



Mi Universidad

ANTOLOGÍA

PRODUCCION DE AUDIO

Diseño Gráfico

Cuatrimestre 8°

Enero- Abril

Marco Estratégico de Referencia

Antecedentes históricos

Nuestra Universidad tiene sus antecedentes de formación en el año de 1979 con el inicio de actividades de la normal de educadoras “Edgar Robledo Santiago”, que en su momento marcó un nuevo rumbo para la educación de Comitán y del estado de Chiapas. Nuestra escuela fue fundada por el Profesor Manuel Albores Salazar con la idea de traer educación a Comitán, ya que esto representaba una forma de apoyar a muchas familias de la región para que siguieran estudiando.

En el año 1984 inicia actividades el CBTiS Moctezuma Ilhuicamina, que fue el primer bachillerato tecnológico particular del estado de Chiapas, manteniendo con esto la visión en grande de traer educación a nuestro municipio, esta institución fue creada para que la gente que trabajaba por la mañana tuviera la opción de estudiar por las tardes.

La Maestra Martha Ruth Alcázar Mellanes es la madre de los tres integrantes de la familia Albores Alcázar que se fueron integrando poco a poco a la escuela formada por su padre, el Profesor Manuel Albores Salazar; Víctor Manuel Albores Alcázar en julio de 1996 como chofer de transporte escolar, Karla Fabiola Albores Alcázar se integró en la docencia en 1998, Martha Patricia Albores Alcázar en el departamento de cobranza en 1999.

En el año 2002, Víctor Manuel Albores Alcázar formó el Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. para darle un nuevo rumbo y sentido empresarial al negocio familiar y en el año 2004 funda la Universidad Del Sureste.

La formación de nuestra Universidad se da principalmente porque en Comitán y en toda la región no existía una verdadera oferta Educativa, por lo que se veía urgente la creación de una institución de Educación superior, pero que estuviera a la altura de las exigencias de los jóvenes que tenían intención de seguir estudiando o de los profesionistas para seguir preparándose a través de estudios de posgrado.

Nuestra Universidad inició sus actividades el 18 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en Puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a nuestras propias instalaciones en la carretera Comitán – Tzimol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y educativos de los diferentes campus, así como de crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca.

Misión

Satisfacer la necesidad de Educación que promueva el espíritu emprendedor, aplicando altos estándares de calidad académica, que propicien el desarrollo de nuestros alumnos, Profesores, colaboradores y la sociedad, a través de la incorporación de tecnologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Visión

Ser la mejor oferta académica en cada región de influencia, y a través de nuestra plataforma virtual tener una cobertura global, con un crecimiento sostenible y las ofertas académicas innovadoras con pertinencia para la sociedad.

Valores

- Disciplina
- Honestidad
- Equidad
- Libertad

Escudo



El escudo del Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. está constituido por tres líneas curvas que nacen de izquierda a derecha formando los escalones al éxito. En la parte superior está situado un cuadro motivo de la abstracción de la forma de un libro abierto.

Eslogan

“Mi Universidad”

ALBORES



Es nuestra mascota, un Jaguar. Su piel es negra y se distingue por ser líder, trabaja en equipo y obtiene lo que desea. El ímpetu, extremo valor y fortaleza son los rasgos que distinguen.

Intervención Psicopedagógica.

Objetivo de la Materia

Esta asignatura sentará las bases para el desarrollo de las competencias necesarias para que los y las estudiantes puedan realizar diferentes programas en una producción de audio. Con una combinación de teoría y práctica, se estudiarán los componentes indispensables de toda producción de audio; los diferentes géneros y formatos radiofónicos, el equipo técnico y humano que se utiliza en una producción sonora.

INDICE

UNIDAD III: GÉNEROS Y FORMATOS

Subtema:

3.1.- Géneros y formatos informativos.

2.4. Los abordajes comunicacionales

Los abordajes, son aspectos particulares que guardan una estrecha correspondencia y relación, con las matrices teórico sociales y sirven para la construcción de definiciones, de herramientas conceptuales, metodológicas y en general para el manejo del campo de la comunicación, Erick Torrico tipologiza en cuatro especies de abordajes:

- a) Pragmático, cuyo aspecto medular se vincula centralmente a “los efectos prácticos de los procesos de comunicación mass-mediática y su contribución a la estabilidad macrosocial.”(Torrice 2004:123).
- b) Socio-técnico, fundamentalmente tiene como escenario a las “consecuencias de las tecnologías comunicacionales sobre la estructuración de la vida social” (Torrice 2004:123).
- c) Crítico, uno de sus rasgos básicos es su carácter cuestionador considerando a la comunicación como el “lugar y componente de la lucha por la liberación y la transformación social” (Torrice 2004:123).
- d) Político cultural, se preocupa por “vínculos comunicación-cultura”(Torrice 2004:124)

Pero Torrice avanza más con lo que considera las dimensiones que privilegia cada una de los abordajes, si bien es cierto que cada uno tiene amplios espectros de articulación con diversos espacios disciplinarios, sin embargo, es capaz de destacar los más importantes como psicológica, psicosocial, semiológica, tecnológica, política, económica, cultural y socio-semiótica.

En el corolario de este mapa propuesto por Torrice, que nos permite la ubicación del campo de la comunicación desde las posibilidades temporales y de contenidos, se plantea un concepto más o menos homogéneo de cada periodo. Así el difusionista concibe la comunicación como un factor motivacional o inductor del cambio social y el desarrollo, por su lado el periodo crítico ve en la comunicación un espacio de lucha ideológica, mientras que el periodo culturalista encuentra que la comunicación es un factor de la (re)construcción de identidades y de la articulación de la sociedad global tecnologizada y finalmente el periodo

actual conceptualiza a la comunicación como un factor de los procesos de implantación, negociación o resistencia en la recomposición hegemónica global.

Todos estos elementos abordados nos permiten ver con mucha lucidez el amplio escenario en el que todavía tenemos a comenzar a descender para encontrarnos con la realidad conceptualizada para a partir de ello trabajar, sin embargo para los fines de nuestra investigación cada uno de ellos tienen importantes aspectos que se constituyen en base de estudio de nuestro objeto.

2.5. Los enfoques comunicacionales

Si bien la comunicación social transita por un escenario histórico cuyo amplio espectro son los paradigmas sociales los cuales corren un camino histórico articulado a los periodos económico-políticos y posibilitan cuadros teóricos explicativos de lo social que dan paso también a lo comunicacional que son periodizados mostrando concepciones de la comunicación y las dimensiones que privilegian, pero también generan una amplia gama de enfoques.

Para nuestro propósito es necesario señalar que dado el periodo de estudio de nuestro objeto básicamente consideramos elementos del periodo difusionista y del periodo crítico y culturalista, con ello se pretende dotarle de un aparato teórico conceptual que nos ayude a entender la situación de la práctica radial en nuestro país en la década de los ochenta, tanto

desde un contexto global, como desde una perspectiva nacional y fundamentalmente local, se plantea la utilización de elementos de algunos de los enfoques de abordaje de la comunicación.

Por la importancia y necesidad de sus aportes teóricos, el enfoque de la industria cultural, que plantea entre sus principios generales que las organizaciones empresariales tienen como función la reproducción ideológica y social, producen, distribuyen, comercializan, importan y difunden mercancías de consumo masivo y contenido simbólico que son precisamente los productos culturales que producen las empresas, se constituye en una base importante referente en términos generales para encarar el trabajo puesto que entre los horizontes articuladores de la práctica radial del objeto estudiado se percibe una marcada acción a identificar estos productos culturales y enfrentarlos, y con ello enfrentar esta industria.

Un segundo enfoque guía teórico que se utiliza es la dependencia cultural, el mismo si recordamos plantea que comunicación busca una imposición de valores, normas, creencias

y estilos de vida ajenos a los países latinoamericanos a partir de la influencia cultural de los Estados Unidos canalizado por el flujo comunicacional. En este horizonte el medio de comunicación estudiado parece concebir el escenario y por ello mismo parece articular una acción pro activa en contra de esa imposición.

El imperialismo cultural que plantea que los medios de comunicación son instrumentos que posibilitan la ampliación y consolidación del capitalismo estadounidense utilizando la comunicación masiva como un elemento de influencia, que resulta negativa para las culturas

propias, de ampliación y expansión de los mercados. Esta visión general es articulada a la investigación y en particular al accionar del medio de comunicación específicamente estudiado en el que se percibe una posición y acción, a partir de diferentes elementos, que utiliza para contrarrestar esta acción.

Finalmente por las condiciones objetivas de desenvolvimiento y accionar del medio estudiado resulta inevitable el uso de los criterios generales del enfoque de la comunicación alternativa y popular que centralmente plantea una comunicación contestataria de sectores populares de las sociedades dependientes que deben buscar el cambio social y llevar adelante prácticas opuesta y diferentes a los medios comerciales y a las estructuras transnacionales.

También es necesario rescatar el espíritu del enfoque de la Transmisión eficiente y eficaz fundamentalmente en sus elementos que hacen a la capacidad que tienen los medios masivos para enviar mensajes con fidelidad, velocidad y evitando los ruidos, se utilizan estos criterios por las características de los medios en el periodo de estudio que se realiza.

Difusión de innovaciones que como enfoque ve a los medios masivos como difusores de modelos aportados por una cultura dominante para que sean adoptados por otra cultura aceptante, también brindan elementos para el manejo de la investigación.

Estos enfoques resumidos brevemente y en aspectos específicos de interés para el trabajo nos permitirán dotarnos de una importante base teórica que posibilitará una aproximación desde diferentes planos al escenario amplio de estudio del objeto planteado.

2.6. La comunicación masiva

Para iniciar una aproximación a la comunicación masiva, es necesario comenzar por encontrar definiciones que nos permitan hacer más operativo el sentido de la comunicación y por ello partimos del criterio de conceptualizarla como “un “proceso social [que implica la utilización de un] conjunto de capacidades que los seres humanos tienen para producir y para construir significaciones y sentidos” naturalmente que esto implica que la comunicación es una espacio “donde interactúan dos o más individuos dentro de una estructura social utilizando códigos comunes que les permiten compartir significados” (Camacho, Navarro, Zeballos 1999:16).

Vista así la comunicación como una relación dinámica en que intervienen diversos factores, también se puede hacer una tipologización de formas de comunicación, los teóricos han

identificado al menos cuatro muy importantes, estas son la intrapersonal, interpersonal, grupal y la masiva.

En el trabajo Comunicación masiva de la audiencia a la competencia de Carlos Camacho, Edgar Dávila y René Zeballos, se consideran conceptualmente estas diferentes formas de comunicación de la siguiente manera: La Comunicación Intrapersonal como un proceso interno de cada persona consigo mismo, aunque esta forma de comunicación es cuestionada

por muchos por no considerarlo un acto social. La Comunicación Interpersonal es considerada como un proceso de intercambio de información y sentimientos entre personas que utilizan un mismo código de signos. La Comunicación Grupal se la entiende como un conjunto de personas que interactúan entre si a través de signos iguales.

Dadas las características de la investigación que se encara la forma de comunicación que más nos interesa conocer es la Masiva, es aquella hecha por los medios, se diferencia por que la fuente es una institución, el emisor una persona o un grupo especializado, el mensaje es elaborado para grandes públicos y hecho para convertirlo en mercancía por su valor comercial, el canal son equipos que conducen el mensaje, la relación emisor receptor es impersonal y unidireccional, el receptor generalmente no tiene posibilidad de respuesta, el receptor es considerado como un público amplio.

Los medios masivos son clasificados como: impresos, sonoros, visuales, audiovisuales y multimedia. Los medios masivos sonoros son aquellos que utilizan como herramienta fundamental el sonido para la elaboración de sus mensajes entre ellos se encuentra la Radio medio que tiene su propio lenguaje para la elaboración de sus mensajes.

2.7. La Radio

Existe una amplia gama de definiciones sobre radio considerando los diferentes teorías, momentos y enfoques de la comunicación por ello proponemos un concepto que se articula

a los objetivos y propósitos de la investigación, para ello definimos la radio como un “medio de comunicación masivo que se vale de recursos [productivos] (...) y tecnológicos (...), para producir (...) mensajes (...) auditivos con un lenguaje propio [que puede o no reproducir y recrear la realidad] humana (...) Para luego transmitirlos comunicativamente a través de señales electromagnéticas por el aire-espacio a cientos, miles , millones de perceptores que escuchan los contenidos de su preferencia, para así interactuar con el entorno social.”(Valdez 2006:16)

En la definición podemos claramente apreciar dos componentes, por un lado su naturaleza técnica y por el otro su carácter estrictamente comunicacional, para vellos veamos las características de cada uno de ellos.

2.8. Consideraciones técnicas de la radio

En general el principio fundamental de funcionamiento de la radio es la transmisión de señales eléctricas a distancia debido a la propagación de ondas en el espacio, de ello es que se le llama radiodifusión (Radio, que en realidad hace referencia a radiar, entendiendo

como producir la radiación de ondas y difusión como la propagación de estas), las ondas radioeléctricas difundidas se definen por su número de oscilaciones en un determinado tiempo a lo que se le llama frecuencia y a la distancia que recorre en una oscilación se le llama longitud de onda.

Cuando hablamos del tipo técnico de comunicación que se verifica en la práctica radial, estamos haciendo referencia a una comunicación inalámbrica, la que se realiza a través del espacio o el aire por donde se transmiten los mensajes a través de ondas electromagnéticas, que se las conoce como ondas de radio. Si recordamos las ondas son perturbaciones que se propagan a través de la materia aunque también lo pueden hacer en el vacío como las electromagnéticas

Una de las características fundamentales de las ondas electromagnéticas es su propagación en línea recta sin embargo estas se reflejan o rebotan en las capas superiores de la atmósfera (en la ionosfera), aunque es necesario señalar que no todas las ondas electromagnéticas rebotan en la ionosfera sólo aquellas menores a los 15 megahercios de frecuencia.

La frecuencia debemos entender como el número de ondas que se propagan por unidad de tiempo, en general el segundo. Las frecuencias son el elemento que sirve para caracterizar las ondas de radio y para clasificar sus rangos y bandas de frecuencia, se conoce de frecuencias altas, medias y bajas.

La radio transmite en general mensajes de sonido (audio) para ello se generan ondas de frecuencia baja, las cuales son atenuadas en el aire y por ello recorren distancia muy pequeñas, por esta razón se recurre a las ondas de altas frecuencia que son capaces de recorrer grandes distancias. Por tanto para transmitir mensajes radiales sonoros (o de audio) es necesario utilizar dos señales combinadas que se las conoce como la onda portadora (frecuencia alta) y la moduladora (frecuencia baja).

Existen dos posibilidades de combinar con fines radiales las ondas, por un lado está la modulación en amplitud, conocida como Radio en Amplitud Modulada AM, en esta combinación la amplitud de la onda portadora varía en función de las variaciones de la onda moduladora. La otra forma de combinar es la de modulación en frecuencia, más conocida como frecuencia Modulada FM, donde la frecuencia de la onda portadora la que varía en función de la onda moduladora.

La frecuencia Modulada “logra reducir el ciclo de las vibraciones eléctricas, haciendo más directa su propagación: da mucha más fidelidad y pureza al sonido, con menores potencia y menores áreas de cubrimiento, pero con mucha más nitidez y calidad, ya que es más fácil controlar los ruidos y los efectos extraños que dañan el mensaje sonoro” (García, 1998:23), por ello es que se considera que la Frecuencia Modulada es de mejor calidad por cuanto es menos sensible a interferencia y ruidos, pero también tiene su limitación por que sólo se transmite a distancias cortas.

Pero sin embargo la radio no sólo implica la emisión de ondas, sino también la recepción de las mismas, por ello es que se puede hablar de un sistema que implica dos procesos: el de emisión que consiste en una fuente sonora (que es registrada por cualquier dispositivo) esta pasa a un amplificador para posteriormente ir a un modulador luego a la antena para su

radiación, tras ello se entra a una segunda fase que es la de recepción que consiste en la recepción de ondas por una antena, estas pasan a un demodulador, luego se dirigen a un amplificador y de él a un parlante, así la radio se convierte en una medio de comunicación

que involucra estos dos procesos cuyo eje central es la transmisión y recepción de sonidos (voz, efectos y música).

2.8.1. La radio inalámbrica y la alámbrica

Es necesario señalar que dado el desarrollo al que hemos llegado en los últimos tiempos ahora se pueden ver formas importantes de comunicación radial desarrolladas de dos soportes los inalámbricos que implican la comunicación, y con ello la emisión y recepción de mensajes, a través del espacio o la atmósfera y el aire (aunque también se lo puede hacer a través del agua y otros elementos) su fundamento básico es la emisión y recepción de ondas. Un segundo tipo que se ha desarrollado fuertemente en los últimos años, es el de las comunicaciones radiales a través de soportes alámbricos que tiene lugar utilizando líneas o cables mediante los cuales se transmite impulsos eléctricos y otros tipos de señales.

En el primer caso, en las inalámbricas, tenemos la tradicional que ya fue explicada ampliamente, resta sumar entonces a esta la radio satelital que implica también el uso de ondas con la diferencia que estas alcanzan satélites artificiales que circundan la tierra en órbitas fuera de la atmósfera a distancias relativamente cercanas, los cuales se encargan de cumplir ya sea la función de reflejar la señal recibida hacia otros lugares (es) de la tierra (satélites pasivos), o amplificar las señales que reciben para luego distribuirlas en otros lugares (satélites activos), este trabajo significa el uso de un soporte o tecnología desarrollada especialmente para esta tarea.

El segundo caso corresponde a la comunicación radial alámbrica que es aquella que utiliza cables y alambres mediante los cuales se emiten pulsos o impulsos eléctricos, en este tipo las más conocidas son la radio por cable, por fibra óptica y por Internet (real audio).

Es necesario señalar que en el último tiempo se han desarrollado modos mixtos que utilizan tanto medios inalámbricos como alámbricos para posibilitar la comunicación radiofónica.

2.9. Componente comunicacional de la Radio

La radio es un medio de comunicación masivo exclusivamente sonoro que a través de la voz humana, la música y los efectos (eventualmente el silencio), producen una comunicación auditiva, esto implica que la radio es un medio de comunicación que utiliza como insumo fundamental el sonido que es “una sensación que se produce en nuestro oído debido a la vibración de los cuerpos” (Sauma, 2000:17).

“Por medio del sonido somos capaces de transmitir sensaciones, conceptos o representaciones [es decir] (...) a través del sonido codificamos una serie de signos, con los que el receptor crea determinadas situaciones o imágenes. Este código comunicativo presenta distintos niveles de percepción e interpretación, dependiendo de los mecanismos – racionales o emocionales- que intervienen en su proceso de descodificación.” (Ortiz, Marchamalo, 1997:67).

A partir de estas consideraciones el sonido es creador de sensaciones, tiene la capacidad de asociar a imágenes o situaciones conocidas y también es asociador de la memoria afectiva.

La radio al igual que otros medios de comunicación tiene una variedad de características, limitaciones, potencialidades y varios factores que le dan su rasgo particular como medio de comunicación masivo.

2.10. Naturaleza de la Radio como medio masivo

Cuando nos referimos a lo masivo de la radio queremos centrar el hecho de la capacidad cuantitativa de los participantes del hecho comunicativo que se fundamenta en una cantidad de características que básicamente se las puede resumir en las siguientes:

- Simultaneidad, la “posibilidad de llegar a muchas personas al mismo tiempo” (Kaplun 1978:48) que muchos puedan escuchar simultáneamente.
- Cobertura, el alcance que tiene en términos de distancias, por que puede llegar a regiones tanto cercanas al lugar de emisión como lejanas a este punto sorteando así las distancias.
- Poder de penetración, de entrar a cualquier lugar que exista un receptor.
- Su vocación participativa, ya que es un medio muy flexible a la participación de los oyentes sin mayores consideraciones sobre su condición.

- Es un medio barato para que acceda el oyente.
- No requiere de condiciones físicas o intelectuales especiales para ser parte de una audiencia.
- Acceso directo a los destinatarios.

Estas características son las que posibilitan su carácter de medio de comunicación masivo a la Radio

2.11. Limitaciones de la radio

Con base en los criterios de Mario Kaplun, se puede señalar que la radio también tiene limitaciones por su propia naturaleza, entre ellas están:

- La unisensorialidad, hace referencia a que el receptor o perceptor sólo utiliza un sentido, el oído, para acceder a los mensajes, la consecuencia de esta limitación puede ser el cansancio y/o la distracción.
- La ausencia de interlocutor es otra limitación, esto implica una relación impersonal que no sólo es de la radio sino de todos los medios masivos, pero que puede tener como consecuencia el desconocimiento de sus reacciones.
- Unidireccional por que el mensaje va en una sola dirección del emisor al receptor lo que puede crear una dependencia y contradependencia.

- La fugacidad de los mensajes significa que estos pasan con velocidad y son de corta duración como para revisarlos o volverlos a escuchar “... los oyentes de radio no tienen la posibilidad de detenerse (...) analizar o retroceder para

reestablecer el sentido de una frase...” (Ortiz, Volpini, 1995:20), por ello suele recurrirse a la redundancia que puede traer una consecuencia como la limitada capacidad de información o la monotonía.

- Auditorio condicionado que implica que la gente puede “oír la radio más que escuchar” (Kaplún, 1978:54). Sus consecuencias son la atención superficial, inconstancia, limitada receptividad a mensajes de cambio.

2.12. Las posibilidades y los recursos

- Poder de sugestión, se constituye en una de las grandes posibilidades ya que los mensajes auditivos radiales sugieren, inducen o generan la creación de imágenes o ideas.

- Comunicación afectiva por que sus mensajes pueden generar una variedad de sensibilidades por la utilización de uno de los sentidos más ligados a la vida afectiva del hombre como es el oído.

- Empatía es aquella identificación que se consigue o se logra entre el emisor y el receptor es “saber sintonizar con el oyente” (Kaplún, 1978:64).

- Relación de identificación se da porque al margen de que existe un auditorio condicionado la radio “establece relaciones que responden a necesidades culturales y

motivaciones psicológicas hondas” (Kaplún, 1978:68) que se contraponen a ese oír la radio más que escuchar.

2.13. Otras características del medio radiofónico que complementan su peculiaridad

Al margen de las limitaciones y potencialidades ya apuntadas del medio radiofónico, existen otro grupo de características muy importantes que de alguna manera distinguen a la radio “El medio radiofónico, su tecnología y sus recursos económicos [además sus recursos humanos] condicionan (...) la naturaleza de sus mensajes. También la audiencia, su comportamiento y su respuesta ante el medio afectan al proceso comunicativo. Así, emisor y receptor determinan, necesariamente, la forma y los contenidos de la comunicación radiofónica.” (Ortiz, Marchamalo, 1997:17). Por ello y a fin de conocer todas las características y rasgos que hacen a la radio complementamos con los siguientes:

- a) Creativa, entendemos como la capacidad de producir algo de la nada, es decir, de inventar o de concebir, acaso de originar, pero también entendemos la creación en la visión de la recreación, es decir, como una actividad creadora de diversión, de esparcimiento o entretenimiento.
- b) Actualidad, que involucra la inmediatez, es decir, los hechos las situaciones o los acontecimientos en tiempo presente, instantáneamente.

c) Cotidianeidad, entendiéndola desde dos dimensiones, desde la visión de la compañía diaria, y desde el protagonismo del oyente en los diferentes hechos situaciones o actividades de la dinámica social.

d) Diálogo, referido a la conversación o a la posibilidad de “...facilitar al oyente el acceso a la comprensión de la realidad y le ofrece la oportunidad de manifestar su opinión sobre los hechos.”(Ortiz, Volpini, 1995:20).

e) Medio caliente, en este aspecto se hace referencia a dos visiones, la primera tiene que ver con la consideración que hacía McLuhan, según Martínez Albertos, que la radio era un medio caliente “por que la participación del público es baja, la definición de su mensaje es alta y exige una gran dosis de información y, además la reacción que provoca es de carácter exclusivo” (cit. en Ortiz, Volpini, 1998:21), este aspecto hace referencia al grado de participación que el receptor presta a cada emisor. La segunda visión tiene que ver con el mundo de las sensaciones, Merayo Pérez sostenía que “el medio caliente está vinculado a lo emotivo; la radio provoca en la capacidad de imaginación del destinatario, en su recreación, mayores estímulos que la televisión” (cit. en Ortiz, Volpini, 1998:21).

f) Creación de imágenes sonoras, es el ver la realidad, crearla o imaginarla para transmitirla a través del sonido y lograr que el receptor pueda imaginar o reconstruir la misma.

2.16. El género radiofónico

La palabra género tiene raíz griega que significa generación u origen, básicamente son “...modelos abstractos...” (Vigil: 1997:126) y muy generales, es decir que toda producción radiofónica tiene características globales que son comunes y las cuales pueden ser aglutinadas

o agrupadas en diferentes bloques con características similares, a los que se llaman géneros. Esto implica que los productos radiales radiofónicos que tienen elementos comunes son identificados como de un mismo género, entendiendo entonces que un género es un “conjunto de características comunes de una especie” (Valdez, 2006:134) o en este caso de una producción radiofónica.

Los géneros radiofónicos vendrían a ser “... las diferentes modalidades de creación [de producción radiofónica] (...) destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de comunicación...” (Ortiz, Marchamalo, 1997:97) para nuestro caso medios radiofónicos.

Los géneros radiofónicos que aglutinan a producciones radiofónicas con rasgos similares constituyen en última instancia “... las primeras distribuciones del material radiofónico, [es decir que son] las [primeras] características generales de un programa... [o de una producción radiofónica]” (Vigil, 1997:126). Se puede considerar a los géneros como una especie de casilleros de producción pero también como modos de relación entre emisores y receptores.

2.17. El formato radiofónico

Si los géneros radiofónicos son categorías abstractas, existen elementos concretos de la producción radial, ellos son los formatos. La palabra formato tiene raíz latina que significa forma, es decir, la disposición de las partes en una producción específica radial, se constituye en un elemento objetivo, concreto de la práctica radiofónica, se puede decir que son “...las estructuras en las que se vierten los contenidos...”(Vigil, 1997:126) de la producción, son también considerados “...moldes concretos de realización...”(Vigil, 1997:126), son las

características típicas de la producción, esto implica que el formato se constituye en la “...estructura radiofónica más adecuada para vehicular contenidos...”(Kaplun, 1978:127).

Construcción de un modelo de estructuración de géneros y formatos

6. Construcción de un modelo de estructuración de géneros y formatos

Un aspecto básico y necesario, para saber qué géneros y formatos empleo Radio Color, es encarar la tarea construir un modelo teórico y conceptual de estructuración de géneros y formatos, que permita una sistematización, para obtención y el análisis de la información. Para ello comenzamos por trabajar en la parte teórico conceptual, para luego armar el modelo.

6.1. El género radiofónico

En el capítulo dos, ya se hizo una conceptualización de los géneros, se había señalado que toda producción radiofónica tiene características globales que son comunes y las cuales pueden ser aglutinadas o agrupadas en diferentes bloques con características similares. Esto implica que los productos radiales radiofónicos que tienen elementos comunes son identificados como de un mismo género.

Los géneros radiofónicos son las primeras distribuciones del material radiofónico, es decir, son las primeras características generales de un programa o de una producción radiofónica, se puede considerar a los géneros como una especie de casilleros de producción.

6.2. Clasificación de los géneros radiofónicos

No existe un consenso total en el plano académico sobre la tipologización de géneros radiofónicos, aunque hay convergencia, sin embargo para base de nuestra investigación utilizamos los criterios de José Ignacio López Vigil, pero también, se han utilizados algunas otras contribuciones para adecuarlos a los propósitos del trabajo, de esto se tiene la siguiente tipología:

- a) Según el modo de producción de los mensajes, aquí se distinguen cuatro tipos de géneros: el periodístico, dramático, musical y de variedades y miscelánea.
- b) Según la intención del emisor se reconocen básicamente: el informativo, educativo, de entretenimiento, participativo, cultural, religioso, movimiento social, publicitario y otros que respondan a la intención que se tenga.
- c) Según la segmentación de los destinatarios podemos nombrar: el infantil, juvenil, femenino, de tercera edad, campesino, urbano, sindical y otros que responda al criterio de segmentar a los destinatarios.
- d) Tiempo de duración que hace referencia a la extensión en términos de duración y se reconocen al menos dos: los de larga duración y los de corta duración.

Para los fines de la investigación, se utilizarán sobre todo los géneros que responden al modo de producción de los mensajes, segmentación de los destinatarios y el criterio del tiempo de duración.

6.2.1. Géneros según el modo de producción del mensaje

Se clasifican en cuatro: periodísticos, dramatizados, musicales y variedades y misceláneas.

6.2.1.1. Géneros periodísticos

Es el que más se vincula de forma directa a la realidad con el oyente, es aquel género que lleva una variedad de datos sistematizados o no, y relativos a hechos, situaciones, acontecimientos o actores de la realidad. “Los géneros son grupos [de mensaje o productos radiofónicos] que presentan rasgos comunes externos -y no de fondo- en su construcción significativa.”(Torrico, 1993:157).

Involucran una multiplicidad de rasgos propios entre las que podemos destacar su carácter social, fundamentado en que afecta de forma directa o indirecta a la comunidad; por otro lado es siempre apegada a los sucesos recientes, es decir, novedoso, lo que lo hace actual, entendido esto como lo más cercano al tiempo presente.

Otro aspecto clave es el interés, el valor que tiene un hecho o una situación para una persona o para la comunidad, y la capacidad de satisfacer la incertidumbre y la curiosidad. Su apego a los hechos se constituye en otro rasgo importante, sumando a ello la responsabilidad que implica su práctica en beneficio de la colectividad.

Los géneros periodísticos “...nacen del tipo de tratamiento que se otorga a los contenidos para su formalización transmisible.”(Torrico, 1993:157).

6.2.1.2. Clasificación del género radiofónico periodístico

El género periodístico también tiene una variedad de tipos entre los que destacamos:

- a) Informativo, este género se basa en un relato directo de los hechos, situaciones o acontecimientos tratando en posible de alcanzar a la verdad y apego de los mismos.
- b) De opinión, su esencia radica en los elementos valorativos que se realizan sobre hechos, situaciones y/o personas, es decir, en el juzgamiento de estos, implica una posición y actitud subjetiva.
- c) Interpretativo, su propósito central radica en la explicación del hecho, situación o acontecimiento.
- d) Investigativo, es relativamente nuevo su propósito es la investigación de hechos, situaciones, acontecimientos y problemas para a través de diferentes metodologías y con un trabajo riguroso, exhaustivo y lo suficientemente preciso obtener conclusiones y soluciones confiables e inapelables

6.2.1.3. Géneros dramatizados

Comenzamos señalando que este género es uno de los que más mueve a la acción sentimental y cuando hablamos de acción (que viene de drástico, es decir, actor enérgico) nos referimos a la acción teatral como elemento clave, es un género altamente conmovedor y pretende que el oyente asuma una actitud de sensibilidad (tristeza, alegría, rabia, etc.).

Otro rasgo principal es que realiza representaciones de hechos y situaciones, es decir pone en el presente elementos del pasado o sencillamente del futuro (imaginables). Lo que implica que crea o recrea situaciones y hechos que hemos vivido o quisiéramos vivir.

Su esencia fundamental radica, que el drama generalmente crea conflicto, o por lo menos se nutre de él. Recurrentemente se desplaza en una estructura típica, que involucra tres partes fundamentales: la presentación o introducción, el desarrollo, trama o conflicto y finalmente el desenlace o final.

Podemos apuntar como elementos básicos la ficción, entendida como el hecho de fingir o la creación o el invento de situaciones y hechos, pero también cuando hablamos de fingir nos referimos a simular o representar, es decir, dar a entender lo que no es; cuando hablamos de creación queremos entender la producción de una cosa que no existe, el concebir la misma; finalmente, el inventar, es hacer algo nuevo que no exista (fabricar) y para ello se utiliza la imaginación, el ingenio, la idea y la capacidad de pensar y poner las facultades para el cometido.

6.2.1.4. Clasificación de géneros radiofónicos dramatizados

Este género puede ser de los siguientes tipos:

- a) Teatral (o actuado), es cuando el soporte fundamental está puesto en el diálogo y la acción de los personajes. De estos tenemos varios formatos que los analizaremos más adelante.
- b) Narrativo, se caracteriza por que el elemento fundamental es el acento que se pone en la evocación que hace el narrador, en cómo cuenta, relata o expone los hechos o situaciones, las que explica, expone y describe.
- c) Combinado o mixto, cuyo rasgo es la fusión de los dos anteriores pero también con otros géneros como el periodístico y el musical.

6.2.1.5. Géneros musicales

Al igual que en los anteriores géneros en el caso de los musicales tiene las mismas connotaciones, vale decir, son grupos de música que presentan rasgos comunes o características similares de diverso orden o del interés que se prefiera al escucharlos y para los fines consiguientes.

6.2.1.6. Clasificación de los géneros radiofónicos musicales

La clasificación de los géneros radiofónicos musicales es de lo más variada, tanto desde el plano enteramente musical llegando a otros ámbitos. Pese a esta variedad podemos indicar algunos de ellos que nos servirán como base para la presente investigación.

- a) Vocal o instrumental, hace referencia a la presencia de la voz o sencillamente de las notas provenientes de instrumentos, pero también a un género mixto donde cada uno tiene su parte tanto el vocal como el instrumental.
- b) Ritmo, melodía y armonía, se constituyen en otra forma de generalizar producciones musicales y con ello introducirse en la actividad radiofónica, el ritmo hace referencia básicamente a la proporción simétrica de los tiempos fuertes y débiles en una frase musical, se le puede llamar cadencia o compás; por su lado la melodía se refiere al desarrollo de una idea musical simple o compuesta, con independencia de su acompañamiento, es decir, es la cualidad del canto que bajo sus características se hace agradable al oído; finalmente la armonía que es la combinación de sonidos simultáneos y diferentes. Estos aspectos posibilitan el diferenciar y al mismo tiempo agrupar producciones musicales. Es necesario señalar que esta tipología se conecta sobre todo al campo de la musicología.

- c) Época o tiempo de su producción, hace referencia fundamentalmente a la época de la cual data, es decir, moderna, antigua, actual, etc.
- d) Procedencia geográfica y/o cultural, es decir de qué región o cultura proviene la producción musical.
- e) El idioma utilizado en el canto.

6.2.1.7. Género de variedades y misceláneas

Es un género muy amplio e híbrido, su riqueza y potencialidad está en el uso variado de formatos (no sólo en un programa, sino en todo), su estructura tiene formas variadas para controlar el interés, buscan la participación de oyentes, se requiere una gran capacidad en el desarrollo de destrezas y habilidades de los conductores y por supuesto enorme versatilidad de los mismos. Suele segmentar públicos de acuerdo a sus intereses.

6.2.2. Géneros según la intención del emisor

Este género radiofónico implica la actitud o acción deliberada del emisor, es decir, del sujeto (se considera en este caso el dueño del medio o el productor) del que proceden los mensajes para conseguir un propósito o un objetivo. A partir de esto se pueden tener “...tantos géneros como intenciones queramos plantearnos...” (López Vigil, 1997:127), aunque existen algunos que por sus característica han sido ya tipologizados en esta categoría, podemos señalar entre ellos al informativo, comercial o publicitario, educativo, cultural, religioso, entretenimiento, participativo y movilización social. Cada uno tiene sus características.

Informativo

Hace énfasis en la información desde una perspectiva que implica dar a conocer, enterar o brindar información, es decir, transmitir un conjunto de datos procesados, que constituyen un mensaje que posibilita al sujeto o conjunto de sujetos, conocimientos sobre hechos, situaciones, circunstancias o personas.

Comercial o publicitario

Hace referencia en general a la actividad radial como una actividad productiva de servicio destinada a la generación de réditos económicos, es decir comerciar con la actividad radial ya sea a través de la colocación de espacios o venta de los mismos o la prestación de servicios como publicitarios, propagandísticos o de otra índole con el objetivo de generar beneficio económico o en su caso utilidad, es decir, hace referencia “...con el aspecto lucrativo...” (López Vigil, 1997:127).

Educativo

En general la producción radiofónica es un importante instrumento educativo si partimos del hecho de definirla como un proceso mediante el cual se transmiten valores y conocimientos, que forman y/o instruyen a las personas. Sin embargo, la situación no es tan simple, porque a la hora de hablar de género educativo, en el plano radial nos debemos referir a la comunicación educativa, espacio en el que interactúan y se interaccionan, fundamentalmente, dos sistemas: el comunicativo y el educativo, este último es parte del sistema social y como tal funciona a través de determinadas instituciones, de esto es que se debe señalar que cuando hablamos de radio educativa se hace referencia a la educación formal, que se la debe entender como institución con sus diferentes componentes. Entonces la radio educativa es aquella cuyos programas siguen un plan de estudios previamente determinados y validados institucionalmente, a estos es lo que llamaremos radio de género educativo.

Cultural

Para abordar esta parte, resulta imprescindible tener una base, que entender por cultura, la verdad que existen muchas definiciones y conceptualizaciones sobre ella y mucho se ha escrito, y escribe. Para nuestro propósito se puede considerar la cultura como el conjunto de todas las actividades y práctica humanas, sus formas de existencia, los patrones que regulan el comportamiento de sus miembros, costumbres, creencias, rituales, códigos, normas y reglas, maneras de ser, vestimenta, religión, normas de comportamiento y otros aspectos más. Desde otro punto de vista, se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano, Pero también la definición y concepto de cultura suele encontrar una acepción artística que la vincula con estas manifestaciones de artística, constituyendo en un escenario restringido. Para el propósito de nuestro trabajo entenderemos el género radial cultura en el marco de estas dos visiones de cultura.

Religioso

En el caso del género religioso, se debe entender, qué tiene estricta relación con una doctrina concebida como enseñanzas o instrucciones basadas en creencias o postulados, con pretensión de validez general y el culto que se brinda a la divinidad, su base es la fé. Así este género es la articulación, producción y estructura radiofónica a los causes de la religión, desde una perspectiva parcial o total, que le da una caracterización.

Entretenimiento

Este implica como rasgo general que la producción radiofónica (en general la actividad radiofónica) se realiza con el objetivo fundamental de dar a la audiencia placer o relajación, implicando de esta forma el entretenimiento distracción y/o diversión. Así la situación, la audiencia podría participar en el entretenimiento pasiva o activamente.

Participación

La participación es una dinámica mediante la cual la audiencia tomaba parte en la actividad radial, implica intervenir bajo diferentes circunstancias y mecanismos en el proceso comunicacional radiofónico. La participación es una relación de partes, el medio otorga espacio a la audiencia, es un mecanismo que democratiza la comunicación, la vuelve una comunicación activa, es democrática en la medida en que, los ciudadanos tienen, individual y colectivamente, una verdadera capacidad de sentirse parte y sujetos de la comunicación.

Movilización social

Cuando nos referimos a movilización social como un género radial, en realidad se hace referencia a un medio de comunicación que tiene estrecha vinculación o actividad social, o que responde a la misma. Así la movilización social se la entiende como acciones frente a problemas, reivindicaciones y demandas sociales, que pueden ser activas (movilizadas) o pasivas (denuncia), en general piden o exigen atención y/o soluciones. Una radio de género de movilización social es aquella que se articula a estas acciones de la sociedad o de grupos de la misma.

6.2.3. Géneros según la segmentación de los destinatarios

Esta tipología hace referencia a los destinatarios o audiencia receptora de los productos radiales a los cuales se los puede dividir o fragmentar de acuerdo a diversos criterios, esto significa que “...nuestro público objetivo, [puede ser segmentado] tomando en cuenta la edad, el sector social, el género, [ubicación geográfica, pertenencia étnica o racial], la lengua...” (López Vigil, 1997:128) y otros criterios que permitan su parcelación. De la revisión de diferentes criterios para segmentar se puede rescatar en el caso de la edad infantil, juvenil y tercera edad, en el caso de género femenino y masculino, en el caso de

ubicación geográfica tenemos a los urbanos y rurales (campesino) y finalmente por pertenencia de clase social populares, clase media y elites.

Aunque esta tipología no es lo suficientemente clara y precisa, sin embargo posibilita el tocar algunos aspectos que integren una visión más integral de la producción radial, de ello el fundamento de su utilización.

6.2.4. Géneros por tiempo de duración

Algo que tiene en común cualquier producción radiofónica es el tiempo de duración, esta importante característica, que hace a la actividad radial, puede ser lo más variable posible, sin embargo, la habitualidad ha generado determinados parámetros de duración de los productos radiales, basta citar materiales que duran 20, 30, 40 o 45 segundos, otros que tiene duraciones entre 1 y 5 minutos, de 15 a 30 minutos o 1, 2, 3 o más horas. A fin de

intentar poner parámetros, se han tipologizado al menos tres segmentos: el primero de corta duración, los de mediana duración y los de larga duración, adicionalmente a esta tipología, se tiene que señalar que estos tienen otros aspectos claramente visibles, se trata de si son: dramatizados y/o actuados, narrados y/o relatados, musicalizados, testimoniales y por último, mixtos y/o combinados.

Los géneros de corta duración son aquellos cuyos parámetros de uso de tiempo, en general van desde los 5 segundos hasta los 5 minutos, en algunos casos se amplía este parámetro porque existen algunas producciones, que pueden pasar ese tiempo sin llegar a ser consideradas, como géneros de mediana duración, es este segundo caso los parámetros oscilan entre desde 7 minutos hasta los 45 minutos y finalmente los de larga duración son los que van desde 1 hora adelante.

6.3. El formato radiofónico

En el caso del formato, también en el capítulo dos, se conceptualizó, sin embargo, se puede señalar que son estructuras concretas y objetivas de la producción radial. Muestran la disposición de las partes en una producción específica, son aquellas estructuras en las que se vierten los contenidos de la producción, por ello, se consideran moldes concretos de realización.

6.4. Clasificación de los formatos

Los formatos son de los más variados que uno pueda pensar y naturalmente están vinculados directamente e indirectamente a los géneros radiofónicos, es más son su matriz, es decir el origen de su procedencia, por ello los utilizaremos como grandes aglutinadores, las bases teóricos-conceptuales nos permiten trabajar en los siguientes formatos.

6.4.1. Formatos Periodísticos Informativos La Nota Simple

Es aquella cuyos rasgos fundamentales son brindar los datos básicos de un hecho o una situación noticiosa, responde de forma puntual a las clásicas interrogantes del periodismo ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Cómo? Y ¿Por qué?

La Nota Ampliada

Es aquella que al margen de brindar los datos básicos, brinda también otros elementos tales como el relacionar el hecho con otros, revelar las causas, completar con sus alcances, prever consecuencias, situación geográfica o histórica.

La crónica

Es un formato sobre todo de corte descriptivo narrativo de los hechos en forma cronológica, su característica fundamental es que se efectúa desde el lugar de los hechos, en este formato se desarrolla más el ¿cómo?

La cronología

Es un relato de los hechos o situaciones tal y como ocurrieron en el tiempo, siguen un orden de ocurrencia en el tiempo. Su diferencia con la anterior radica en que se puede jerarquizar y no necesariamente es desde el lugar de los hechos.

La Entrevista

Es un diálogo basado en preguntas y respuestas, es un proceso cuya modalidad es interrogatorio para tocar uno o varios temas. Existe de varios tipos entre los fundamentales destacamos: Por el número de participantes: interpersonal, grupal, encuesta, conferencia de prensa; y por la finalidad que persigue, entre las que podemos mencionar la informativa que sirve para obtener datos de algo o alguien, la de opinión para conseguir valores, argumentos o juicios, la de semblanza persigue conocer la biografía de alguien, por el grado de preparación donde nos encontramos con la imprevista o preparada.

La Semblanza

Es un intento de abordar en forma integral la descripción de una persona, es decir, es la biografía y un propósito de recuento de los aportes y errores del personaje. Es un intento por mostrar el perfil de una persona.

El Reportaje

Es un formato completo (incluye la libertad en la utilización de otros formatos) pretende el abordaje a profundidad, por ello se caracteriza por mostrar, cuestionar, analizar, denunciar, valorar o recuperar un hecho, situación o fenómeno. Tiene una amplia libertad temática, por ello investiga, hace seguimiento, sistematiza, recopila y profundiza. Existen varios tipos de clasificación, pero para fines de esta investigación se utiliza dos fundamentalmente; por su finalidad donde nos encontramos con el demostrativo (prueba una tesis), descriptivo (informa), narrativo (tiene carácter histórico), instructivo (proporciona conocimiento), conmovedor (exhorta a la acción) y el de entretenimiento (genera momentos agradables); el segundo tipo es por el método utilizado donde están el testimonial (en base a testimonios) y el documental (en base a documentos, revisión de hechos y registros).

Flash informativo

Es el relato de una noticia generalmente de urgencia y de último momento, su difusión se la realiza en cualquier instante, no respeta horarios ni programas, no brinda detalles, no tiene una estructura formal y su rasgo fundamental es la inmediatez.

Adelanto

Es un formato informativo que anticipa una noticia sin dar muchos detalles, en general se brinda el ¿qué? y el ¿Quién?, suele servir para adelantar otros formatos más grandes de noticias como el gran informativo o noticioso.

Micronoticioso

Se trata de un formato que tiene corta duración, no pasa de 5 minutos, su característica fundamental es que transmite un grupo de noticias, que no son muchas; brindan datos generales, es decir, síntesis de noticias, suelen ser periódicos (cada hora o media hora).

Gran informativo o noticioso

Es un espacio de amplia exposición de noticias, suele tener una larga duración (30, 60 y más minutos), su estructura es variada y generalmente hace uso de otros formatos e incluso de otros géneros, realiza selección y jerarquización de noticias.

Radiorevista o revista informativa (magazín)

Este formato tiene como rasgo fundamental la diversidad de uso de otros formatos y géneros, pero fundamentalmente de contenidos y el tratamiento de estos, además su estructura es altamente flexible.

6.4.2. Formatos periodísticos de opinión Opinión

Es uno de los formatos básicos de este género, da cuenta del parecer o criterio (juicio de valor) que se forma una persona de un hecho, situación, tema, circunstancia y/o persona (as).

El Comentario

Es otro formato que se fundamenta en la emisión de juicios de valor y toma de posición de una persona y con un propósito intrínseco de dar pautas para la formación de criterios sobre una persona, hecho, situación o tema. Uno de sus riesgos fundamentales es su brevedad, contundencia, además de ser directos, sustanciosos, contundentes, penetrantes y claros.

El Editorial

Emite juicios de valor y fija posición del medio sobre un hecho, tema o situación. Tiene una amplia libertad temática.

Sondeo de opinión

Es un formato que tiene como base la opinión de un grupo de personas sobre un mismo tema, estas opiniones se las presenta agrupadas con el propósito de mostrar o reflejar a través de ellas los criterios sobre un tema, hecho, situación o personaje (s).

Otros formatos de opinión

Existen otras formas específicas en las que se hacen presentes los juicios de valor, sin embargo existen divergencias y criterios no homogéneos si en realidad deben ser o no considerados como de este género. Entre estos podemos citar el debate, polémicas, paneles, mesas redondas, charlas, entrevistas a profundidad e incluso las tertulias. De todas maneras, estos formatos son considerados en otros acápites.

6.4.3. Formatos periodísticos de interpretación o interpretativos El Análisis

Es el examen y estudio de causas, efectos, aspectos negativos y positivos de un hecho, situación, acontecimiento, tema y/o personaje (s); su rasgo fundamental es que descomponen y/o fragmenta el todo para luego rearmarlo comprender su estructura y

relacionar con otros eventos, en general su fundamento y base es el intento de explicación. En general lo realizan especialistas o personas de dominio y entendidos en la materia.

La Crítica

Es más un señalamiento de las cosas malas, eventualmente sobre cosas buenas, es argumentativo y el que realiza debe tener amplio conocimiento sobre el tema (especialista o entendido).

La Interpretación

El propósito es dotar de significación a algo que no es comprensible, puede seguir una serie de metodologías, comprende tres fases: los antecedentes, el análisis (explicación) y la valoración.

6.4.4. Formatos periodísticos de investigación o investigativos

Es un periodismo que consiste en la obtención de información a través de métodos rigurosos, exhaustivos y los suficientemente precisos para obtener conclusiones inapelables y así aclarar hechos, situaciones o problemas.

Destape

Su alcance fundamental consiste en lograr, a través de la investigación, aclarar hechos situaciones o problemas con varias interrogantes y con marcadas intencionalidades de ocultar datos.

Experimental

Es una investigación sustentada en el propósito de alcanzar conclusiones a través de métodos sobre diferentes problemáticas de diverso orden.

6.4.5. Formatos dramatizados (o actuados) Los Radioteatros

Obras teatrales grabadas o adaptadas a la radiodifusión, son obras dramatizadas de libre temática.

La Radionovela

Es una representación actuada de un suceso en varios capítulos o episodios, se desarrolla a través de tramas.

La Series

Son conjuntos de capítulos o episodios relacionados entre si y que se suceden uno detrás de otro, pudiendo o no ser ordenados.

El Sociodrama

Es una representación de la cotidianidad social, puede o no tener desenlace, se basan en conflictos, enredos, cosas curiosas, etc.

Sketches

En general es un formato de corte cómico, aunque su naturaleza es más teatral, sin embargo se lo asimila como formato cuyo rasgo es ser una escena cómica improvisada, suele utilizarse asociado o incorporado a otros formatos.

Los Espacios Cómicos

Su rasgo fundamental es la burla, o ridiculización sobre diferentes temáticas.

Las Personificaciones

Consistente en caracterizar a una realidad no humana (inanimada) como humana. Son representaciones de elementos de la naturaleza, su uso se centró en programas educativos o de concientización.

Las Fábulas

Su base son relatos falsos o sin fundamento real, cuyo propósito esencial es que buscan una enseñanza moral.

Los Diálogos

Son conversaciones entre dos o más personas, está marcada por antagonismos y/o acuerdos.

Los Monólogos

Es la acción de hablar de una persona como si lo hiciera consigo misma.

6.4.6. Formatos dramatizados narrados Los Cuentos

Son relatos fantásticos, suelen ser la constancia de hechos y generalmente los personajes son de ilustración, existen una variedad: infantiles, fantásticos, tradición oral, terror, amor, aventura, historia, humorista, costumbrista, moralista, etc.

Los Mitos

Son relatos que refieren a acciones de héroes o dioses que intentan explicar, vía imaginación, la realidad. Son anónimos y generalmente antiguos.

Las Leyendas

Se caracterizan por ser relatos que abordan las relaciones con el entorno y consigo mismo, se puede decir que son la historia desfigurada por la tradición. Intentan la explicación de algo.

Las Tradiciones

Son las transmisiones recurrentes, de generación en generación; de hechos, sucesos, ideas o normas.

Las Parábolas

Son narraciones de un suceso inventado, para explicar o enseñar algo con personajes reales o inventados.

Relatos históricos

Este formato se caracteriza por ser relatos de hechos o acontecimientos pasados.

Los Chistes

Relatos de mofa, burla o ridiculización de libre temática.

6.4.7. Formatos dramatizados mixtos (actuados y narrados)

Todos los formatos ya anteriormente identificados pueden ser combinados ya sean dos o más de forma tal que se tengan producciones radiofónicas mixtas que al mismo tiempo sean actuados y narrados. En la realidad la mayoría de las veces se da esta situación

6.4.8. Formatos de variedades y misceláneas Las revistas o magazines

Son espacios con una amplia utilización de formatos y temáticas, su estructura suele ser en función de partes o sectores, buscan buena relación con el oyente, pueden ser grabadas, en vivo y mixtas. Se puede tipologizar por: por público a la que va dirigida (infantiles, juveniles, femeninas masculinas, trabajadoras del hogar), especializada (informativas, deportivas, musicales, educativas, religiosas, culturales, económicas, políticas, históricas), tiempo de duración de la misma (larga duración de 3 a 4 horas, mediana duración de 1 a 2 horas, compacta de 15 a 30 minutos), periodicidad (diaria, semanal, quincenal, mensual), por su forma de emisión (grabadas, transmitidas en directo, mixtas).

Shows y/o espectáculos

Se caracterizan por ser espacios de diversión, su propósito y objetivo fundamental es la distracción, son atractivos y llaman altamente la atención, suele realizarse ante público presente. Se requiere de locutores o animadores versátiles.

Participativos

La base de este formato es la participación o protagonismo de la audiencia, ésta participación puede ser presencial o no presencial. Sus tipos más destacados son: primero los de concursos y en estos existen de tres maneras: los de competencia (el mejor gana), los de azar (la suerte hace que ganen) y los de participación (por participar se gana), el segundo tipo es el de debate o de opinión marcado por la polémica, la discusión y controversia.

Las Transmisiones

Eventos que se los acerca a la audiencia en tiempo real y cero distancia. Entre sus tipos están las deportivas, musicales, periodísticas, etc.

6.4.9. Formatos musicales Radio revista musical

Es uno de los formatos más utilizados, básicamente consiste en la articulación de varias partes (en su caso otros formatos) “se basa esencialmente en la música, también incluye

entrevistas comentarios, informaciones variadas” (Aliaga, Coronel, 2000:64) pero por sobre todo, la música es el eje del cual se desprenden los otros componentes, se conocen al menos dos variantes: la revista musical variada y la revista musical especializada.

Estrenos

Es un formato cuyo rasgo fundamental es el estreno o primera difusión en una estación radial o en primicia de una nueva producción musical, ya sea ésta de grupo o intérprete, suele matizarse dando los detalles y características del disco y de las canciones (autor de la letra, de la música, arreglista, etc.), también suele invitarse a los intérpretes.

Música del recuerdo

Se sustenta en canciones o música con años de vigencia ya sea variada o por intérpretes, matizadas con datos del material como fechas de grabación, estudio en el que se grabó, intérprete, autores y muchos otros datos, también se los puede matizar con pedidos tanto por carta como por teléfono.

Programas especializados

Su rasgo fundamental es que trabajan con un género o atributo específico de la música y no se desvían, aunque si se pueden utilizar otros formatos de refuerzo al eje central podemos citar programas roqueros, salseros, de música clásica, baladistas, etc.

Los pedidos musicales o complacencias

Son espacios en base a las sugerencias propuestas por la audiencia sobre la estructura musical del espacio, estas propuestas pueden ser variadas y a través de diferentes modalidades entre ellas de cartas, de llamadas telefónicas u otras vías y entre sus variantes están las que se las dedica.

El invitado especial

Consiste en brindar un grupo de canciones sobre un intérprete ya sea este un solista o grupo, el tiempo es determinado de acuerdo a los objetivos, limitaciones y necesidades de la producción. Existen variados tipos como el de los recitales en vivo, la mezcla de canciones en vivo con grabaciones originales, el especial narrado, es decir, el locutor interviene entre las canciones brindando datos sobre el o los intérpretes.

El frente a frente (mano a mano)

Consiste en hacer rivalidad musical entre dos intérpretes (sean estos cantantes o grupos), existen modalidades variadas como la de canción contra canción o bloque de canciones

contra bloque de canciones, también el frente a frente desde una visión de género o de generación.

Los éxitos musicales (hit parade, ranking o radio formula)

Son la selección de las canciones de actualidad según la preferencia de la audiencia y de otros parámetros de medición. Existen muchas variantes, aunque claro está, la definición básica sobre su esencia es la misma.

Los festivales musicales (recitales)

Consisten en eventos musicales en vivo y fuera de cabina con la participación de un mismo, o diferentes intérpretes.

El disco debate

Consiste en la utilización de una canción como sustento argumental de un debate abierto con amplia participación, es decir es un formato que “invita a la reflexión sobre un tema (...) y que debe ser planteado de modo que habrá polémica” (Sauma, 2000:79).

La historia musical

Son un conjunto de canciones o partes de las mismas que a través de su articulación sonora y argumental narran una historia coherente.

Recital

Concierto, en el que un artista o grupo de artistas o una agrupación, ejecuta varias canciones

6.4.10. Formatos según el tiempo de duración

Hacen referencia a la extensión en términos de tiempo de duración y se reconocen al menos tres: los de corta duración, mediana duración y larga duración. Los formatos son variados, pudiendo ser: musicalizados, testimoniales, dramatizados o teatrales, narrados o relatados y mixtos o combinados.

Por necesidad de la investigación los formatos se utilizan parcialmente, entre los de larga duración, sólo consideramos los narrados y/o relatados. Entre los formatos cortos se seleccionan una variedad que incluyen los anteriormente citados, confluyendo en: las cuñas y los microprogramas. La razón de hacer esta selección, radica en su ya previa utilización en otras clasificaciones desarrolladas.

6.4.10.1. Formatos cortos

En general estos productos radiales tienen un tiempo no superior a los 3 minutos; entre sus rasgos fundamentales podemos citar: su capacidad de síntesis o de condensar argumentos, para hacer comprensible el mensaje, es decir, simplifican ideas y ahorran palabras. Por otro lado está la concreción, entendida como la capacidad de precisar los elementos fundamentales. Pese a su corta duración son completos en expresar el objetivo que pretenden y por ello aprovechan al máximo los recursos del lenguaje radiofónico. Finalmente frente a la limitación de tiempo son altamente creativos.

Es necesario señalar que estos formatos pueden ser: dramatizados y/o teatrales, narrados y o relatados, musicalizados (cantados o no), testimoniales y finalmente mixtos y/o combinados), dramatizados. Existen dos tipos fundamentales: las cuñas y los microprogramas.

Formatos cortos tipo cuñas

Publicidad

Son producciones que tienen el propósito de mostrar, promocionar o vender bienes y servicios.

Propaganda

Son producciones que tienen el propósito promocionar o vender ideología.

Identificaciones

Sirven para que el radioyente reconozca a la emisora o el programa o sector.

Características

Cumplen la tarea de identificar el inicio o final de un programa, espacio o sector.

Transiciones

Tienen la finalidad de servir de articuladores de cambios de sectores o espacios en un programa.

Avances

Son producciones que tienen el propósito de promocionar o dar a conocer o anticipar programas o espacios radiales.

Comunicados

Tienen el propósito de dar a conocer algo a actores interesados en el tema.

Necrológicos

Dan cuenta del fallecimiento de personas para que se entere la colectividad y específicamente sus conocidos.

Avisos

Espacios mediante los cuales se da información sobre variedad de temas.

Citaciones

Tienen el propósito de citar a gente vinculada a actividades.

Formatos cortos tipo micro programas Micro programas

Espacios de libertad temática y de uso de otros formatos pero con limitaciones de tiempo.

Cápsulas

Son micro espacios con una temática libre y que generalmente utilizan otro tipo de formatos, pueden ser cápsulas científicas, históricas, etc.

Flash

Difusión de noticias o de información sobre temas de interés de último momento.

Vox populi

Tienen como característica fundamental el rescatar la opinión o posición de la gente o población sobre diferentes temáticas.

6.4.10.2. Formatos largos dialogados

Son aquellos que llevan adelante el tratamiento o análisis de un tema, hecho, situación o problema, donde la participación es la base fundamental, esta puede ser de especialistas o conocedores en la materia a abordarse o sencillamente afectados o vinculados al mismo. Su tiempo es generalmente de 25 minutos o más.

Entre los tipos más destacados podemos señalar:

El diálogo

Es una conversación de 2 o más personas, el despliegue técnico y de producción no es excesivo. Aquí se reconocen por lo menos dos formatos:

- a) El consultorio, aborda temas de interés general, brinda nociones parciales y/o fragmentarias sobre la temática, no se permiten relaciones de uno a otro problema o tema. Las consultas las realiza el locutor o la audiencia. Algunos ejemplos de consultorios son el médico, jurídico, psicológico.
- b) El didáctico, aborda temáticas desde una visión de dar información pero además, dependiendo de las características, abordar a profundidad temáticas específicas. Ejemplos son diálogos sobre medio ambiente, desarrollo, etc.

La mesa redonda o panel

Aborda temas, hechos, situaciones o problemas a partir de perspectivas diferentes las cuales pueden ser complementarias o polémicas, los invitados pueden ser especialistas o vinculados a la materia abordada.

Entrevista a profundidad

Un formato que por sus características tiene un alcance mayor, que el regularmente utilizado en los géneros periodísticos, este formato pretende llegar a la extracción mayor de

información, es un encuentro concertado para abordar algún tema a fondo con todos los datos y detalles.

El debate

Es un formato cuyo rasgo fundamental es la confrontación de posiciones, la discusión, controversia y polémica, ínsita a tomar alguna posición de la audiencia en torno a la materia abordada, en él se exponen sobre todo argumentos.

Polémicas

Tiene como línea fundamental el refutar una opinión sobre algún hecho, situación o tema.

La Charla

Es un formato más liviano, coloquial y menos profundo aunque mantiene los elementos fundamentales de la opinión, es decir, los juicios de valor. Suele realizársela con especialistas o entendidos en las temáticas en vigencia.

Tertulias

Es un formato que se caracteriza por la reunión de personas para abordar temas, hechos y situaciones, suelen despojarse de formalidad y apertura la posibilidad de debatir, informarse o compartir ideas y opiniones.

6.5. Un modelo teórico conceptual

Debemos comenzar por señalar que, el modelo que se desarrolla a continuación, es un intento teórico conceptual por representar la realidad, es decir, describir algún aspecto, para nuestro caso el empleo de géneros y formatos realizado por Radio Color entre 1985-1990.

Metodológicamente se inicia por una fase de observación del objeto, ésta, nos permite percibir, atisbar y mirar el mismo para ver sus características y atributos. Luego, esa realidad, se la contrasta con un arsenal teórico conceptual, que ya existe, sin embargo, no hay una estructura unánime y/o consensuada teóricamente, por el contrario existen diversidad de criterios tipológicos para armar una estructura, que responda a lo que se quiere. Posteriormente se intenta medir o cuantificar algunos de los elementos, para ello incorporamos escalas ordinales de medición, en nuestro caso, cómo se mide el empleo de géneros y formatos, son cinco: mucho, frecuentemente, más ó menos, poco y nada. El Gráfico 2 nos muestra en toda su magnitud el modelo construido.