

06

JOSÉ C. PAZ, 26 OCT 2020

VISTO:

El Estatuto de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ aprobado por Resolución del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN N° 584 del 17 de marzo de 2015, el REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO DEPARTAMENTAL DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, aprobado Resolución del citado CONSEJO N° 01 del 26 de junio de 2020, el Expediente Nro. 118/2019, del Registro de esta UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ, y

CONSIDERANDO:

Que por el Expediente del VISTO tramita la propuesta del programa de la carrera de la Tecnicatura Universitaria en Producción de Medios Audiovisuales correspondiente a la siguiente asignatura: *Taller de Realización de Radio II (cód. 17)*.

Que es competencia de este CONSEJO DEPARTAMENTAL aprobar y supervisar los programas curriculares de las carreras a su cargo, garantizando que aquellos se ajusten a los contenidos mínimos definidos en los correspondientes Planes de Estudios.

Que habiendo sido puesto a consideración del Consejo DEPARTAMENTAL en la Sesión N° 19, de carácter ordinaria, registrada en el Acta N° 19 del 23 de julio de 2020, este Cuerpo Colegiado compartió los términos y contenidos del referido



instrumento, por lo que resulta necesario aprobar el respectivo programa de la asignatura detallada.

Que la presente medida se adopta en ejercicio de las atribuciones conferidas por los artículos 77, inciso f), del Estatuto de la UNIVERSIDAD, y 1º, inciso d) y 7º, inciso c), del Reglamento de Funcionamiento de este Consejo Departamental.

Por ello,

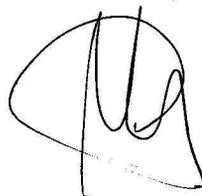
**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL
DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ**

DISPONE:

ARTÍCULO 1º.- Apruébase el programa de la carrera de Tecnicatura Universitaria en Producción de Medios Audiovisuales que se adjunta como Anexo a la presente, correspondiente a la siguiente asignatura: *Taller de Realización de Radio II (cód. 17)*.

ARTÍCULO 2º.- Establécese que los programas aprobados precedentemente, tendrán DOS (2) años de vigencia, contados a partir del semestre siguiente al de su aprobación.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ y cumplido, archívese.





PROGRAMA UNIDAD CURRICULAR			
Departamento	ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA		
Carrera/s	TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES		
Nombre de la unidad curricular	TALLER DE REALIZACIÓN DE RADIO II	Código	17
Docente responsable	MARÍA MARTA GARCÍA SCARANO - PAULA CASTELLO		
Año de presentación del programa	2019		
1. Carga horaria			
Horas de clase semanales	4		
Horas de clase totales	64	Horas totales clases teóricas	18
		Horas totales clases prácticas	38
		Otras horas totales (laboratorio, trabajo de campo, etc.)	8
2. Unidades correlativas precedentes en el Plan de Estudios			
Denominación			Código
TALLER DE REALIZACIÓN DE RADIO I			
3. Contenidos mínimos según Plan de Estudios			
Realización de un ciclo radial. Elección del formato, desarrollo argumental y organización del equipo de trabajo.			
4. Fundamentación			
La práctica de producción radiofónica no se desarrolla en el vacío. Es parte de un entramado complejo donde se ponen en juego interpretaciones del contexto, pautas sociales y mediáticas preexistentes, roles y modos de organización del trabajo, el acceso -desigual- a recursos materiales, intencionalidades			



y creatividad.

Se realiza en el marco de un sistema de medios que tiene una relevancia preponderante en la construcción de sentidos comunes e imaginarios sociales, espacios donde tienen lugar las discusiones que vertebran la época y que, a su vez, se vinculan con otras esferas de lo social. En los medios de comunicación, ciertas temáticas y actores sociales, enfoques e interpretaciones, asumen mayor visibilidad, otras son silenciadas. Ese sistema de medios es producto y promotor de políticas públicas que afectan su funcionamiento y que son también parte del entramado donde las prácticas de producción radiofónica se inscriben.

A su vez, la radio, sus dinámicas y rutinas, sus registros y propuestas, se sustentan en una serie de regularidades y convenciones construidas históricamente. Modos de producción, hábitos de escucha, roles constituidos de uno y otro lado. La incorporación de nuevas tecnologías a la producción y distribución radiofónica vienen transformando formatos, géneros y soportes y, con ellos, los lugares y modos de realización, consumo, apropiación y vinculación.

En ese entramado, la radio no pierde su vigencia. Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entornos Digitales, 87% de la población escucha radio. En este contexto, la producción radiofónica exige comprender los mecanismos de construcción y circulación de los mensajes para desarrollar las herramientas que requiere la práctica profesional.

Desde esa concepción se construye esta propuesta de Taller de Realización de Radio II, con la intención de abordar la producción radiofónica desde una concepción que conciba esa tarea como instancia de producción, disputa y transformación de sentidos. Que asuma ese rol desde el conocimiento y la reflexión sobre las características y el funcionamiento del sistema de medios. Que brinde herramientas prácticas orientadas al desarrollo profesional en el ámbito de la radio. Que permita generar nuevas instancias de diálogo a partir de la reflexión, la formación, la creatividad, la experimentación y la conciencia sobre el propio rol.

5. Objetivos

Que los estudiantes:

- Comprendan la producción radiofónica como un proceso inserto en una trama compleja de construcción, disputa y transformación de sentidos.



- Conozcan las principales características del sistema de medios, como entorno en el cual se desempeñarán profesionalmente, y especialmente que se vinculen con medios universitarios y comunitarios/populares/alternativos para enriquecer sus consumos mediáticos y sus ámbitos de inserción profesional.
- Explore las herramientas del lenguaje radiofónico y se apropien de las potencialidades de diversos géneros y formatos para realizar producciones creativas, pertinentes y atractivas.
- Analicen críticamente producciones propias y las realizadas por otros, dentro y fuera del marco del Taller.
- Incorporen herramientas de escucha crítica en el triple rol de audiencias, productores de medios y estudiantes universitarios.
- Reflexionen sobre el lugar y la actividad que desarrollan las audiencias, en tanto sujetos de derecho y como elemento central en la configuración de propuestas mediáticas.
- Desarrollen integralmente producciones radiales donde todas las decisiones propias del proceso de producción se pongan en juego.
- Construyan discursos radiofónicos que contemplen de forma coherente audiencias específicas, contenidos acordes, estéticas y ritmos pertinentes.
- Desempeñen un rol activo como parte de un proceso de construcción colectiva de saberes y habilidades y asuman tareas variadas al interior de cada grupo.

6. Contenidos (organizados por unidades)

Unidad 1. NOCIONES SOBRE LA RADIO EN EL MAPA COMUNICACIONAL

La radio en su entorno.

El lugar de la radio en el contexto mediático. Los hábitos de escucha y modalidades de consumo. La propia vinculación con el medio. La relación que la radio construye con sus audiencias. Los modos de construcción de perfiles e identidades radiofónicos específicos.

La noción de comunicación.

El paradigma representacional. Operaciones: recorte o selección, inclusión / exclusión / tratamiento o jerarquización. Análisis de representaciones de temas y grupos sociales. La comunicación como proceso de producción y disputa de sentidos.

Tipos de medios.



Conformación del sistema de medios argentino. 1920-1970: de Los locos de la azotea a los ciclos de privatización – intervención – estatización. Década del 70: del mercado al Estado totalitario. Década del 90: concentración, re-regulación vs. desregulación, extranjerización. Década 2000: hacia la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Tipos de medios: públicos – universitarios, sin fines de lucro (comunitarios, populares, alternativos), privados comerciales. Su visión y misión, la programación, la concepción de las audiencias, la vinculación del medio con sus “organizaciones madre” y con la comunidad, su lugar específico en el sistema de medios, su caracterización en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, su trayectoria y el escenario actual.

Radio y NTICs.

Transformación de la radio en la sociedad de la información. La relación entre radio y nuevos medios. Nuevos hábitos de escucha y de producción. Programación de nicho. Podcast, streaming, radios online.

Audiencias.

Las audiencias como sujetos de derecho. La concepción de las audiencias en las Teorías de la Comunicación. La noción de ciudadanía comunicacional. La concepción y los derechos consagrados en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La Defensoría del Público.

El lugar de las audiencias en la definición del perfil de la emisora. Diálogos e interpelaciones. Cercanía, empatía, compañía. Estudios y sondeos de audiencia. Definición del target o audiencia modelo.

Unidad 2. MIRADAS Y HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

La producción.

El desarrollo de una idea. Instancia de diálogo con la audiencia a partir de los objetivos del medio. La construcción de hechos comunicacionales. Planes y estrategias. Trabajo en equipo. Roles en la producción y realización de un programa. Perfiles para la conducción y co-conducción. Etapas: preproducción, puesta al aire y posproducción. La construcción de la grilla. Momentos de un programa: bloques y secciones, música, artística. Tipos de programas: informativos, musicales, dramáticos y magazine. Géneros y formatos.

Temas, enfoques y fuentes.



La opinión pública y la agenda pública. La construcción de la agenda, inclusiones y exclusiones. Punto de vista, enfoque y línea editorial. Fuentes: legitimidad y visibilidad. Clasificación: según representatividad, temática, origen.

Informe documental.

Periodismo informativo, de opinión, de investigación. Definición de objetivos, tema, enfoque, fuentes, destinatarios, guion. Profundidad e interpretación. Recursos narrativos del texto argumentativo. Estructura: apertura, desarrollo y cierre.

Demo.

La traducción sonora de un proyecto. La construcción de síntesis. Fragmentación y continuidad. Herramienta. Proyección. Identidad. Carácter. Promesa. El doble destinatario de un demo. Diseño de la estrategia. La carpeta gráfica.

Unidad 3. LA CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL DE LAS PROPUESTAS RADIALES

Perfil e identidad.

El diseño de la programación, las voces, la línea editorial, los contenidos, la musicalización, la artística, la capacidad creativa, los ritmos, la comprensión del mundo y la apropiación específica del contexto, las alianzas y articulaciones, la concepción de las audiencias, los usos de Internet en la construcción del perfil de una emisora. El perfil y la identidad de la emisora como una conversación.

Programación.

La programación como la traducción comunicacional de los objetivos y estrategias del medio. Organización de la programación en base a la duración: por bloques, mosaico o fragmentada, continua. Organización de la programación en relación a su audiencia: segmentada y especializada. Vinculación entre la organización de la programación y el tipo de medio.

La artística de la radio.

La artística institucional en la construcción del perfil de la radio/programa. Una síntesis entre el contenido y la forma. Organizar el aire y contarse a sí misma: las funciones de la artística en la radio. Voces, criterios musicales, estéticas, ritmos, efectos especiales. La producción de las piezas artísticas.



Creatividad y claridad. Las 4 C: cortas, concretas, completas y creativas. La relación entre texto y recursos sonoros.

La música.

Criterios de musicalización. Climas, imaginarios y estrategias. Lo conocido y la apertura a nuevas opciones. La industria. Objetivos, audiencias, ritmos y momentos, origen, oferta y demanda.

Funciones: música objetiva, subjetiva y descriptiva.

Creatividad.

Equilibrio entre identidad e innovación. Ejemplos de propuestas innovadoras en emisoras argentinas.

In/seguridad acústica.

7. Bibliografía obligatoria y complementaria (organizada por unidades)

Toda la bibliografía que aquí se detalla tiene carácter de sugerida para ampliar los contenidos trabajados en las clases. Otros textos se propondrán durante la cursada para ser analizados en clase.

Alves, Walter. Estrategia de los pequeños formatos. CIESPAL, Quito, 1979.

AMARC ALC. La radio después de la radio. Asociación Mundial de Radios Comunitarias. América Latina y Caribe, Buenos Aires, 2011.

Castello, Paula y Tordini, Ximena. El cantar de las hormigas. Producción periodística en las radios comunitarias. AMARC ALC e Interconexiones, Buenos Aires, 2006.

Fernández, José Luis. Los lenguajes de la radio. Editorial Atuel, Buenos Aires, 2004.

Kaplún, Mario. Producción de programas de radio. Ediciones CIESPAL, Quito, 1999.

Kejval, Larisa. Truchas. Los proyectos político culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares en Argentina. Prometeo Libros, Buenos Aires, 2009.

Lamas, Ernesto y Villamayor, Claudia. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. FES – AMARC, Buenos Aires, 1998.

López Vigil, José Ignacio. Manual urgente para radialistas apasionados. AMARC y otros, Quito, 1997. Manual práctico de estilo radiofónico. Instituto Mexicano de Radiodifusión (IMER), México, 2003.

8. Metodología de trabajo

El Taller está concebido como un proceso de construcción colectiva de saberes orientados hacia la práctica. El punto de partida de ese proceso son las experiencias y conocimientos previos de los estudiantes, que se pondrán en juego en cada instancia de trabajo como base para generar nuevas



preguntas, para promover el análisis crítico, para incorporar aprendizajes y competencias que se anclen en su vinculación con la radio en tanto productores y productoras.

La orientación hacia la práctica no exime a esta propuesta pedagógica de aportes conceptuales, de reflexiones sobre el quehacer comunicacional, de indagaciones sobre el funcionamiento de los medios, tanto desde el lugar de audiencias, de estudiantes y de trabajadores y trabajadoras.

En ese sentido, el taller es un espacio de encuentro pero también de tensión donde se ponen en juego las experiencias y expectativas de los estudiantes y de los docentes, las características y funcionamiento del sistema de medios y la propuesta educativa de la carrera. Se espera que esa articulación, por momentos conflictiva, sea motor de reflexiones y del diseño de estrategias de producción.

El recorrido de la materia alterna unidades de corte más conceptual y más práctico, para que estas dos dimensiones sean comprendidas como inescindibles en la realización de radio. Para eso, cada clase se desarrollará de acuerdo a la metodología de aula-taller, articulando momentos de:

- Intercambio de experiencias, saberes, perspectivas y preguntas.
- Desarrollo de nociones teóricas y de herramientas prácticas, puestas en relación.
- Actividades individuales o grupales, dentro y fuera del aula y del horario de clase.
- Compartir las propias producciones para recibir devoluciones del grupo y comprometerse en la valoración del trabajo de otros.
- Escucha y visualización de producciones radiofónicas o en otros soportes.
- Lectura individual o colectiva y discusión de material bibliográfico.
- Evaluación colectiva del desarrollo de la materia y de la participación personal y colectiva en ese proceso.

A partir de estas diversas propuestas de trabajo, en cada clase se abordarán una serie de nociones y herramientas de producción. La bibliografía de la materia es complementaria a este recorrido. Las propuestas de trabajo están orientadas a la reflexión, apropiación y aplicación de esas nociones y herramientas a través de la elaboración de textos propios y de producciones radiofónicas.

Se espera que los estudiantes puedan poner en juego su expresividad y creatividad, sustentar las prácticas de producción en posicionamientos propios y argumentados, asumir el rol de productores y



productoras desde una mirada reflexiva acerca de los procesos mediáticos de construcción y disputa de sentidos. Para eso, el rol docente será conducir el proceso educativo; aportar conocimientos, herramientas y materiales que nutran los aprendizajes; provocar nuevas preguntas y motivar reflexiones.

9. Evaluación (Requisitos de aprobación y criterios de evaluación)

De acuerdo con el Régimen General de Estudios, las asignaturas se aprueban mediante:

- a) Promoción,
- b) Examen integrador, o bien
- c) Examen Final

En cualquiera de los casos se requiere el 75% de asistencia a clase.

Para aprobar la asignatura por promoción se requiere obtener calificaciones no inferiores a 6 (seis) en al menos dos evaluaciones parciales o sus respectivos recuperatorios, y un promedio de 7 (siete) puntos o más.

Para aprobar a través de examen integrador se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro) en al menos dos evaluaciones parciales. Esta instancia se desarrolla luego de finalizada la cursada, no requiere inscripción previa y es llevada adelante por el profesor de la comisión, quien indica a cada estudiante los contenidos a evaluar y su modalidad (escrito, oral, trabajo, etc). El examen integrador se aprueba con 4 (cuatro) puntos.

Los estudiantes que no aprueben por promoción o por examen integrador tendrán la posibilidad de aprobar la asignatura mediante examen final. Para acceder a esta instancia se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro) puntos en al menos dos instancias parciales o sus respectivos recuperatorios.

Para más información se sugiere leer detenidamente los artículos 31 a 39 del Régimen General de Estudios de UNPAZ.

.....

Acorde a estas pautas y a la modalidad de taller de esta materia, en el transcurso de la cursada se solicitará a los estudiantes la presentación de trabajos prácticos y producciones radiofónicas. De acuerdo a la complejidad y características de cada uno, serán evaluados como:

- Trabajos prácticos. Aquellas producciones radiofónicas o textos que dan cuenta de contenidos trabajados en clase y que se conciben como entregas autónomas. Cada TP será calificado con nota



numérica y se obtendrá un promedio como calificación de los TPs.

- Pre-entregas. Producciones o textos que funcionan como avances en la realización de un Trabajo Práctico o Parcial. Son calificados con **nota conceptual** que incide en la evaluación del TP o Parcial correspondiente.

- Parcial. Una producción y texto que integran los contenidos de toda la materia. Es evaluado con una nota numérica.

De este modo, la calificación de la materia estará compuesta del promedio de los TPs y el Parcial, en los que se incluyen también las pre-entregas.

Los Trabajos Prácticos y Pre-entregas tendrán **periodicidad semanal**. Las pautas del Parcial se compartirán con los estudiantes en la clase 7, se grabará en la clase 13 y se presentará en la clase 14.

Las pautas de cada TP, Pre-entrega y Parcial se exhibirán en las clases correspondientes y se enviarán por correo electrónico. En la descripción de cada una se detalla la consigna, la duración si es una producción radiofónica o la extensión si es un texto escrito, la modalidad (individual o grupal), los criterios de evaluación, la forma y fecha de entrega.

Los criterios de evaluación son específicos de cada trabajo. En líneas generales, contemplan:

- la adecuación a la consigna,
- la claridad en el planteo de la idea y en la realización,
- la adecuación a las características de cada formato radiofónico,
- la coherencia en la correlación de los contenidos/segmentos, pequeños formatos, conducción, artística y música,
- los roles claramente definidos cuando se trata de trabajos grupales, especialmente las prácticas en estudio,
- la profundidad del análisis, la consistencia de la argumentación y la aplicación de los conceptos trabajados en clase.

Para aprobar la materia, además de las pautas establecidas en el Régimen General de Estudios y consignadas más arriba, deben estar presentados y aprobados todos los Trabajos Prácticos, el Parcial y al menos el 75% de las Pre-entregas.

Se podrá rendir recuperatorio de los TPs y Parcial, de no estar aprobados, en la clase 14, el 27 de junio.

El recuperatorio abarcará los contenidos no aprobados por cada estudiante con consignas de trabajo específicas de producción y texto en cada caso.

Por tratarse de un taller, esta materia no puede rendirse libre.



10. Instancias de práctica (opcional)

Como se dijo, las prácticas de realización radiofónica forman parte de la propuesta pedagógica de la materia durante todo el desarrollo de la cursada. Específicamente, habrá dos jornadas dedicadas a realizar "prácticas en estudio", instancias en las que los estudiantes accederán a un estudio de radio para realizar allí producciones radiofónicas pautadas previamente.

11. Cronograma de actividades teóricas y prácticas

Semana 1	- Presentación de los estudiantes y de la materia. - Contexto y encuadre. - La producción.
Semana 2	- La radio en su entorno. - La noción de comunicación.
Semana 3	- Producción de radio. - Temas, enfoques y fuentes.
Semana 4	- La artística de la radio.
Semana 5	- Práctica en estudio. Grabación del microprograma. - La radio universitaria.
Semana 6	- Programación. - Perfil e identidad.
Semana 7	- Tipos de medios. - Informe documental.
Semana 8	- Primer parcial
Semana 9	- La música. - La artística. - Creatividad.
Semana 10	- Audiencias. Las audiencias como sujetos de derecho. El lugar de las audiencias en la definición del perfil de la emisora.
Semana 11	- Radio y NTICs
Semana 12	- Demo
Semana 13	- Clase de refuerzo y producción para el Parcial.
Semana 14	- Práctica en estudio (segundo parcial).
Semana 15	- Evaluación de la materia.



Semana 16	- Recuperatorios.
<i>A partir de aquí a completar únicamente para unidades curriculares con régimen anual</i>	
Semana 17	
Semana 18	
Semana 19	
Semana 20	
Semana 21	
Semana 22	
Semana 23	
Semana 24	
Semana 25	
Semana 26	
Semana 27	
Semana 28	
Semana 29	
Semana 30	
Semana 31	
Semana 32	

Firma docente responsable	
Firma Departamento Académico	