué ocurre si utilizamos en el género periodístico los escenarios sonoros propios de los programas dramatizados? ¿Por qué no arriesgarnos a introducir ritmos latinos en los llamados espacios juveniles, monopolizados por el rock y la música norteamericana?

Los modos de relación que establecen los distintos géneros no son esquemas rígidos. Se pueden cambiar, se deben perfeccionar. Porque muchas veces llamamos hábito del oyente a lo que no es más que rutina del productor.

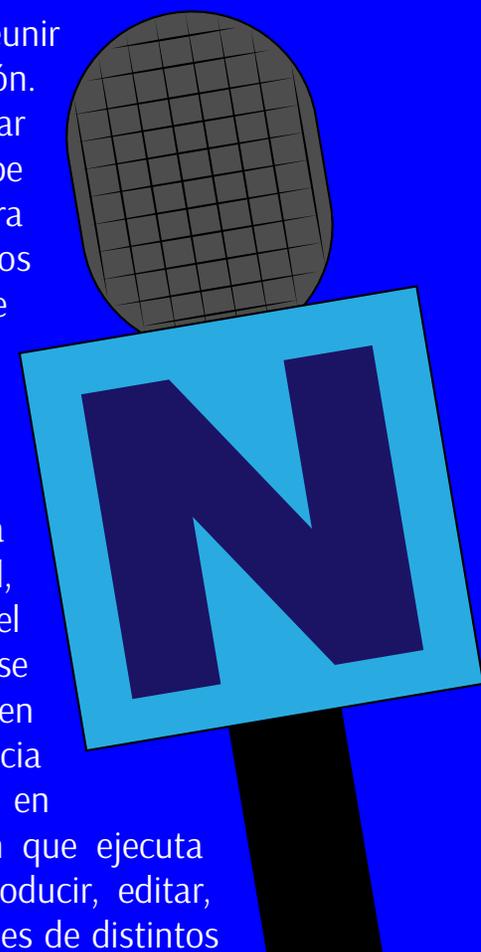
LOS REPORTEROS RADIALES

El periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público a través de las ondas; exige que la información sea difundida de manera clara y concisa. Para ello, es necesario que el texto usado como guión esté bien organizado y que facilite

una lectura sin tropiezos y fácil de expresar en voz alta. La lectura en radio debe realizarse con cuidado y adecuación a este medio, por lo que debe hacerse de manera sencilla, mediante el uso de palabras y oraciones comprensibles desde el punto de vista conceptual y fónico. Conviene recurrir a la reiteración de ideas, es decir, dar a conocer un contenido y repetirlo con el objetivo de que la memoria del receptor lo retenga ya que el mensaje radiofónico es efímero. Se resume en la premisa: contar todas las cosas que pasan, en el momento mismo de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible.

El periodista radiofónico debe reunir las exigencias de criterio e intuición. Debe saber buscar, seleccionar, valorar y elaborar información. Además, debe tener unas condiciones básicas para traducir a voz y sonidos los hechos informativos. Tiene que dotarse de elementos de creatividad para integrar en un solo acto comunicativo todos los elementos expresivos de la técnica radiofónica.

El locutor de radio se caracteriza por una magnífica agilidad mental, ya que en este medio prima el elemento de inmediatez, sin olvidarse de la capacidad de auto control en determinadas ocasiones. La polivalencia convierte al periodista de radio en un comunicador de la información que ejecuta múltiples tareas como redactar, producir, editar, presentar, colaborar con producciones de distintos



formatos como informativos, tertulias, debates, entrevistas, directo, indirecto.

El medio radiofónico tiene una serie de ventajas sobre la televisión y la prensa escrita:

1. Inmediatez en el seguimiento de las noticias.
2. Facilidad de transmitir ideas, y facilitar el intercambio de opiniones.
3. Estimula la imaginación, al no dar imágenes.

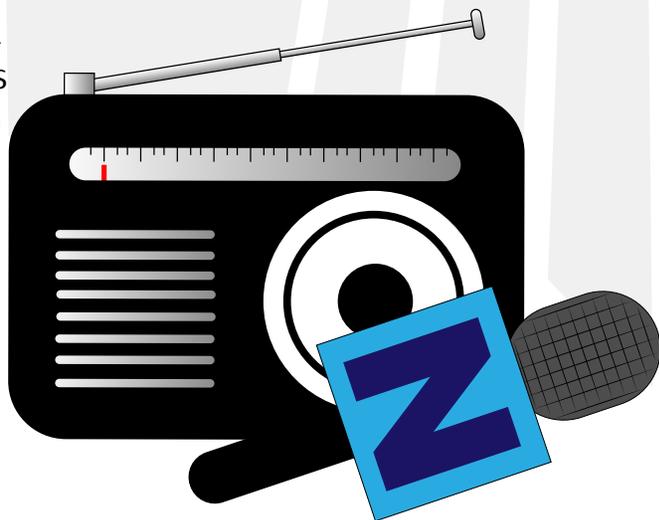
Sus limitaciones son:

1. Es unisensorial: su único soporte es el sonido.
2. Exige más claridad y concisión, al no tener imágenes, y necesitar la atención del oyente.

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío. “La Radio es el Teatro de la Mente”, según David Ogilvy.

Los recursos sonoros que componen el lenguaje radiofónico son:

1. La palabra hablada
2. La música
3. Los ruidos
4. El silencio



REDACCIÓN RADIAL

La redacción en radio debe tener unas características específicas ajustadas a la naturaleza del medio y en este sentido La radio (2011) establece las siguientes pautas al momento de hacerlo:

1. Lenguaje sencillo: Tener un lenguaje sencillo a la hora de redactar un guión, nos hace sentir capaces de hablar lo que escribimos.

2. s + v + p: Sustantivo más verbo (verbo en acción) más predicado. Saber usar la regla principal de las oraciones.

3. Economía de palabras: Simplificar lo más posible la repetición de palabras e ideas

4. Arcunloquio: No se puede hacer en radio; ser directos es lo ideal y sin dar tantas vueltas.

5. Uso de pronombres: En la redacción radial está prohibido utilizar pronombres, es indispensable manejar nombres propios, para que la audiencia no se despiste no se confunda.

6. Sinónimos y antónimos: Sirven para enriquecer el léxico y no enfrascarnos en los mismos términos.

7. Aumentativos, diminutivos y adjetivos: Debemos tener cuidado con el uso de los aumentativos y diminutivos y adjetivos, pueden expresar o hacer más visible la opinión dentro de nuestra nota o noticia.

8. Cuidar el uso de las siglas: Al momento de decir una sigla, primero se especifica que quiere decir y luego si es necesario nombrar la sigla para no dejar al oyente desubicado.

9. Cuidar el uso de las cifras: No utilizar cifras tan complicadas de leer y extensas. En este caso se debe aproximar la cifra.

10. Signos de puntuación: Utilizar bien las reglas de puntuación, para no equivocarnos al momento de leer nuestro guión por una coma o un punto mal ubicado.

Pautas de cómo escribir para radio

La radio ofrece ventajas con respecto a otros lenguajes porque aparte del idioma no requiere de habilidades especiales por parte del interlocutor, solo es necesario saber cómo transmitir un mensaje dándole sentido a través de los siguientes aspectos técnicos: la voz, música, silencio, efectos de sonido.

El lenguaje radiofónico será entonces la manera en cómo se llega al radioescucha de forma que ese establezca una relación íntima logrando que se establezcan vínculos y para esto es necesario aprender a combinar y alternar los elementos antes mencionados. Estos elementos pueden entenderse de la siguiente forma:

1. Las palabras: Las que se usan a diario en los mensajes radiofónicos.

2. Los silencios: Pequeñas pausas para que descanse el oído del oyente.

3. La música: Marca el estilo de una propuesta.

4. Efectos de sonido: Dan sentido y visten las producciones radiofónicas.

Algunas pautas para escribir y hablar en radio

1. Palabras sencillas, concretas: Un simple !Buen Día! Es más expresivo que “Excelente jornada estimada audiencia” y encima con voz acartonada.

2. Expresiones regionales: Típicas de cada lugar.

3. Imágenes: “¡vivimos una jornada celeste!, ¡Tenemos un día luminoso!

4. Ante cualquier tema, no intentes abarcar todo; es mejor contar poco y que se entienda.

5. Usa la reiteración, pero no canses.

6. Utiliza los signos de puntuación ajustándote más a tu ritmo y a tu forma de hablar que a las convenciones escritas.

7. Si das cifras, redondea (por ejemplo, es mejor decir “139.000”, o bien, “más de 139.000”, que “139.452”...)

8. Que no se note que estás leyendo. Intenta ser natural.

9. Función de contacto (fáctica): cuando la locutora nos dice: Seguimos acompañándoles desde...Usted seguramente dirá...

10. Concentración: Tratar de hablar un tema por vez, para no confundir.

11. Sensualidad, ritmo, dinámica: Enamorar con la radio.

12. Hablarle a todos y todas, como una manera de contribuir a la re definición de las relaciones de género desde la comunicación radiofónico.



13. Uso continuo y frecuente de cortinas musicales, separadores, efectos.

14. Diversidad de formatos: no solo entrevistas, también palabras, comentarios, poemas musicalizados y todo lo que tu imaginación indique.

El lenguaje técnico

En la radio existe un código muy sencillo que permite organizar todos los elementos que intervienen en la comunicación radiofónica. Algunos de los más usados son:

1. Sintonía: es la música que identifica a un programa. Son las señas de identidad.

2. Sintonía de entrada: es la Sintonía que abre el programa.

3. Sintonía de salida: es la Sintonía que cierra el programa.

4. Plano sonoro: la “distancia” a la que percibimos el sonido; lo que se oye. Hay varios tipos de planos, primero, segundo, tercero... en ocasiones se superponen varios para conseguir el efecto deseado.

5. Música a PP: la música, o el sonido, pasa a primer plano.

6. Música de F: la música, o el sonido, pasa a fondo.

7. Música desvanece: la música o el sonido va “bajando” poco a poco.

8. Música cesa: la música ya no se vuelve a poner.

9. Música resuelve: se deja que la pieza musical acabe.

10. Funde: fundir dos sonidos.

11. Ráfaga: paso a primer plano de un sonido durante muy poco tiempo.

12. Insertar: indica cuando se pone una grabación, una canción, o algún efecto o documento sonoro.

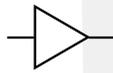
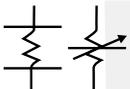
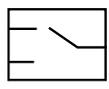
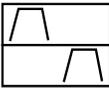
13. Pausa: silencio.

Simbología técnica radial.

Se encuentra una simbología estándar para identificar los circuitos en RF y microondas.

Pag. Siguiente



Símbolo	Descripción
	Amplificador: Sirve para amplificar las señales que se aplican a la entrada. El símbolo de un amplificador es el siguiente.
	Antena: Dispositivo cuya función es emitir o recibir ondas electromagnéticas del o hacia el espacio.
	Filtro pasa bandas: Un filtro pasa banda ideal presenta una banda de paso entre dos frecuencias de corte, de forma que en este rango de frecuencias la señal no se ve atenuada. En cambio si el valor de frecuencia se encuentra por debajo del límite inferior f_l de dicha banda o por encima del límite superior f_h la señal se atenúa.
	Filtro pasa-altos: Los filtros pasa-altas son circuitos que atenúan todas las señales cuya frecuencia está por debajo de una frecuencia de corte específica y pasa todas aquellas señales cuya frecuencia es superior a la frecuencia de corte. Es decir, el filtro pasa altos funciona en la forma contraria al filtro pasa bajos.
	Filtro pasa-bajos: Es el filtro cuyo funcionamiento es el siguiente; permite el paso de señales de frecuencias desde 0 hercios hasta una frecuencia f_1 y de esa frecuencia en adelante no permite paso de señal.
	Generador de señal: Circuito que tiene la función de generar las señales necesarias para la operación de los sistemas de microondas. Generalmente la fuente de la señal es un oscilador. La figura muestra un esquemático típico de un oscilador.
	Atenuadores. Circuitos cuya función es reducir el nivel de potencia de la señal en un valor determinado. Típica mente se forman de resistencias en formación π o delta (Δ). Como se muestra en la siguiente figura.
	Divisor de potencia (splitter): Circuito que tiene la función de recibir una señal y dividir su potencia en dos o más salidas. Normalmente se forma de transformadores balanceados
	Conmutador (switch). Circuito cuya función consiste en seleccionar y conectar, de dos o más entradas una salida.
	Circulador. Es un conmutador rotativo que conecta una o varias entradas a una o varias salidas. Se usa típica mente en radares.
	Duplexer: Filtro de dos bandas en un mismo circuito, para seleccionar dos bandas de frecuencias a la vez. Por ejemplo, las frecuencias "forward" y las frecuencias de reversa en los sistemas de cable.

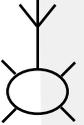
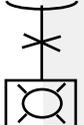
SISTEMAS AM Y FM

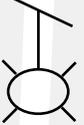
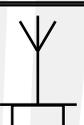
Existen dos sistemas de modulación importantes en el medio radial:

Amplitud modulada (AM): En el sistema de modulación de amplitud (AM), la señal (de baja frecuencia) se superpone a la amplitud de ondas hertzianas portadora (de alta frecuencia), esto se logra multiplicando las señales.

Frecuencia modulada (FM): En el sistema de frecuencia modulada (FM), la amplitud de la onda portadora se mantiene constante, pero la frecuencia varía según la cadencia de las señales moduladoras. Este sistema permite eliminar parásitos e interferencias, y reproduce el sonido con mayor fidelidad.

Símbolos de estaciones de radio

	Estación espacial activa
	Estación de seguimiento de tierra
	Estación radioeléctrica
	Estación móvil
	Estación de control

	Estación espacial pasiva
	Estación de radiogoniometría
	Estación radioeléctrica
	Estación portátil

GUIONIZACIÓN

El guión en la radio es definido como un instrumento en el que se detalla y planifica un programa permitiendo la coordinación del equipo de trabajo para la consecución de un proyecto. Existen aspectos importantes y que caracterizan a un guión de radio los cuales señala Instituto Superior Nuestra Señora de la Paz (2011):

1. Todo programa radiofónico, sea cual sea su género, necesita un guión, ya que la confección del programa exige un trabajo en equipo.

2. Cada tipo de programa requiere un guión de distintas características.

3. El guión de radio debe estar escrito con un lenguaje claro, ya que sus lectores serán técnicos, redactores, ambientadores musicales, entre otros; cuyos intereses y conocimientos son distintos.

4. La presentación del guión debe ser lo más clara posible para que pueda resultar comprensible por el mayor número posible de profesionales.

5. La única manera de aprender a hacer guiones es haciendo guiones: la experiencia es el mejor sistema para aprender a escribir guiones.

Tipos de Guión

Según la información que contienen:

1. Guión literario: se establece el texto que leerá el locutor y se fijan los puntos en que sonara la música y los efectos sonoros.

2. Guiones técnicos: el texto aparece a medias y lo más

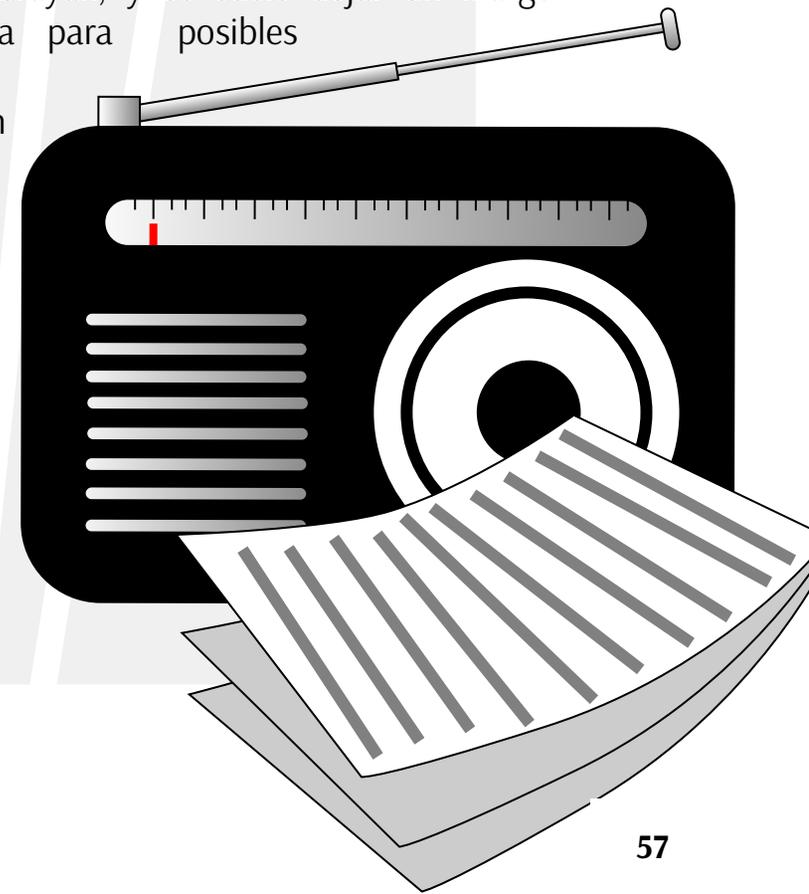
relevantes son las anotaciones técnicas, indican lo que se va a transmitir

3. Guión técnico-literario: es el más completo, aparece el texto y las anotaciones técnicas.

Según la forma que tengan:

1. Guión americano: una sola columna separando las indicaciones del técnico y las de los locutores. Las anotaciones técnicas se subrayan, y se suele dejar un margen a la izquierda para posibles modificaciones.

2. Guión europeo: hay como mínimo dos columnas, la izquierda es para anotaciones técnicas y la derecha para el texto.



Estructura del guión

La Sintonía será una muy breve secuencia, tras la cual suele facilitarse el título del programa o el nombre de la emisora o de aquello que se pretende identificar. También se denomina Sintonía al colchón musical, siempre el mismo, que vendrá a continuación del título del programa, o que aparecerá solo. Asimismo, la Sintonía corresponde a una Nota o sucesión de notas musicales—u otros sonidos que por sí sola sitúa un espacio radiofónico, y que permite al oyente saber, con su sola audición, qué ha sintonizado. En este sentido, la Sintonía de programa puede encabezarlo, o no (conviene, sin embargo, que aparezca en los primeros minutos de emisión) y se puede repetir a lo largo del mismo.

1. Careta: La careta no es sino una Sintonía —a la que puede englobar— más elaborada, con créditos o títulos fijos y que puede incluir otros textos —introducción temática, declaración de intenciones, entradillas, etc. —, también fijos. Importa que la música tanto de sintonías como de caretas no se asocie con otros motivos distintos del programa —o sección— de que se trate, a menos que de esos motivos trate la emisión. Interesa, además, que no sea una música demasiado popular, excesivamente oída. Una «pieza» que haya alcanzado amplia difusión en los medios corre, asimismo, el peligro de que el oyente establezca relaciones del todo ajenas al propósito del programa.

2. Lógicamente, hay que huir de la música cantada.

3. Indicativo: Intervención muy breve (sólo títulos, nombres) que recuerda al oyente el programa o la emisora que está escuchando, o ambas cosas. Puede incluir sintonías o ráfagas musicales o no incluirlas. A menudo va seguido de horarias (información de la hora exacta).

4. Entradillas: Intervención breve en la que el locutor centra el programa (o la sección) que va a venir a continuación; o,

sencillamente lo/la presenta.

5. Secciones: Cada una de las partes diferenciadas en las que, sin formar parte de la continuidad, se puede dividir un programa.

6. Sketch o escena: Secciones dramatizadas que ilustran un determinado punto de interés o, simplemente, ambientan y enriquecen un programa.

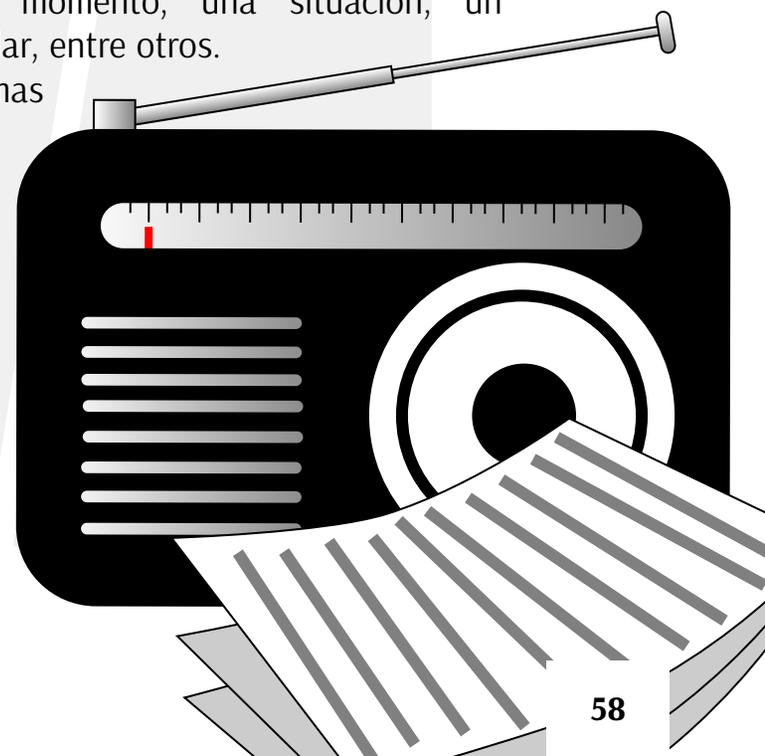
7. Cuñas: Son montajes sonoros cortos (treinta segundos sería una media), dramatizados o no, que se utilizan como promoción (sirven para dar publicidad, para anunciar. También reciben el nombre de jingles) o como contenido (hay quien las llama píldoras... Se usan sencillamente para adornar o para dar mayor agilidad a los programas).

8. Micro-espacios: Espacios independientes, con su propia estructura y contenidos, que se integran dentro de un programa.

9. Cortinilla: Ráfaga de separación (habitualmente entre secciones), casi siempre pre grabada.

10. Golpes: Efectos musicales muy dramáticos que subrayan y acentúan un momento, una situación, un personaje, un titular, entre otros.

En los programas informativos se los llama puntos; y de hecho es con frecuencia esa función ortográfica la que cumplen en el desarrollo de la emisión (Haye, 1995).



PROYECTO RADIAL

Diseño del Proyecto radial

Para la producción de un programa radiofónico es necesario un proceso de planificación por lo cual se hace necesario una investigación precedente que diagnostique las necesidades de la audiencia. En este proyecto de producción deben estar definidos los objetivos, el género y perfil del programa estableciéndose un cronograma con los planes de trabajo. De esta forma un proyecto de producción radial debe estar conformado por: investigación, perfil, presupuesto y planes de trabajo. Araya (2004) señala que es tan solo una reseña del diagnóstico o de una recopilación bibliográfica efectuada con anterioridad y sostiene que, es un esbozo que define las características del programa radiofónico, tanto en forma como en contenido. Dichos elementos son: género, tipo, nombre, objetivo, público meta, público bienvenido, horario y frecuencia de transmisión, emisora, duración, justificación, resumen, secciones, estructura, temas tentativos.

En la sección de presupuesto se debe establecer una cotización de todos los gastos relacionados con los recursos humanos y materiales que sean necesarios durante el desarrollo del proyecto. Al elaborar un plan de trabajo se toma en cuenta el tiempo, los recursos disponibles (humanos, materiales y económicos) y los objetivos.

Grabación y Edición de Proyecto Radial

En la etapa de producción se realiza el registro, grabación y mezcla de los elementos sonoros para lo cual el director realiza

la grabación siguiendo las pautas del guión desarrollado con anterioridad.

Los locutores nunca deben perder de vista al director y al técnico. Siempre deben leer con el guion frente a ellos, sin taparse por completo la cara, por un lado para proyectar mejor la voz, y por otro para seguir las señales manuales u orales del director técnico... No deben sonar las hojas del guión al pasarse... Apague y pida apagar los teléfonos celulares, los localizadores y las alarmas de los relojes... Cuantas menos personas haya en la cabina de control mejor. Nuestra recomendación es que solo estén: el productor, el director, el técnico y el sonorizador o un asistente.



MONTAJE Y EDICIÓN

Es la actividad que corresponde a la acción de escoger las tomas correctas de locución y mezclarlas con música, efectos de sonido y ambientes, con un orden determinado, hasta obtener el mensaje radiofónico que se planificó.

El copiado consiste en la reproducción de las copias necesarias del programa. Mientras que la transmisión / distribución y presentación son tareas en muchos casos simultáneas y consiste en la transmisión del programa es decir la emisión radiofónica, mientras que la distribución es el envío de las copias a las emisoras que lo transmitirán y la presentación; cuando son grupos específicos los que harán uso del programa para propósitos particulares.

Evaluación

Esta última tarea puede ser interna (con el equipo de producción) o externa (validación con la audiencia)

Esta última etapa es de suma importancia pues es cuando se realiza la evaluación del programa y en la misma deben estar presentes los siguientes elementos:

1.El objetivo: ¿Se realizó con la finalidad que nos habíamos trazado?

2.El contenido: Revisar si han estado bien organizados los temas... ¿La transmisión del mensaje fue claro, conciso y adecuado para el público que fue diseñado? Luego ver ¿cómo recibió la audiencia nuestro programa radial?

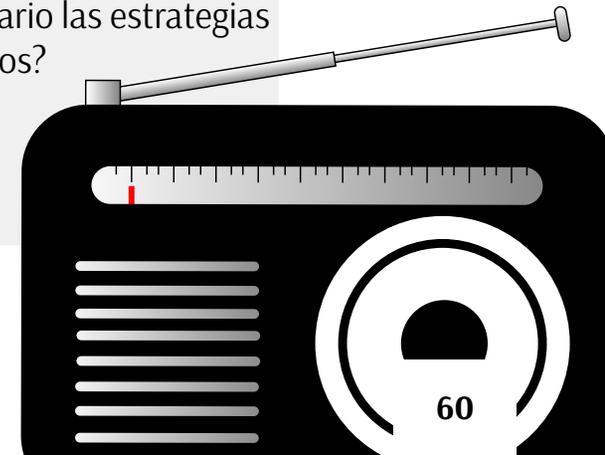
3.El lenguaje radiofónico: ¿Hay equilibrio entre los programas informativos, musicales y de entretenimiento? ¿La música y los efectos de sonido están en Sintonía con los contenidos? ¿Han existido baches? ¿Cómo se han manejado los silencios, los planos? ¿Hay equilibrio entre la música y la voz?

4.La locución: ¿El lenguaje es apropiado? ¿La locución es clara y natural, como está la dicción, la vocalización? ¿La lectura está bien interpretada? ¿Hay coordinación entre los conductores?

5.Calidad técnica ¿El sonido sale o es emitido con calidad? ¿Hay un uso correcto de los planos sonoros? ¿Están bien hechos los fundidos? ¿Están bien hechas las mezclas, las ráfagas? ¿Están bien seleccionadas las cortinas? ¿Los temas musicales? ¿Las identificaciones?

6.Participación de la gente, nuestros interlocutores: ¿La programación, producción, clip, spots o programa permite y genera participación?... ¿los programas generan debate, reflexión, conductas saludables, ciudadanía?

7.Gestión económica: ¿Cómo gestionamos nuestra radio? ¿Mejoramos y revisamos a diario las estrategias de consecución de recursos? ¿Vendemos publicidad? ¿Buscamos auspicios?



ACTIVIDADES SUGERIDAS

Actividad sugerida por Gerbaldo (2006):

1 Actividad...pensar y trabaja en equipo:

¿Te gustaría poner en marcha la radio en tu escuela? ¿Cómo te gustaría que fuera? ¿A quién estaría dirigida? ¿Quiénes participarían? Elegir el nombre de la emisora. Los objetivos, el horario de emisión. Y, considerando los gustos, las horas en que la gente escucha con más frecuencia la radio, armar los programas y distribuirlos a lo largo de la emisión. Por grupos se distribuyen los diferentes programas y se elabora un esquema ameno, variado, con un mensaje claro e interesante y se distribuye el tiempo. Cada grupo escribe el borrador y lo “lanza al aire” en el aula.

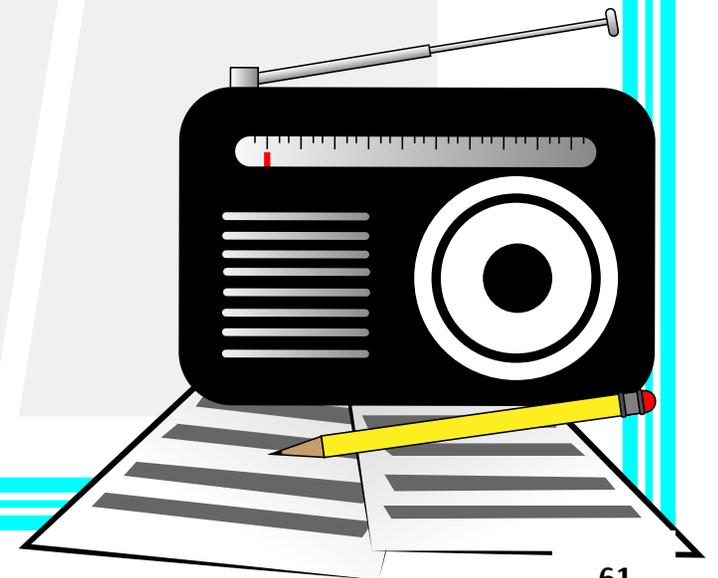
2.Actividad: Definir los roles y funciones que desempeñara cada integrante del equipo.

Definir tipo de información que se incluirá: noticias internacionales, nacionales, locales, noticias de la escuela, de deportes, reportes del estado de tiempo, cuñas y editorial, entre otros.

Definir previamente modos de presentación de secciones, ¿lo hará el conductor del programa? Preverlo

con tiempo. Acordar modos de redacción de las noticias: ¿Cada persona escribirá y leerá sus propias notas? O ¿habrá una persona encargada de redactar el guion y los demás solo leerán? Un compañero puede responsabilizarse del control (operador de audio) y otra es la responsable de suministrar todo el material de apoyo: música, pre grabados, entre otros. Calcular los tiempos de producción y salida al aire de cada sección como para garantizar que el programa dure 15 minutos. Haga un ensayo en frío del programa para verificar el tiempo. Una vez reunida toda la información y modos de presentación de cada uno: Grabar el programa. En equipo: escuchar el trabajo y luego presentar a sus compañeros de curso.

3.Actividad: Explica la diferencia entre la radio educativa y la radio instruccional.



UNIDAD III

ORATORIA Y LOCUCIÓN



ORATORIA Y LOCUCIÓN

Oratoria y sus características

Oratoria es una palabra que proviene del vocablo latino oratoria y que está vinculada al arte de hablar con elocuencia. El objetivo de la oratoria suele ser persuadir; por eso, se diferencia de la didáctica (que busca enseñar y transmitir conocimientos) y de la poética (intenta deleitar a través de la estética). La oratoria, por lo tanto, pretende convencer a las personas para que actúen de una cierta manera o tomen una decisión. A la hora de exponerse delante de un público hay que cuidar multitud de aspectos tales como la sonrisa, la forma de moverse o cómo gesticular. Sólo de esa manera se conseguirá captar su atención y además que se mantenga alerta de todo lo que se está hablando. Hay que utilizar lo que es el lenguaje no verbal para conseguir cautivar a los asistentes.

Se hace igualmente importante el tener el tono de voz correcto, el realizar cambios en él y el conseguir enfatizar determinadas ideas mediante el tono apropiado. Es especialmente interesante y atrayente el hacer uso de ejemplos y de anécdotas tanto para enganchar al lector como para que pueda entender perfectamente lo que se está intentando explicar

Hay que hacer preguntas para que el público pueda intentar razonar por sí mismo. A grandes rasgos estas son algunas de las recomendaciones que se realiza a todo aquel individuo que quiera convertirse en un buen orador y a ellas habría que unir

otras que también son importantes para lograr el éxito esperado. Nos estamos refiriendo a los consejos que tienen que ver con lo que sería la preparación del discurso.

En este caso se recomienda preparar a fondo el tema a tratar, establecer cuáles son las ideas principales que se quieren resaltar y ensayar mucho. Llevando a cabo estas tres acciones se está garantizado el éxito esperado.

Locución

Una emisora suele identificarse y definirse con una voz, la cual sirve para identificarla, le otorga una personalidad y la diferencia del resto, llevando la continuidad en la misma junto con el elemento musical haciéndose de igual forma cargo del eslogan o mensajes a transmitir a la audiencia.

Se podrá notar entonces una diversidad de voces que se encuentran en Sintonía con el carácter o tipo de radio lo cual se puede percibir fácilmente con las radios de información o noticias las cuales disponen de una voz más grave que las escogidas para el formato musical

La radio como cualquier otro medio de comunicación se dedica a ofrecer diferentes tipos de contenido cuyas finalidades igualmente puede ser distintas por lo que la definición de la misma se hará al contar con una programación determinada la cual como se señaló anteriormente no excluirá la fusión de géneros y /o funciones.



Nuestra voz y el modo como la empleamos transmiten poderosos mensajes subtextuales, mediante la manipulación de la resonancia y el registro de la voz una persona puede ser capaz un subtexto de fiabilidad y éxito. En los noticieros televisivos por ejemplo, lo más deseable es un tono de voz bajo y una resonancia profunda. Las voces de tono agudo emanan un subtexto de ineficacia independientemente de cuán capaz y competente sea una persona.

El tono, la resonancia y el registro son los tres elementos más importantes en la comunicación de un subtexto mediante la voz. Definiendo brevemente estos términos, tenemos que el tono, es la agudeza o gravedad de un sonido; la resonancia es la vibración que imprimen a la voz las cavidades vocales, como la boca y la faringe; y el registro es el nivel de la voz.

Muchos de nosotros podemos, hasta cierto punto controlar esos elementos. Podemos producir una resonancia en el pecho a fin de indicar fortaleza, fiabilidad, solidez. Una voz con autoridad resuena desde

el pecho. El grado en que se puede dominar el registro depende de las cuerdas vocales, si son delgadas y tensas, y resuenan a través de la cabeza, la voz será aguda y delicada. Cuerdas vocales gruesas, y un pecho fuerte, pueden producir tonos profundos, tiernos y sensuales.

Al elevar el volumen de la voz, uno puede poner énfasis en lo que se está diciendo en una conversación casual y añadir en lo que se está diciendo en una conversación casual y añadir un subtexto de poder y de fuerza, y bajando la voz también puede lograrse el mismo efecto. De esta manera entonces como lo menciona Muller, M (1999) el tono, registro y la resonancia son los tres principales elementos de la voz y la voz es uno de los mejores instrumentos con que puede contar el orador, por lo que este debe aprender a utilizarla correctamente. Una voz bien modulada, sonora y agradable, le felicita al orador comunicarse con sus receptores, y le garantiza que estos lo escuchen con interés y satisfacción.

Pero a su vez la voz depende en gran medida de que usted pueda respirar bien, lo cual ayudará no solo a atenuar o suprimir su nerviosismo, sino que le permitirá además disciplinar su voz, de manera que pueda variarla de intensidad, expresión y entonación a su antojo y al mismo tiempo que regular los ritmos y pausas, que son obligados en la comunicación oral. Asimismo para esta fase de la comunicación, está envuelto un aspecto físico y en cierta forma material, constituida por la voz que se ha de emitir, lo que explica la importancia de una buena dicción.

Se sabe que no existe propiamente un mecanismo específico productor de la voz. La lengua, las cuerdas vocales, por ejemplo, aunque contribuyan a la formación de la voz, tienen otras funciones. Por eso se afirma por el mismo hecho, de que hablar sea únicamente una función secundaria de estos órganos, ya que es necesario un programa para la educación de la voz, por cuanto

cuando nacemos ya sabemos respirar, en cambio tenemos que aprender a hablar.

La respiración correcta se denomina diafragmática, porque depositando el aire en el abdomen se logra que el músculo diafragma sea el soporte y la catapulta del aire que hará vibrar sus cuerdas vocales. A continuación se tratara de explicar de una manera sucinta y apartada lo más posible del lenguaje técnico, la emisión humana de la voz. Esta está constituida esencialmente por:

- 1.Los pulmones, que actúan a manera de fuelles.
- 2.La glotis, que es propiamente un vibrador.
- 3.La cavidad bucal y las fosas nasales, que son en realidad unos resonadores-amplificadores.

En la emisión de la voz, o fonación, la glotis se abre y se cierra periódicamente con gran rapidez, bajo la acción antagonista de los músculos que la cierran y de la presión del aire aspirado que la obliga a abrirse (Gerbardo, 2006). Los pequeños chorros de aire canalizados producen vibraciones sonoras. Cuanto más rápidamente vibren las cuerdas el sonido será más agudo; cuanto más fuertemente vibren será más intenso.

EJERCICIOS RESPIRATORIOS

Parte I

1. Respiración Diafragmática: consiste en realizar una inspiración lenta y suave llenando la parte caudal de los pulmones. Este hecho provocará que el diafragma se dilate y descienda y, como efecto resultante, notaremos que el vientre sale. Si notamos que el pecho se hincha o que los hombros suben implica que estamos haciendo mal la inspiración. Una vez que hemos inspirado correctamente, hacemos una breve pausa y, a continuación, expulsamos el aire normalmente hasta quedar vacíos de aire.

2. Resistencia Diafragmática: Consiste en realizar una respiración diafragmática e ir soltando el aire poco a poco haciendo una S. Se debe controlar que el aire salga constante, sin golpes y, al menos, durante 20 seg. La barriga no se puede meter en ningún momento.

3. Respiración Costal: Consiste en realizar una inspiración lenta y suave abriendo las costillas al mismo tiempo. Una vez que hemos inspirado correctamente, hacemos una breve pausa y, a continuación, expulsamos el aire normalmente hasta quedar vacíos de aire.

4. Resistencia Costal: Consiste en realizar una inspiración costal e ir soltando el aire poco a poco haciendo una S. Se debe controlar que el aire salga constante, sin golpes y, al menos, durante 20 seg. Las costillas no se pueden meter en ningún momento.

5. Respiración Costo-diafragmática: Consiste en realizar una respiración suave y lenta abriendo las costillas y bajando

el diafragma. Una vez que hemos inspirado correctamente, hacemos una breve pausa y, a continuación, expulsamos el aire normalmente hasta quedar vacíos de aire.

6. Resistencia Costo-diafragmática: Consiste en realizar una respiración suave y lenta abriendo las costillas y bajando el diafragma, e ir soltando el aire poco a poco haciendo una S. Se debe controlar que el aire salga constante, sin golpes y, al menos, durante 20 seg. Las costillas no se pueden meter en ningún momento y la barriga lo hará al final del ejercicio.

7. Apoyo diafragmático sin aire: En este ejercicio debemos realizar una respiración diafragmática normal y, tras haber expulsado el aire completamente, realizamos tres movimientos diafragmáticos descendentes de manera seca y nítida.

8. Apoyo diafragmático Superior: En este ejercicio realizaremos una inspiración costal y, partiendo de esa posición realizaremos tres movimientos diafragmáticos descendentes que coordinaremos con la expulsión de aire (ss). En cada movimiento la barriga debe salir y volver a relajarse. Nunca se debe meter.

Una vez realizado cada ejercicio, relajaremos y volveremos a repetirlo. No hay un número mínimo de ejercicios, cuanto más veces se hagan, mejor (Gerbardo, 2006).

Parte II

1. Postura recta y relajada. Cabeza recta y en ningún momento sacar mandíbula ni echar la cabeza arriba.

2. Toma de aire lo más lenta posible, expandiendo el

diafragma. Bloqueo. Durante la expulsión del aire (sonido) intentar mantener el diafragma en la misma posición.

3. Toma de aire lo más lenta posible, expandiendo el diafragma. Bloqueo. Expulsión del aire tras movimientos secos del diafragma (parte inferior).

TABLAS DE RESPIRACIÓN

I	Rep	E	Rep	I	R	E	R	I	R	E	R
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1
4	1	4	1	3	1	6	1	6	1	6	1

D: 1 min. 40 sg.

D: 1 min.50 sg.

D: 2 min. 20 sg.

I	R	E
7	14	21
28	35	42
49	57	4
11	20	27
34	44	51
58	9	16
23	35	42
49	2	9
16	30	37
44	59	6

D: 4 min. 6 sg.

I	R	E
7	15	22
29	37	44
51	60	7
14	24	31
38	49	56
3	15	22
29	42	49
56	10	17
24	39	46
53	9	16

D: 4 min.16 sg.

I	R	E
7	15	23
30	38	46
53	2	10
17	27	35
42	53	1
8	20	28
35	48	56
3	17	25
32	47	55
2	18	26

D: 4 min. 22 sg.

I	R	E
8	16	24
32	40	48
56	5	13
21	31	39
47	58	6
14	26	34
42	55	3
11	25	33
41	56	4
12	28	36

D: 4 min. 36 sg.

I	R	E
8	16	24
32	41	49
57	7	15
23	34	42
50	2	10
18	31	39
47	1	9
17	32	40
48	4	12
20	37	45

D: 4 min. 45 sg.

I	R	E
8	17	25
33	43	51
59	10	18
26	38	46
54	7	15
23	37	45
53	8	16
24	40	48
56	13	21
29	47	55

D: 4 min. 55 sg.

I	R	E	I	R	E	I	R	E
8	17	26	8	28	38	8	30	40
34	44	52	46	08	18	48	12	24
00	11	19	26	40	50	32	58	12
27	39	47	58	26	36	20	48	04
55	09	17	44	12	22	12	42	00
25	39	47	30	00	10	08	40	00
55	10	18	20	52	02	08	42	04
26	44	52	12	44	54	12	48	12
00	20	28	04	38	48	20	58	24
36	57	05	58	34	44	32	12	40

D: 5 min. 05 sg.

D: 8 min. 44 sg.

D: 10 min. 40 sg.

Parte III

Lo primero, es la sugerencia de cambiar la idea de “no tengo buena voz” por “no sé respirar correctamente”. El aire es la materia prima de la fonación por ello hay que preguntarse: ¿Se cansa al leer mucho en alta voz?, ¿Su voz es débil?, ¿Le sale temblorosa, le falta firmeza?, y a lo mejor falta el aire. En fin, la única solución a estas deficiencias está en aprender a respirar correctamente.

La respiración correcta se denomina diafragmática, porque depositando el aire en el abdomen se logra que el músculo diafragma sea el soporte y la catapulta del aire que hará vibrar las cuerdas vocales. Se aspira profundamente y se mide el tiempo que puede leer una persona hasta necesitar aire nuevamente, o, también, se prolonga una vocal (Ej. aaaaaaaaaaaaaaaaa...) y se cronometra su duración hasta que quedar sin aire. Probablemente serán 10, 15 o 20 segundos los que dura el aire. Esto quiere decir que no entró suficiente aire porque no se ha acostumbrado al reservorio (músculos abdominales y pulmones), a acumularlo.

A esta falta de costumbre o de ejercicio, se debe que cuando se aspira profundamente en un campo abierto se tiene sensación de ahogo.

Entonces, hay que entrenar el pecho para la respiración abdominal:

1. Por la nariz, aspirar lentamente, cuidando de que el aire que se toma empuje los músculos del abdomen. Se debe sentir cómo su estómago tiende a levantarse. La persona no solamente está llenando sus pulmones sino también la cavidad abdominal.

2. Luego, también lentamente, expeler el aire como si se estuviera soplando suavemente.

3. Claro, cuando se suelta el aire, el estómago se irá desinflando. Se recomienda hacer esta práctica (con toda seriedad) diez veces en la mañana y diez veces en la noche, durante siete días.

4. Poco a poco la persona se dará cuenta de que su caja torácica pide o está más dispuesta a recibir mayor cantidad de aire.

5. Estas respiraciones abdominales deben ser profundas y lentas. Nada ganará con ejercicios bruscos.

6. Siempre se practica en posición de pie, levantando moderadamente la cabeza, soltando los brazos y sin tensiones musculares.

7. Para hacer las prácticas de respiración se debe sentir tranquilo y relajado. Cuidado especial: cuando se respira, no levantar el pecho ni los hombros.

8. En la segunda semana, aspirar en la forma indicada (sintiendo como se llena la cavidad abdominal) y, luego de la aspiración profunda, detener el aire introducido (10 segundos) y luego soltarlo soplando lentamente.

9. Esto realizarlo diez veces en la mañana y diez, en la noche, durante una semana.

10. Al principio puede parecer un poco cansada esta práctica, pero, poco a poco, el organismo se irá acostumbrando a respirar correctamente e irá descubriendo que, efectivamente, sí se podía más.

11. Con estos simples ejercicios, se va conociendo la técnica de la respiración abdominal o diafragmática. En la tercera semana se aprovechará esa respiración para administrar mejor el aire y transformarlo en sonidos.

12. Para ello, al expeler el aire, en lugar de soplar lentamente, se emitirá el sonido de la letra u, de manera continua, sin cortar la salida del aire: uuuuuuuuuuuuuuuuuuu ...

13. La emisión del sonido debe ser suave, muy débil, para no gastar aire. Se recomienda la letra u porque la posición de los labios para pronunciarla evita que derrochemos aire.

14. Así empezamos a ejercitar una mejor administración del aire y el control de los múltiples músculos que intervienen en el lenguaje oral. No hay que preocuparse si al principio sale la letra uuuuuuuuuu ... un poco temblorosa o con variaciones.

15. Precisamente, eso demostrará que aún no domina la “salida del aire”, porque, mediante el ejercicio continuo, sonará uniforme y firme. En realidad se podría comparar la expulsión de aire con una llave de gas o de agua. Se puede regular la salida del agua, abriendo la llave para que salga un chorro fuerte y grande, o cerrándola, para que salga un chorrito débil y delgado, pero uniforme.

16. Así, los sonidos pueden salir fuertes o débiles, dependiendo de la cantidad de aire que se utiliza en su emisión y de la técnica que se utiliza para fortalecer los músculos correspondientes.

17. A partir de la cuarta semana, y con el mismo ritmo de práctica, realizar aspiraciones profundas y emita sonidos con diferentes vocales pero variando la intensidad; es decir, unas veces haciéndolas sonar fuerte y otras muy débiles. Obviamente, cuando se produzca sonidos fuertes, el aire se le terminará más rápido; pero, así se aprenderá a dominar su salida y a conocer variaciones de modulación.

18. En la quinta semana, se entra a la diferenciación de sonidos nasales: con el mismo aire, en vez de vocales, se pronuncia las letras m y n. Para el efecto, se aspira profundamente, se hace sonar mmmmmmmmmmm... y nnnnnnnnnnnnnnnnn... alternadamente en cada

respiración. Hay que poner especial atención a la repercusión de esos sonidos en toda la cabeza. Se debe sentir como toda ella vibra. Notará que el aire sale por la nariz cuando se dice mmmmm... o nnnnn... y que resuenan en la cabeza.

19. Comprobarlo tapándose un segundito la nariz. Cada vez, hay tratar de que esos sonidos se escuchen más fuerte. Luego, mezclar esas consonantes con vocales. Por ejemplo: nnnnnnnnnnnnaaaaaa nnnnnnnnnnnneeeee (debe tratar de imitar un mugido) mmmmmmmmmmmmmmmuuuuuu ... etc.

A estas alturas de la práctica, ya no se tiene que respirar diez veces en la mañana y diez en la noche, sino que la misma persona se irá imponiendo un exigente ritmo de práctica, que no lo lleve al agotamiento pero que le ayude a dominar la emisión de sonidos fuertes y débiles.

1. En este momento por su seriedad, constancia y disciplina la, calidad y fuerza de sus sonidos será mucho mejor que hace un mes. Sin embargo, apenas se comienza...

2. Ya se puede tomar más aire y se está fortaleciendo esa membrana llamada diafragma.

3. Ahora, gracias a la respiración, se podrá sentir la diferencia entre lo que es gritar y lo que es hablar alto. Cuando grita, está irritando su garganta y forzando sus cuerdas vocales. En cambio, cuando habla en alta voz, solamente está utilizando mejor su aire y proyectando más el sonido.

Para proyectar o colocar mejor la voz vienen estos ejercicios: procurar que el sonido producido por el paso del aire por sus cuerdas vocales, haciéndolas vibrar, choque y resuene en el paladar y salga fuerte, claro y sonoro, hacia afuera. Practicar cantando alguna frase musical.

Levantar su cabeza para que el sonido pueda salir entero. Imaginarse que se está enviando la voz a una cierta distancia (por ejemplo a 5 metros) y que debe llegar hasta allá con todo su fuerza y claridad. Luego, imaginarse que la voz debe llegar a 10 metros y procurar que llegue directa, nítida y fuerte. También es bueno alternar variando el volumen; es decir, en otro momento cante muy bajito (piano) como si cantase al oído de una persona. Pero siga sacando su aire correctamente, continúe con la respiración diafragmática y solamente reduzca la intensidad de su expulsión de aire. Sólo debe variar el volumen. Pero, cantando fuerte o piano, se debe escuchar igual, esté muy cerca o a distancia.

Finalmente, otro ejercicio para controlar o administrar la salida del aire: Tomar una vela encendida y cerque sus labios a unos cuatro o tres centímetros de la llama (sin quemarse, por favor) y pronuncie prolongadamente la letra u. El sonido (aire) debe salir muy despacio. La práctica está en no apagar la llama. Desde luego, esto se conseguirá si domina, regula o administra su aire, porque si expele muy fuerte, apagará la llama. Se hace este ejercicio cuantas veces sea necesario hasta que diciendo: uuuuuuuuuuuuuuuuu... muy cerca de la llama, no la apague. Otra vez la comparación: así está aprendiendo a controlar la llave de

aire. Se insiste en todos los ejercicios que se ha visto y alternar pronunciando frases o cantando un poco, una vez suave y otra vez fuerte. Y si se desea auto evaluación diaria, se prueba con este ejercicio: respirar y decir: Gracias a mi gallina ponedora, los huevitos no me faltan. Diariamente tengo uno, tengo dos, tengo tres, tengo cuatro, tengo (así, continúe hasta que le alcance la respiración). El éxito estará en que cada día tenga más huevos. Esa será la mejor prueba de que está respirando más y mejor. ¡Usted puede! (Hernández, 2000).

DICCIÓN Y VOCALIZACIÓN

Parte I

Son características determinantes a la hora de escuchar un orador, locutor o animador. Debemos recordar que no solamente es necesario tener una buena voz, sino que al mismo tiempo ésta debe ir acompañada de la habilidad de pronunciar las palabras con claridad, dándole a cada letra y palabra su significado y entonación adecuada para que estas se entiendan de manera diáfana y sonora, en otras palabras, es vital que la articulación de cada una de las letras que forman las palabras, sean coherentes y adecuadas (Hernández, 2000). Existen letras que contribuyen a una fácil vocalización. Por ejemplo, la “r” o la “n” entre otras, para lograr el éxito en la dicción y vocalización. Se debe coordinar labios, lengua, el maxilar inferior y la dentadura con algunos ejercicios prácticos que mencionamos a continuación:

1. Hablemos lentamente, marcando en forma pausada cada letra y exageremos en la articulación.

2. Ubiquemos un lápiz en forma horizontal entre los dientes presionándolo, al mismo tiempo tratemos de hablar el espacio más largo posible o realicemos lecturas cortas una y otra vez.

3. Silbemos, de las formas o maneras que podamos, al realizar este ejercicio nos daremos cuenta que no solamente ayuda a la respiración, también será muy útil a que los labios se aflojen.

4. Trabalenguas, Es importante hacer ejercicios a través de lectura de trabalenguas. Por ejemplo, treinta y tres tristes tigres tragaron trigo en un trigal triangular.

5. Abrir la boca lo más posible hasta producir el bostezo forzado una y otra vez.

6. Gárgaras, Hagamos gárgaras con jugo de limón por las mañanas al levantarnos de cama.

7. Las amígdalas, frotamos las amígdalas como realizando masajes.

8. La boca, Abriendo la boca, y con la mandíbula superior e inferior, realicemos movimientos verticales y horizontales. De esta manera evitaremos que se produzcan choques como; “La alabanza es un instrumento de...” veremos que al unir la A del artículo con la



A siguiente, escucharíamos “Lalabanza” otro de los casos comunes es cambiar la “e” por la “i” generalmente escuchamos decir “quiyay” en lugar de decir qué hay o confundir “quen” en lugar de quién, “Búa ir” en lugar de “voy a ir” etc.

Parte II

Más allá de la vocalización (articulación), la dicción se refiere a la forma global de expresión del idioma. En términos generales, a su locución. (Hernández, 2000)

A pesar de que con los ejercicios de respiración, vocalización y modulación, usted ha superado mucho su expresión, es necesario puntualizar normas generales para mejorar la dicción. No importa que algunas recomendaciones sean reiterativas. En el aprendizaje también:

lo que abunda no hace daño. Lea diariamente, en voz alta, párrafos de artículos selectos, poesías, fragmentos de narraciones. Hágalo sin prisa. ¡Ojo! la prisa es mala consejera en la locución.

Con la indicada práctica usted se

familiariza con diferentes estilos de redacción y se familiarizará con términos nuevos. Ponga especial énfasis en repetir las palabras que le resulten de difícil pronunciación. Cuando lea, hágalo de pie y levante el texto a la altura de su cara (no incline la cabeza): respirará mejor.

Preste Atención especial: seleccione temas bien redactados, con los debidos signos de puntuación y de preferencia, comience con frases cortas. Piense siempre que está locutando ante un micrófono. Convéznase que es un buen locutor. Tome un párrafo, de unas cuatro líneas. Transcribalo eliminando todos los signos de puntuación (comas, puntos, signos de interrogación, etc.). Lea el párrafo sin los signos de puntuación (lógicamente no encontrará sentido) y, luego, vuelva a decirlo pero poniéndole mentalmente los signos. Esta puntuación imaginaria le exigirá que dé sentido a lo que está leyendo.

Improvisé una charla de dos minutos sobre cualquier tema, y, grabe esa improvisación. Escúchese y analice en qué tropezó. ¿Argumento?. ¿Énfasis? ¿Conocimientos? ... ¿qué faltó? .A lo mejor le parecieron muy largos los dos minutos; o no pudo coordinar bien sus ideas, o no se acordó más ... Ahora que ya reflexionó, tome un papel y escriba una sinopsis brevísima de lo que dijo y lo que pudo haber dicho en su improvisación. En esa sinopsis, seleccione y ordene los cinco subtemas principales.

Ahora sí, vamos nuevamente a improvisar la charla de dos minutos sobre el mismo tema. Se dará cuenta de la diferencia que existe entre improvisar sin un esquema mental e improvisar con el cuadro de referencia.

Con esto, demostramos la importancia de organizar las ideas antes de exponerlas en una improvisación. Siempre que deba improvisar, trace mentalmente un cuadro sinóptico de los cinco puntos básicos, poniendo énfasis en el primero y el último. (Eso le dará confianza en usted mismo). Exponga sus ideas en orden



y sin precipitación. Si habla de prisa se le agotará el tema pronto y puede tener tropiezos. Tampoco debe exagerar la lentitud de exposición. Improvise con un ritmo natural y voz convencida. (Eso demostrará conocimiento, serenidad y firmeza). Recuerde que entre los oradores, los mejores improvisadores son los que jamás improvisan.

De vez en cuando, trate de imitar a buenos locutores. Esta sugerencia no es para que plagie estilos, sino para que compare las entonaciones, la velocidad o el ritmo, los énfasis; y, sobre todo, el sentido que dan a sus lecturas o diálogos. Lea mucho (buenos textos); escuche mucho (buenas locuciones), y calle mucho (no presuma de aprendiz de locutor).

Entre sus lecturas se encontrará con nombres extranjeros cuya pronunciación le sea difícil o desconocida. Los malos locutores acuden a un recurso detestable: omiten esas palabras o las mascullan gangosamente, creyendo que engañan a sus oyentes (? ¡). Usted jamás hará lo mismo; pues, aquí están algunos recursos para las diversas circunstancias y posibilidades:

Aunque es recomendable que el locutor conozca uno o dos idiomas diferentes al suyo, esto no es frecuente. Por lo tanto, será conveniente que usted averigüe siempre, antes de locutar, la pronunciación correcta de las palabras desconocidas y las escriba (como suenan) para que su expresión sea segura.

Escuche emisoras internacionales y familiarícese su oído a la musicalidad de otros idiomas o a la pronunciación de los nombres de personajes que están “de moda” en la noticia internacional. (Hernández, 2000)



EJERCICIOS DE PRONUNCIACIÓN

Los ejercicios de articulación que se muestran a continuación persiguen como propósitos pronunciar palabras con una buena articulación y modulación de las mismas; trayendo además, beneficios como la clara dicción y pronunciación de palabras, hablando y/o cantando con perfecta claridad y entendimiento, reproduciendo sonidos perfectamente claros al oído humano. Estos ejercicios de articulación deben realizarse al menos unas 5 veces cada uno tres veces al día durante una semana o un mes en adelante dependiendo del grado de malas posturas y administración del aire cuando se habla o canta.

Ejercicios para los labios:

Con la boca abierta, lleve los labios atrás y adelante como si dijera las letras “a” – “o” pero sin emitir sonido.

Con labios separados, llevarlos atrás y adelante como si estuvieras diciendo las vocales “e” – “u” pero sin emitir sonido.

Sonrisa – Besito: Con labios juntos, llevarlo atrás y adelante como si estuvieras sonriendo y besando.

Con los labios juntos, llevarlos de un lado al otro lado de la cara.

1. Vibrar los labios: Inspirar, luego con los labios cerrados y ligeramente apretados, expulsar el aire por la boca sin abrir los labios, a modo que los labios vibren.

2. Morder alternadamente los labios: Este ejercicio consiste en morder los labios de arriba con los dientes de abajo, y luego, morder los labios de abajo con los dientes de arriba.

Luego, masajes de labios: Este ejercicio consiste en darle masajes al labio de arriba presionando hacia abajo con el

labio de abajo, y viceversa. Realizar unas 50 veces estos masajes tres veces al día por una semana. El propósito de este ejercicio es para ayudar a bajar el labio superior y subir el labio inferior.

Ejercicios para las mejillas:

Durante la ejecución de estos ejercicios para las mejillas, sólo mover las mejillas, evitando mover los labios y la mandíbula. Luego, inflar ambas mejillas, sostener el aire luego sacarlo; y seguidamente alternar el aire de las mejillas de un lado a otro.

Ejercicios para la lengua:

Primeramente, estos ejercicios de articulación realizados con la lengua se ejecutan con la boca abierta como si estuvieses diciendo letra “a”, una “a” grande, con la boca bien abierta, sin mover las mandíbulas ni los labios durante los ejercicios. Durante estos nueve ejercicios de articulación solo debe mover la lengua. Esto con el propósito de evitar tener la lengua pesada al momento de hablar, cantar o pronunciar palabras. A medida que se practique estos ejercicios de articulación y se adquiera la práctica, se debe hacer las repeticiones de cada uno de ellos más rápido cada vez. Con boca abierta, se debe sacar la lengua y llevarla arriba-abajo por fuera de la boca. Luego, saca la lengua y se lleva a cada lado por fuera de la boca; finalmente, se pasa la lengua recorriendo los labios.

NOTA: Se realiza este ejercicio con la lengua, recorriendo los labios en ambos sentidos, primero hacia un lado y luego hacia el otro. Con los labios cerrados pasar la lengua por los dientes

de adelante, moviéndola como si estuvieses dibujando una gran circunferencia.

NOTA: Se realiza este ejercicio con la lengua, recorriendo los dientes en ambos sentidos, primero hacia un lado y luego hacia el otro. Con la punta de la lengua empujar cada mejilla y finalmente se dobla punta de la lengua arriba-abajo, presionándola con los dientes.

Ancha-Fina: Se toca la parte superior del labio con la punta de la lengua, luego colocar la lengua ancha y fina. Pasar la lengua por el paladar, moviéndola hacia adelante y hacia atrás. Finalmente hacer chasquidos de la lengua.

Los ejercicios de articulación a continuación consisten en decir repetidamente ciertas letras, frases o palabras con el propósito de destrabar la lengua.

Es recomendable que para estos ejercicios que a continuación se realicen en conjunto con los ejercicios para deglución atípica, esto con el propósito de lograr la adecuada postura de la lengua a la hora de decir las letras y secuencias de palabras listadas. Igualmente es necesario haber realizado al menos los ejercicios de control respiratorio a modo de dominar la técnica de respiración y pronunciar las letras o palabras empleando la cantidad de aire necesaria para evitar maltratar tus cuerdas vocales. La manera correcta para pronunciar la “s” es sin mover la lengua durante su pronunciación se queda abajo recogida hacia atrás. Es conveniente grabarte recitando o leyendo algún texto antes de empezar a realizar estos ejercicios de articulación, y luego grábate mensualmente recitando o leyendo el mismo texto para que te des cuentas de las mejorías que ha obtenido. Es recomendable que te grabes utilizando un buen micrófono a modo que grabes bien los sonidos al momento de pronunciar.

Ejercicio: Se realiza repetidamente los ejercicios a continuación en cantidad y frecuencia como cada uno de ellos los indica, se

debe practicar uno de los ejercicios por tres días y al dominarlo pasar al siguiente ejercicio, y así sucesivamente hasta realizarlos todos. Con la boca abierta como si se dijera una “a”, sin mover mandíbula, solo mover la lengua; repita varias veces: La la la la la la Tele tele tele Tol tol tol tol Tra tra tra tra p-p-p-p-k-k-k-piriet piriet.

Se debe repetir en voz alta las siguientes letras, sílabas, frases y palabras. Repetir este ejercicio 5 veces, tres veces al día. Luego repetir

S	s	s		
Sa	se	si	so	su
Saco	casado	pasa		
Seco	cacería	pase		
Silla	casino	casi		
Solo	mazorca	lazo		
Suma	casual			
As	es	is	os	us
Hasta	canasta	paz		
Espina	celeste	pez		
Isla	arisco	luz		
Ostra	Orozco	tos		
Uslar	molusco	pus		

Se repita en voz alta los siguientes textos para destrabar la lengua, diciéndolo cada vez más rápido a medida que vayas dominando el ejercicio:

1. Ruso reza Rosa Rigo, reza ruso Rosa Rizo.
2. Rosario Rosales, cortó una rosa de su rosaleda; rosácea era la rosa, que Rosario Rosales cercenó.
3. Sala sola en su sala sale sola con la sal salobre. Si la salmuera sale con Salas, salada la sala de sales queda.

4. Si cien sierras sierran cien cipreses, seiscientos sierras sierran seiscientos cipreses.

5. Si el ciervo que te serviste, no te sirve ya servido, ¿de qué sirve que te sirvas un ciervo que ya no te sirve?

Se repite 10 veces con una frecuencia de una vez por día, la lista de palabras dadas a continuación con el propósito de destrabar la lengua:

Te	Lino	Nené	Tela	Tete
Luna	Nilo	Tilo	Luto	Loro
Nulo	Tuna	Lula	Nata	Nola
Nada	Tu	Dani	Nudo	Daniel

Se debe leer la lista de palabras 10 veces una vez por día:

Chicha	Yoyo	Chinchilla
Chicho	Yiya	Chanchullo
Chucho	Chayoto	Chancho
Chuchu	Yuyu	Georgina

Luego repita en voz alta el siguiente texto con el propósito de destrabar la lengua. A medida que se domina el ejercicio, se repiten cada vez más rápido:

Sede ata la lata alta
la lata alta alda la ata
como ata alda la lata alta
la lata alta está atada.
Habla de las balas alba.
de las balas Alba habló.
Si de balas no habla Alba
de balas y Alba hablo yo.
Chalinas y Chinelas, chilenas son?
Las chilenas son chilenas
Las chalinas no lo son.
Ocho chicos chilenitos
chocan coches chiquititos

ocho chinos chiquititos
chocan coches chilenitos
chinitos y chilenitos
chocando sus cochecitos.
Nadie silba como Silvia Silba
porque el que silba como
Silvia silba, fue porque
Silvia silba le enseñó a silbar.

Repetir 10 veces las siguientes palabras una vez por día. Este ejercicio tiene como propósito trabajar la parte de atrás de la lengua:

Coco	Kiosco	Gago	Conga
Coca	Cuqui	Gaga	Ganga
Kike	Cucu	Gogó	Gas

Decir los siguientes textos para destrabar la lengua y a su vez trabajar la zona media de la lengua:

Cocococo cocococo, el gallo grande soy yo. Cocococo cocococo a las gallinas voy a buscar, cocococo cocococo de los pollitos soy el papá.

Cuánto canta Catalina?. canta mucho y desafina, qué poco canta Curiel. Canta poco y canta bien.

NOTA: Una vez realizados estos ejercicios de articulación, relajar los músculos del cuello. De lo contrario, el individuo debe tomar un relajante muscular.

EJERCICIOS DE VOCALIZACIÓN

Común error en algunos locutores es la supresión o la alteración de letras y sílabas en las palabras. Esto obedece a una mala vocalización o articulación de los sonidos (Hernández, 2000). Se justifica lo anterior de mil maneras: leí muy rápido, está oscuro el texto o estoy nervioso, etc. Lo anterior es totalmente falso y la única verdad es que los músculos faciales no están bien entrenados para articular correctamente los sonidos.

Hablar no solamente es emitir sonidos y mover la lengua, en esto interviene todo el cuerpo y la voz, es el final de un proceso en el que cuenta desde la manera de pararse o sentarse hasta la posición de la cabeza, etc. En la correcta emisión sonora, con sus cuerdas vocales vibra todo el cuerpo, se proyecta la personalidad. Sin embargo, de manera especial actúa el mecanismo de fonación: sistema respiratorio, diafragma, cuerdas vocales, garganta, lengua, maxilares superior e inferior; dentadura y labios. Todos los órganos juegan su rol, lo que altera la pronunciación por ejemplo cuando la persona se lastima la lengua, un labio, falta un diente o está afónico.

Se debe corregir los errores de cambiar el sonido de las letras o saltar su pronunciación. Por ejemplo, solemos decir peliar por pelear; geral por general; nunkintesteso por nunca- intenté eso; cama, damichocolate por cama dama y chocolate o, pase diaño por pasé de año, dame majagua, por dame más agua. En este caso se sugiere: Abrir la boca (todo lo que pueda), mantenerla así unos diez segundos y volver a cerrar. Los bostezos repítalos cinco veces en la mañana y cinco en la noche, durante cinco días.

Sin exagerar... sin exagerar. (También puede, quedarse con la boca abierta).

Primero las vocales separadas: a - e - i - o - u.

Luego cada vocal en forma prolongada e intermitente (cortada): “aaaaaaaaaaaa a - a - a - a - a - aaaaaaaaaaaaa a - a- a - a- a - a - a - a - a - a “ “eeeeeeeeeeee e - e - e - e - e - e - e - e eeeeeeeeeee... etc”. Seguidamente, combine las vocales; ligándolas: “a - i - o aaaaaaaaaaaaaaiiiiiiiiiiaaaaaaaaaaaaa a - i - a e - u - e eeeeeeeeeeee uuuuuuuuuueeeeeeeeeeee e - u - e”. Así, combinando todas las vocales. Más adelante, debe practicar diptongos cortados y ligados. “ a - e - ée ée ée aé a - e ée ée aé” En unas ocasiones acentuamos la primera vocal, en otras, la segunda. “a - i ái ai... etc.” Así, se continúa con ae ai ao au, ea ei eo eu, ia ie io iu, oa oe oi ou, ua ue ui uo. Posteriormente, llegan los triptongos (tres vocales unidas). También pronúncielas separadas y ligadas; variando los acentos: a - e - i áei aéi aéi (repita varias veces). aaaaaaaaaaaaaaaaaaaéiiiiiiiiiiiiiiiiiii; áeeeeeeeeeeeeeeíiiiiiiiiiiiiiiiiiii

á e e e e e e e e e e e e p e e i i i i i i i i l i i i i i i i ; aaaaaaaaaaaaaeeeeeeeeeeeeeeeeé

Se prosigue con : aea aei aeo aeu, aia aie aío aiu, aoa aoe aoi aou, aua aue aui auo, eac eai eao eau, eia, eie eío eiu, eoa eoe eoi eou, eua eue eui euo, iae iai iao iau, iea iei ieo ieu, ioa ioe ioi iuo, iua iue iui iuo, oae oai oao oau, oea oei oeo oeu, oia oie oio oiu, oua oue oui ouo, uae uai uao uau, uea uei ueo ueu, uia uie uio uiu, uoa uoe uoi uou.

soltar el lápiz). Algunos ejercicios le causarán mayor dificultad o dolor que otros; pero, dígame: ¿qué lección no duele?

EJERCICIOS DE LOCUCIÓN

Ejercicios para el locutor

Después de una instrucción permanente, una actualización noticiosa y una íntima amistad con el diccionario, toda persona que desee ser un buen locutor deberá hacer ejercicios graduales pero constantes. Para el efecto, es importante atender algunas recomendaciones que serán de gran utilidad para el dominio del lenguaje oral.

Descubra sus defectos

La autocrítica es el primer paso de la superación. El oído será el mejor juez de la voz y de la dicción. Se debe tomar una grabadora y registrar tres minutos de lectura de noticias, tres minutos de lectura de un libro, tres minutos de charla improvisada sobre cualquier tema, dos minutos de narración imaginaria (puede ser deportiva, dos minutos de animación de un espectáculo artístico supuesto, un poema y una canción. Al grabar y al escucharse la persona descubrirá lo esencial: dónde están sus mayores dificultades, dónde se oye mal. Se debe superar esas fallas! (Hay que guardar esa grabación como un recuerdo (Hernández, 2000).

EJERCICIOS DE MODULACIÓN

Son pocos los ejercicios que pueden ayudar a darle color y calor a la voz. Por ejemplo:

Leer un párrafo con voz natural (volumen regular); luego, Vuelva a leer muy quedo (casi susurrando); y, después, léalo con toda intensidad de voz. Proceda igual con frases musicales o con canciones (Hernández, 2000). Luego buscar una poesía e interprétela: (con sentimiento). Inspírese y recite un poema con las inflexiones de voz necesarias para captar su mensaje. Seguidamente, vuelva a leer; pero, esta vez, alternando el volumen de su voz: un verso piano y un verso fuerte.

Como otro ejemplo d usted puede expresar muchas cosas con las mismas palabras:

Qué profesional.

¡Qué profesional! (Admiración que aprueba la gran calidad)

¡Qué profesional! (Admiración que critica la mala calidad)

¡Qué profesional ... ! (Frase burlesca)

¿Qué profesional? (Pregunta a qué profesional se refiere)

¿Qué ... profesional? (Doble pregunta que expresa duda)

¿Qué ... profesional! (Pregunta y afirmación admirativa) entre otros.

Fíjese en la variedad de connotaciones o sentidos que usted puede dar a una palabra solamente con cambiar la entonación o modulación de su voz.

ACTIVIDADES SUGERIDAS



Actividades tomadas de Gerbaldo (2006)

Actividad 1 Articulación y dicción

Objetivo: pronunciación clara: buena articulación y mejor dicción

Ejercicio 1: Morder un lápiz, como si se tuviera un freno de caballo en la boca. En esta posición, se pone a leer un periódico. Hacer este ejercicio durante cinco minutos. Se verá cómo se aflojan todos los músculos de la cara.

Ejercicio 2: Tomar un libro y a leer en voz alta, lentamente y silabeando: Cuan-do-el-co-ro-nel-Au-re-lla-no-Buen-di-a...

Avanza algunos párrafos así, exagerando la lectura, como haciendo muevas para hablar. Luego silabea más rápido, asegurándote que pronuncias cada una de las letras de cada palabra

Ejercicio 3: Lee en voz alta cualquier texto en prosa, mientras tienes que mantener los dientes apretados, pero procurando que se entienda lo que lees.

Ejercicios de vocalización:

Todos los ejercicios de vocalización se deben hacer de pie y frente a un espejo, para darse cuenta de la posición de la boca; también se debe inspirar por la nariz y expirar al emitir las vocales si es el caso.

Ejercicio 1: abrir la boca lo más que se pueda durante 10 segundos. Cierra la boca lentamente. Repite el ejercicio 9 veces más.

Ejercicio 2: Inspira

Se tiene que decir aaaaaaaaaa en forma sostenida y abriendo mucho la boca.

Repetir el ejercicio con cada vocal. Practicar con cada vocal 9 veces más.

Hacemos una radio participativa

Desarrollo: Armar grupos de 5 a 6 personas. Cada integrante representará un sector diferente:

Docentes, recicladores, ex drogadictos, grupos juveniles, sindicalistas, padres de familia, religiosos, etc.

A continuación que toda la gente presente elija un solo tema para ser tratado. Una vez seleccionado, el juego consistirá en armar una programación (nombre de la sección, tiempos de cada uno, objetivo y horario de emisión) que refleje todos los intereses que están en juego. A partir de la programación propuesta, responderán algunas preguntas:

¿No queda ninguna posición fuera de juego?

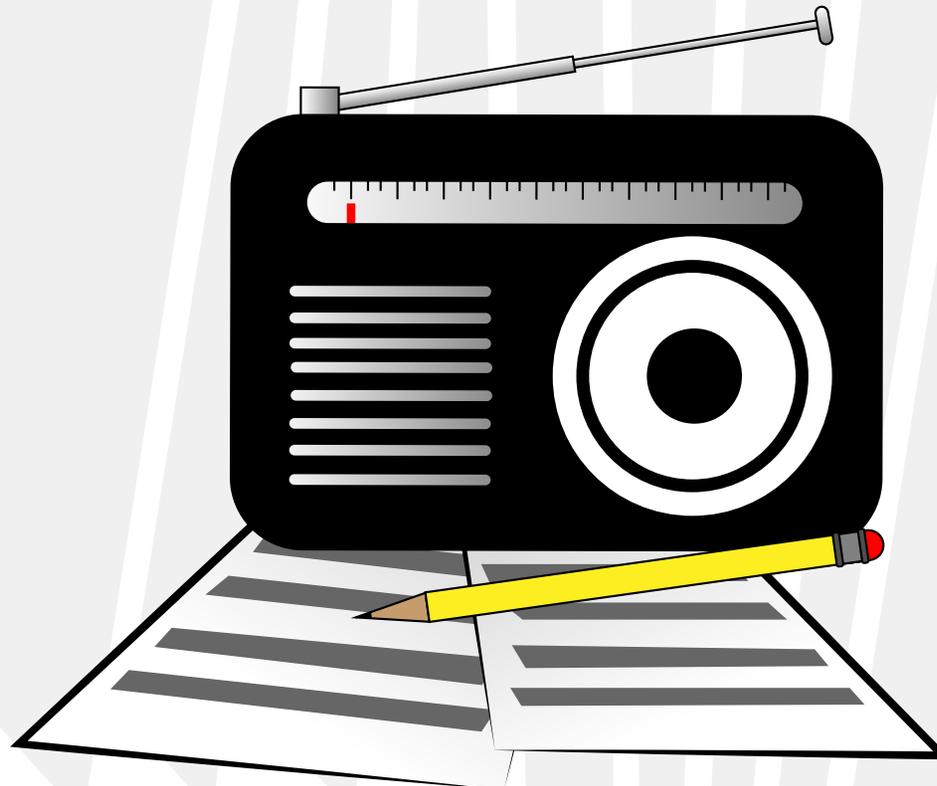
¿El sentido de cada sección realmente aporta al tema propuesto?

¿El tiempo de emisión de cada sección, no estará privilegiando algunas posiciones?

¿El horario propuesto es coherente con la población objeto?

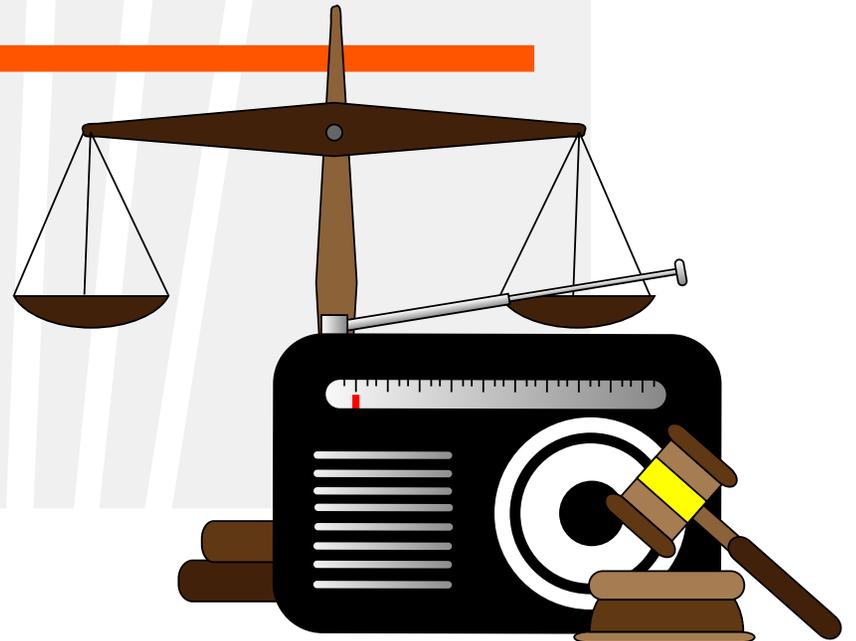
¿Fue necesario incluir el punto de vista de todos los grupos? ¿Por qué?

Luego de responder a estas preguntas será evaluada cada respuesta por todo el grupo en plenaria
Por último, cada grupo terminará el juego haciendo los ajustes necesarios luego de recoger algunas sugerencias para la programación, y posteriormente presentar de nuevo ante el grupo general, la nueva propuesta con las justificaciones correspondientes.



UNIDAD IV

LEGISLACIÓN RADIAL

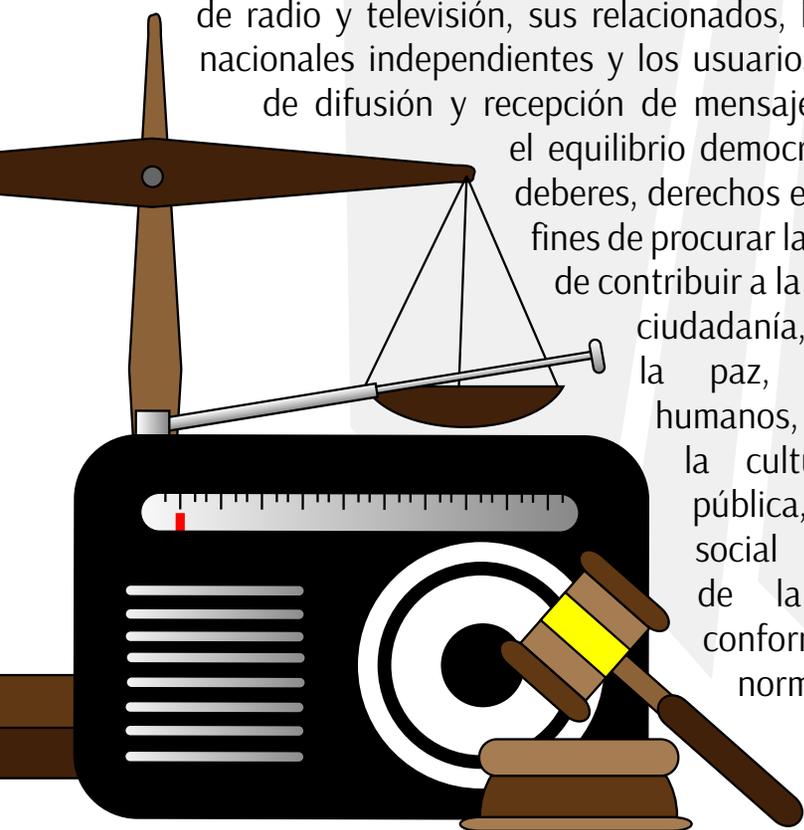


LEYES Y NORMATIVAS RADIALES

Leyes de Responsabilidad Social en Radio y Televisión

Es el nombre de la Ley aprobada por la Asamblea Nacional promulgada y sancionada el 9 de diciembre de 2004 y en plena vigencia desde el 8 de marzo de 2005, denominada coloquialmente Ley Resorte; asimismo, se establece en Gaceta Oficial No 39.610. del 7 de febrero de 2011 en su última versión denominada Leyes de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos, cuyo objeto es, establecer la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, sus relacionados, los productores nacionales independientes y los usuarios en el proceso de difusión y recepción de mensajes, fomentando

el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses, a los fines de procurar la justicia social y de contribuir a la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la educación, la cultura, la salud pública, y el desarrollo social y económico de la Nación, de conformidad con las normas y principios



constitucionales, de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la educación, la seguridad social, la libre competencia y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

Esta ley se aplica a todo texto, imagen o sonido cuya difusión y recepción tengan lugar dentro del territorio de la República Bolivariana de Venezuela, y sea realizada a través de:

1. Servicios de radio: radiodifusión sonora en amplitud modulada (AM); radiodifusión sonora en frecuencia modulada (FM); radiodifusión sonora por onda corta; radiodifusión sonora comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción nacional audio, difundidos a través de un servicio de difusión por suscripción.
2. Servicios de televisión: televisión UHF; televisión VHF; televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción nacional audiovisual, difundidos a través de un servicio de difusión por suscripción.
3. Servicios de difusión por suscripción.
4. Medios electrónicos.

El gobierno venezolano para 2005 anunció la implementación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, en la cual se disponen medidas para regular las señales en Radio y Televisión, las mismas, están sujetas a transmitir mensajes de servicio público gratuitos y establecer su programación basándose en horarios categorizados según el público al quien esté dirigido, así como minimizar los contenidos considerados para adultos tales como violencia, sexualidad, etc. Los opositores al gobierno venezolano generalmente le llaman o llamaron la

“ley mordaza” debido a limitaciones impuesta a cierto tipo de contenidos por televisión como telenovelas y la transmisión obligatoria para todos medios radioeléctricos de espacios de Producción Nacional Independiente PNI y programas dirigidos a niñas, niños y adolescentes, culturales y educativos, así como también normas dirigidas a regularizar el tiempo destinado a la difusión de publicidad.

1. Disposiciones generales.
2. De la difusión de mensajes.
3. De los servicios de radio y televisión por suscripción y de la aplicabilidad y el acceso a canales de señal abierta y bloqueo de señales.
4. De la democratización y participación.
5. Órganos con competencia en materia de responsabilidad social en radio, televisión y medios electrónicos.
6. Del fondo de responsabilidad social y de las tasas.
7. Del procedimiento administrativo sancionatorio.

Leyes y normas relacionadas al ámbito radial

Entre ellas se mencionan las relacionadas con la radio nacional como son: La ley de radio y televisión n° 28278; Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (2011); y las disposiciones de la presente ley, se aplican a todo texto, imagen o sonido cuya difusión y recepción tengan lugar dentro del territorio de la República Bolivariana de Venezuela, y sea realizada a través de:

1. Servicios de radio: radiodifusión sonora en amplitud modulada (AM); radiodifusión sonora en frecuencia modulada (FM); radiodifusión sonora por onda corta; radiodifusión sonora comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción nacional audio, difundidos a través de un servicio de difusión por

suscripción.

2. Servicios de televisión: televisión UHF; televisión VHF; televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción nacional audiovisual, difundidos a través de un servicio de difusión por suscripción.

3. Servicios de difusión por suscripción.

4. Medios electrónicos.

Ley orgánica de telecomunicaciones

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 6 numeral 1 del Decreto de la Asamblea Nacional Constituyente mediante el cual se establece el Régimen de Transición del Poder Público, publicado en la Gaceta Oficial No. 36.920 de fecha 28 de marzo del año 2000.

Ley de responsabilidad social

La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte) es una nueva iniciativa, de las numerosas que ha intentado el Estado y la sociedad venezolana, de regular la radio y la televisión. Así como poner al día la legislación venezolana con los convenios internacionales que ha suscrito la República en materia de libertad de expresión y de responsabilidad social de las comunicaciones radiofónicas y televisivas. Esta Ley desarrolla los valores de libertad, justicia, igualdad, solidaridad, responsabilidad social, preeminencia de los derechos humanos, entre otros conceptos promulgados en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. En ella prevalece la necesidad de abrir espacios en la comunicación, como fundamento de la democracia participativa y protagónica, la formación de una conciencia ciudadana y una cultura de paz.

A los efectos de esta Ley se establecen los siguientes tipos y bloques de Horarios:

Horario todo usuario: es aquél durante el cual sólo se podrá difundir mensajes que puedan ser recibidos por todos los usuarios y usuarias, incluidos niños, niñas y adolescentes sin supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las siete antemeridiano y las siete postmeridiano.

1.Horario supervisado: es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que, de ser recibidos por niños, niñas y adolescentes, requieran de la supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las cinco antemeridiano y las siete antemeridiano y entre las siete postmeridiano y las once postmeridiano.

2.Horario adulto: es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que están dirigidos exclusivamente para personas adultas, mayores de dieciocho años de edad, los cuales no deberían ser recibidos por niños, niñas y adolescentes. Este horario está comprendido entre las once postmeridiano y las cinco antemeridiano del día siguiente.

Más adelante se procede a establecer de acuerdo a los horarios anteriormente citados el tipo de programa o mensaje que está permitido esto con base en la clasificación A, B, C, D, E de lenguaje, sexo y violencia con la finalidad de proteger a las niñas niños y adolescentes de información que pueda atentar contra su formación integral, esto está claramente establecido a continuación:

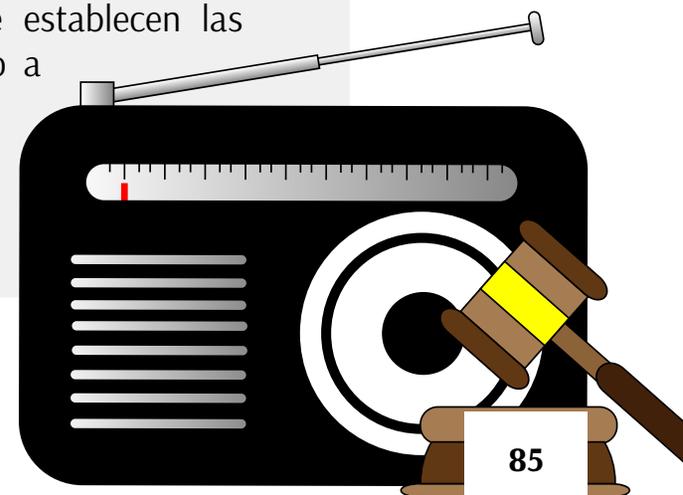
En los servicios de radio o televisión, durante el horario todo usuario, no está permitida la difusión de: mensajes que contengan elementos de lenguaje tipo “B” y “C”, elementos de salud tipo “B”, “C” y “D”, elementos sexuales tipo “B”, “C” y “D” ni elementos

de violencia tipo “C”, “D” y “E”; mensajes que atenten contra la formación integral de los niños, niñas y adolescentes, mensajes con orientación o consejos de cualquier índole que inciten al juego de envite y azar, publicidad de juegos de envite y azar o de loterías, salvo que se trate de rifas benéficas por motivos de ayuda humanitaria, publicidad de productos y servicios de carácter sexual, salvo aquellos dirigidos a promover la salud sexual y reproductiva. En el horario todo usuario podrá difundirse hasta dos horas de radionovelas o telenovelas. De igual forma se establece tanto para la radio como la televisión una restricción en la duración que puede tener los infocomerciales: En los servicios de radio o televisión, durante los horarios todo usuario y supervisado, no está permitida la difusión de infocomerciales que excedan de quince minutos de duración.

Artículo 8 Tiempos para publicidad, propaganda y promociones : En este artículo se establece una regulación del tiempo que se debe dedicar tanto en radio como en televisión para la difusión de publicidad y propaganda, esta relación de tiempo se realiza en función de sesenta minutos de transmisión

En los servicios de radio y televisión el tiempo total para la difusión de publicidad y propaganda, incluidas aquellas difundidas en vivo, no podrá exceder de quince minutos por cada sesenta minutos de difusión...

En el artículo 9 se establecen las restricciones en cuanto a contenido que regulan la difusión de publicidad y propaganda las cuales se establecen por motivos de salud pública pues atentan contra la integridad y



formación integral de los niñas niños y adolescentes e incitan a hábitos de vida poco recomendables por sus implicaciones posteriores contra el comportamiento y salud del individuo.

Por motivos de salud pública, orden público y respeto a la persona humana, no se permite en los servicios de radio y televisión, durante ningún horario, la difusión de publicidad sobre:

1. Cigarrillos y derivados del tabaco.
2. Bebidas alcohólicas y demás especies previstas en la legislación sobre la materia.
3. Sustancias estupefacientes o psicotrópicas prohibidas por la ley que rige la materia.
4. Servicios profesionales prestados por personas que no posean o cumplan los requisitos o condiciones exigidos por la ley.
5. Bienes, servicios o actividades cuya difusión haya sido prohibida o restringida, en forma temporal o permanente, por motivos de salud pública o garantía de los derechos de las personas, por la ley o las autoridades competentes, o no haya sido autorizada, según sea el caso.
6. Juegos de envite y azar que denigren del trabajo como hecho social y proceso fundamental para alcanzar los fines del Estado, o en los cuales participen niños, niñas o adolescentes, salvo que se trate de rifas benéficas por motivo de ayuda humanitaria.
7. Bienes o servicios dirigidos a niños, niñas y adolescentes que muestren o utilicen elementos de violencia regulados en esta Ley.
8. Armas, explosivos y bienes o servicios relacionados y similares.

Artículo 10 Las Modalidades de Acceso del Estado a Espacios Gratuitos y Obligatorios En este artículo se establece la obligación

en que se encuentran los medios de comunicación de transmitir de forma gratuita transmisiones o alocuciones oficiales y mensajes culturales, educativos, informáticos o preventivos de servicio público. Estos últimos sin poder exceder de los setenta minutos semanales o quince minutos diarios.

Artículo 14. La Democratización en los servicios de radio y televisión Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir, durante el horario todo usuario, un mínimo de tres horas diarias de programas culturales y educativos, informativos o de opinión y recreativos dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes, presentados acordes con su desarrollo integral, con enfoque pedagógico y de la más alta calidad. En la difusión de estos programas se deberá privilegiar la incorporación de adolescentes como personal artístico o en su creación o producción.

Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir diariamente, durante el horario todo usuario, un mínimo de siete horas de programas de producción nacional, de las cuales un mínimo de cuatro horas será de producción nacional independiente. Igualmente, deberán difundir diariamente, durante el horario supervisado, un mínimo de tres horas de programas de producción nacional, de los cuales un mínimo de una hora y media será de producción nacional independiente. Quedan exceptuados de la obligación establecida en el presente párrafo los prestadores de servicios de radiodifusión sonora y televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro.

En este artículo queda asentada la obligación en que se encuentran los medios de transmitir programas de tipo culturales y educativos, informativos o de opinión y recreativos en lo cual se privilegia el trabajo periodístico y se brinda de igual forma la oportunidad de ir formando al talento joven además

que privilegia la producción nacional que debe estar presente en un alto porcentaje dentro de la programación lo cual incide categóricamente con el rescate del talento y capital humano de la nación.

En ningún caso, un mismo productor nacional independiente podrá ocupar más de veinte por ciento del período de difusión semanal que corresponda a la producción nacional independiente de un mismo prestador de servicios de radio o televisión. En lo anteriormente citado del artículo 14 se establece igualmente una necesidad que existe de brindar igualdad de oportunidades al productor nacional independiente, generando de esta forma un escenario donde predomine la pluralidad y democracia.

Durante los horarios todo usuario y supervisado, los servicios de radio o televisión que difundan obras musicales, deberán destinar a la difusión de obras musicales venezolanas, al menos un cincuenta por ciento de su programación musical diaria. Al establecerse en dicho artículo la obligación del medio de difundir la producción musical venezolana se busca que la audiencia genere un sentido de pertenencia con el país; y de esta forma valore y respete la producción nacional la cual siempre se había visto disminuida en cuanto a tiempo y presupuesto por la producción extranjera



Aspectos más resaltantes de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos

Promulgada, sancionada y reformada según Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela nº 39.610, de fecha 7 de febrero de 2011:

1. En ningún artículo de la Ley se limita, regula o prohíbe la difusión en vivo y directo de información noticiosa.
2. Nada ni nadie limita el derecho a cambiar de canal o de dial cuando no nos guste un contenido, pero la libertad de la decisión individual no exime a los medios de su responsabilidad con los mensajes que emiten.
3. El cumplimiento de la Ley no es de exclusiva potestad del Estado, la Constitución nacional establece una corresponsabilidad entre el Estado y la sociedad. Por eso, la participación ciudadana es fundamental.
4. Los niños, niñas y adolescentes están protegidos de la programación y publicidad que promuevan el lenguaje inadecuado, el consumo de bebidas alcohólicas, tabaco o drogas, la violencia desmedida o el sexo explícito.
5. La Ley no establece censura previa, reafirma la libertad de expresión y la libertad de información, y ratifica el principio de responsabilidad ulterior, consagrados en la Constitución nacional.
6. Las disposiciones de la Ley aplican para todos los medios audiovisuales, bien sean del Estado, privados o comunitarios.

7. Se moderniza la normativa legal vigente.

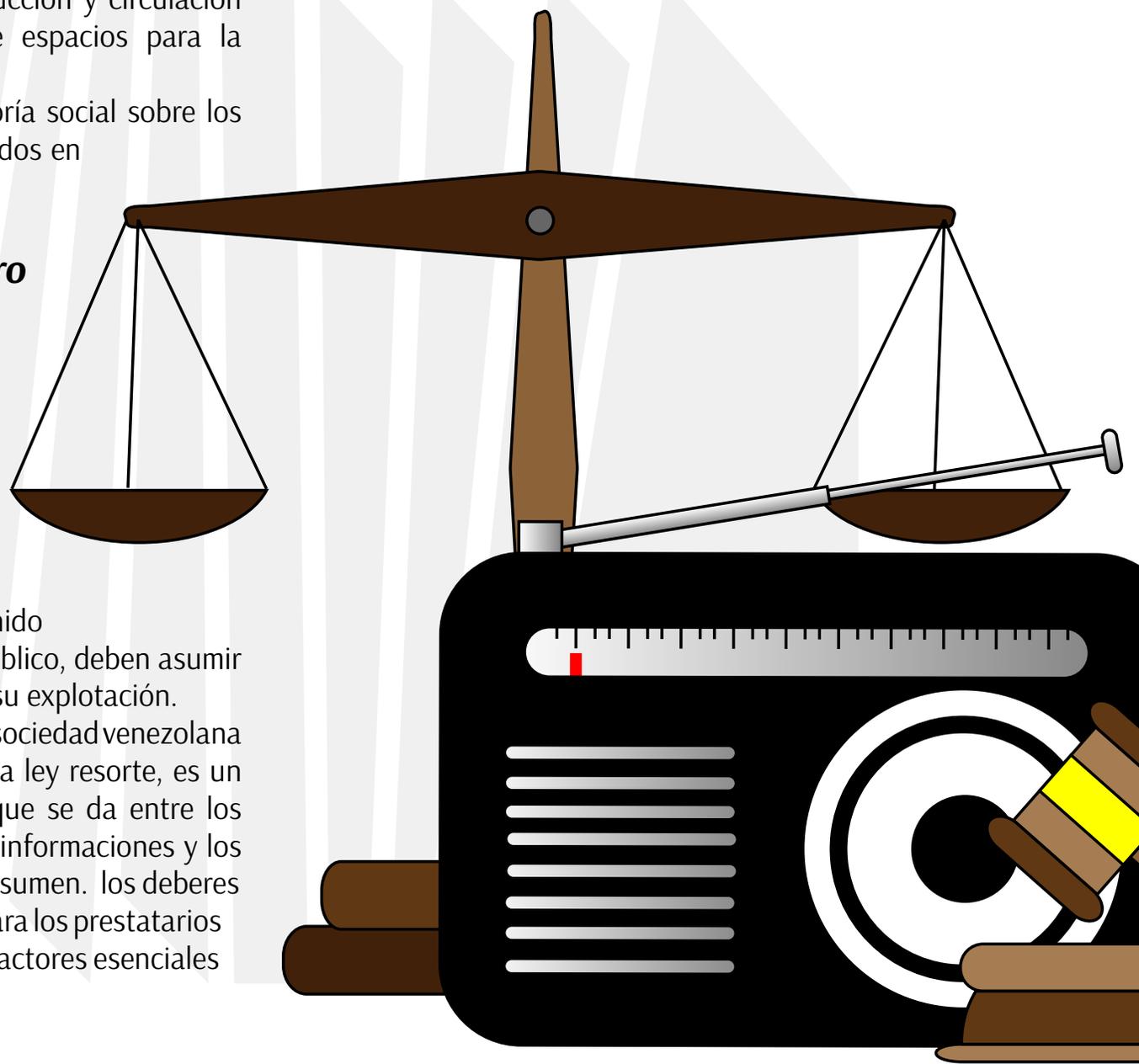
8. La Ley Resorte democratiza la producción y circulación de mensajes audiovisuales, mediante espacios para la producción nacional independiente.

9. Los ciudadanos ejercerán la contraloría social sobre los servicios de radio y televisión organizados en comité de usuarios.

Responsables por el espectro radioeléctrico

El espectro radioeléctrico es el espacio físico por el que se transmiten las señales de radio y televisión, un recurso limitado del que somos dueños todos los venezolanos. El Estado lo administra, y autoriza concesiones a televisoras y emisoras de radio para explotarlo comercialmente. Éstas, que sólo han obtenido un permiso para usar un bien de dominio público, deben asumir las responsabilidades sociales que conlleva su explotación.

La movilización de distintos sectores de la sociedad venezolana en torno a la elaboración y aprobación de la ley resorte, es un esfuerzo por transformar el desequilibrio que se da entre los intereses económicos de los que emiten las informaciones y los intereses sociales de los usuarios que las consumen. Los deberes y derechos que se derivan de esta ley, tanto para los prestatarios de los servicios como para los usuarios, son factores esenciales para el ejercicio de la ciudadanía.



ALGUNAS CONCLUSIONES FINALES

Como se ha visto, los medios masivos de comunicación y el uso cotidiano de herramientas informáticas se han transformado en un factor muy importante en la construcción del conocimiento y en las formas de relacionarse con otras personas a través de la Red. Esto motivó el surgimiento de nuevas propuestas metodológicas en el ámbito educativo.

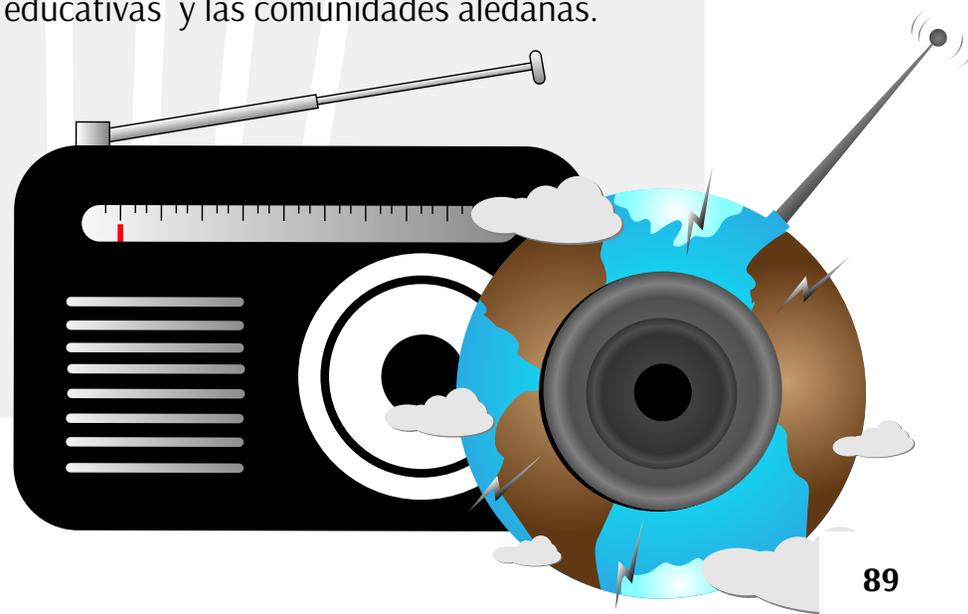
En la era digital, el docente debe ser consciente que está históricamente acostumbrado a la pedagogía de la transmisión y que, así mismo, tiene que enfrentar el desafío de modificar el modelo de comunicación que prevalece en su docencia. La época actual está caracterizada por el uso constante de las TIC y la llamada sociedad de la información genera cambios en el nivel más fundamental de la sociedad.

El lenguaje digital es el responsable de una revolución tecnológica y cultural sin precedentes. El docente puede transformar su aula modificando su modelo comunicacional, construyendo una red y no una ruta. (Silva, 2005 citado en Szyszko, Neri y Cataldi, 2014). Teniendo como base las teorías constructivistas, la radio como agente metodológico participativo resultó ser una metodología de trabajo áulico que permitió utilizar la radio como una herramienta para que los estudiantes pudieran expresarse con libertad, desarrollar capacidades y fomentar la creatividad en las producciones realizadas; también permitió integrar transversalmente los contenidos curriculares trabajados en las asignaturas dictadas en la escuela media, e incentivó el aprendizaje colaborativo y cooperativo en los educandos.

Este libro, como compilación de la autora, fomenta la investigación, la imaginación, la capacidad creadora y la

experimentación educativa en los estudiantes. También permite crear vías de expresión y comunicación, logrando defender sus criterios, vencer la timidez y expresarse con libertad al establecer relaciones con otros centros educativos, a través de la web, para futuros intercambios de experiencias escolares. De esta manera, se ha logrado desarrollar con éxito la metodología de trabajo relacionada a la dinámica radial tanto escolar como comercial, para así lograr la interacción con la comunidad.

Al interactuar con los medios y con la dinámica propuesta, se pudo comprobar que la radio y la ciberradio son recursos transformadores del aprendizaje y enriquecedores de la práctica educativa, que permiten optimizar el proceso de enseñanza - aprendizaje en la labor áulica, ampliando el uso favorable y beneficioso de las TIC en la experiencia pedagógica. (Szyszko, Neri y Cataldi, 2014). La integración de las TIC en la realidad educativa como recursos o como medios de aprendizaje favorece la dinámica radial, y la interacción entre las instituciones educativas y las comunidades aledañas.



REFERENCIAS

- Agudelo (2008). La Educación en Medios de Comunicación. Noticieros de TV e Imaginarios. Tesis Doctoral. Frontera Colombo-Venezuela.
- Alcázar, M. (2000) Los Paradigmas de la Comunicación. Venezuela, Revista de comunicación y cultura Red Iberoamericana nº 112, Año: (2000), “El protagonismo de las audiencias” Centro Gumilla.
- Cañizález, A. (2014) Medios de comunicación: De los medios a las redes. Noticiero digital.com. Periodismo y Poder. Publicado en: “Comunicación Política, Medios de comunicación, Periodismo” | Marzo 18, 2014 |
- Cebrián, M. (2007) Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Fragua, Madrid.
- CONATEL (2014). [Pagina Web en línea]. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/responsabilidadsocial> [Consulta 2014, abril 10]
- Cordero, P (2007) “FM and Internet. Digital World and new radio models”. En Cebrián, y Flores, págs. 437-449.
- Gerbaldo (2006). Radio Feroz. Argentina: Manual de radio participativa con niños, niñas y jóvenes. CECOPAL.
- Haye, M (1995) hacia una nueva radio. Buenos Aires: Paidós.
- Hernández, M (2006) Retrospectiva de las radios populares. Bogotá: CEAC.
- IRFA (2002). La Radio Educativa del nuevo milenio. Caracas - Venezuela.
- Kaplún, M. (1978) Producción de programas de radio . Ediciones CIESPAL.
- Kaplún, M. (1998) Procesos educativos y canales de comunicación. Revista Comunicar N°11.

Keithley, J (1999) The story of electrical and magnetic measurements: from 500 B.C. to the 1940s. John Wiley and Sons. ISBN 0-7803-1193-0, 9780780311930. 240 páginas

Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión. (2010). Caracas, Venezuela. EDUVEN. N° 38.333

Ley Orgánica Para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes. (2007). Caracas, Venezuela. Gaceta Oficial n° 5.859.

Manual práctico para iniciarse como creativo de radio (1998). (pp. 35-48) España. Editorial: Cims.

Montoya, Alma y Betancourt. (2006). Radio Escolar. Una Onda Juvenil para una comunicación participativa. Colombia: Paulinas. www.unicef.org/magic/bits/espanol.html . Desafío de Oslo 1999. Documentos. 26/11/ 2006

Oslin, G (1999) The Story of Telecommunications.. Mercer University Press. Macon, (Traducción del inglés)

Instituto Superior nuestra Señora de la Paz (2011) la radio.Disponible: <http://aprenderradio.wordpress.com/guion/> [página web] [consulta 2014, febrero, 28]

La radio (2011). Redacción radial disponible: <http://www.laradioyotrosdemonios.blogspot.com/2011/05/redaccion-radial.html> [página web] [Consulta 2014 febrero, 20]

La radio escolar. [Documento en línea]. Disponible en: <http://html.rincondelvago.com/radio-educativa.html> [Consulta 2014, noviembre 04]

La radio en Venezuela (2010) La historia de los medios [Pagina Web en línea]. Disponible: <http://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/page/2/> [Consulta: 2014, Enero, 30]

La radio y otros medios (2011). La Radio: Redacción Radial.[Blog en línea]. Disponible: <http://www.laradioyotrosdemonios.blogspot.com/2011/05/redaccion-radial.html>. [Consulta 2014, noviembre 04]

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos. (2004, Diciembre, 7) [Transcripción en línea] Disponible: http://www2.ula.ve/cja/images/stories/cja/ley_resortemec.pdf [Consulta: 2014, Abril 5]

Lotman, I. (1996) La Semiosfera I- Semiótica de la cultura y del texto. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia- Madrid. 1ra Edición.

Mcleish, R. (1985): Técnicas de creación y realización en radio. Edita Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV). Madrid.

Merayo, A. siruner .Las Radios Universitarias. Disponible: <http://www.siruner.uner.edu.ar/opinion/las-radios-universitarias> [Consulta: 2014, octubre 26]

Ministerio de Educación de la Nación (2011). Programa Nacional de Extensión Educativa “Abrir la Escuela Disponible: http://portales.educacion.gov.ar/dnps/files/2011/10/cuadernilo_RadiosEscolares_con-anexo_versi%C3%B3n-final.pdf [Consulta: 2014, Abril, 04]

Ministerio de Educación de España (2014). Media Radio. <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque5/pag7.html>. [Consulta 2014, noviembre 04]

Monitoréalo. (2017) <http://monitorealo.blogspot.com/2012/02/clasificacion-de-las-emisoras-de-radio.html>

LA AUTORA

Nancy Ojeda . Profesora en Educación mención Educación Comercial (IUPMA). Posee Maestría en Educación mención Tecnología y Desarrollo de la Instrucción (UPEL_IPC); Especialización en Educación Técnica (IUPMA); y un Doctorado en Educación (UPEL_IPC). Se desempeña como profesora a Dedicación Exclusiva, adscrita al Departamento de Tecnología Educativa en el UPEL_IPC. Asesora de proyectos internacionales. Ha administrado cursos de Estrategias y Recursos Instruccionales, Planificación de Sistemas Instruccionales, Producción Radial Educativa, Inteligencias Múltiples, Juegos y Simulaciones Instruccionales, bajo modalidades presenciales y mixta. Coordina actualmente la Línea de Investigación perteneciente al Doctorado en Educación del IPC denominada Estudio y Evaluación de la Creatividad. Coordinadora institucional del Programa de Tecnologías de la Información y la Comunicación (PROTIC) en el UPEL_IPC y del servicio comunitario en Radio del IPC. Directora Nacional del proyecto Radio UPEL de la UPEL. Postdoctorado En Educación Latinoamericana (PhD) de la RIEAC.



Esta obra se realizó en formato digital en el mes de marzo de 2018, en Caracas, Venezuela.
Conformando la Serie de libros arbitrados de la Dirección de Publicaciones de la
Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

direccion.publicaciones@upel.edu.ve
direccion.publicacionesupel@gmail.com

Dra. Nancy Ojeda

UN PASEO POR LA
DINÁMICA RADIAL

