

LA RADIO

en la escuela

DESDE UNA

PERSPECTIVA

DE DERECHOS

Herramientas para que chicas y chicos
conozcan y ejerzan sus derechos
comunicacionales a través de la radio



#EnDefensadelasAudiencias

**Defensoría
del Público** 



AUTORIDADES DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Defensora del Público: Miriam Lewin

Secretaría General: Pascual Calicchio

Dirección General de Planificación Estratégica e Investigación: Flavio Rapisardi

Dirección General Administrativa: María de los Ángeles Marcheschi

Dirección de Protección de Derechos y Asuntos Jurídicos: Alejandra Iriarte

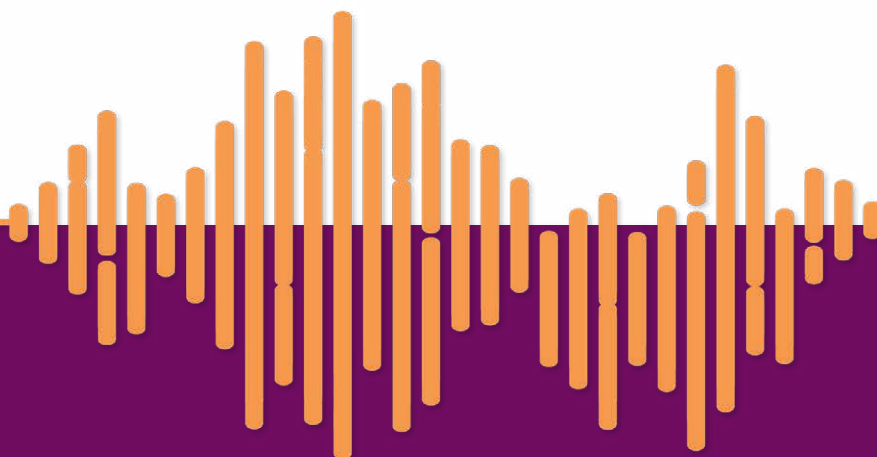
Dirección de Administración: Celeste Conde

Directora de Legal y Técnica: Cecilia Bermudez

PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DE ESTE MATERIAL:

Paula Castello, Jefa del Departamento de Participación y Capacitación.

Paula Iuliano, Ernesto Lamas, Mariana Mársico, Cecilia Uriarte y Gastón Wahnish por la Dirección de Capacitación y Promoción; Diego Martínez (diseño) por la Dirección de Comunicación Institucional.



Índice

1... 2... 3...



Presentación	4	Género dramático	34
Un viaje al mundo de la radio	6	Las personificaciones - Adivina adivinador	35
Características de la radio	6	Sugerencias para trabajar con el formato per- sonificación en el aula	35
Lenguaje radiofónico	7	Actividades	36
Géneros y formatos	8	Aportes conceptuales	37
Producción radiofónica	8	Los radioteatros - ¡Acción!	38
Actividades y propuestas para analizar y producir contenidos radiofónicos en la escuela	10	Sugerencias para trabajar con el formato radio- teatro en el aula	38
Género periodístico informativo	11	Actividades	39
La noticia - ¿Qué anoticia?	12	Aportes conceptuales	41
Sugerencias para trabajar con el formato noti- cia en el aula	12	Género musical	43
Actividades	13	El micro musical - ¿Un disco rayado?	44
Aportes conceptuales	15	Sugerencias para trabajar con el formato micro musical en el aula	44
La entrevista - ¿Qué pregunta la pregunta?	17	Actividades	45
Sugerencias para trabajar con el formato en- trevista en el aula	17	Aportes conceptuales	47
Actividades	18	Las canciones - Contar con música	48
Aportes conceptuales	20	Sugerencias para trabajar con el formato can- ción en el aula	48
Género periodístico de opinión	23	Actividades	49
Los comentarios y las editoriales - El derecho a opinar y a que nos escuchen	24	Aportes conceptuales	51
Sugerencias para trabajar con el formato co- mentario/editorial en el aula	24	Campañas radiofónicas	52
Actividades	25	Spots de campañas - En busca de un objetivo	53
Aportes conceptuales	27	Sugerencias para trabajar campañas en el aula	53
La mesa redonda - Ronda de opiniones	29	Actividades	54
Sugerencias para trabajar con el formato mesa redonda en el aula	29	Aportes conceptuales	56
Actividades	30		
Aportes conceptuales	32		

Presentación

En las radios escolares las experiencias personales, los aprendizajes y la creatividad se entraman. De esta forma, las propuestas radiofónicas que surgen en el aula constituyen una herramienta pedagógica que enriquece el proceso de enseñanza y de aprendizaje pero, además, son un **lugar clave para que los chicos y las chicas ejerzan su derecho a la comunicación**, se formen como audiencias críticas y sean protagonistas en la creación y difusión de sus propios mensajes.

La Ley de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño protegen sus derechos comunicacionales y promueven su **participación como receptores críticos y productores de contenidos** para los medios de comunicación. También la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual contempla y promueve la existencia de radios escolares. En su artículo 149 habilita a las escuelas públicas de gestión estatal a presentar un proyecto y solicitar una autorización para acceder a una frecuencia modulada. Además, la Ley de Educación Nacional establece la necesidad de desarrollar capacidades para una recepción crítica y competencias para el manejo de los lenguajes de la comunicación y la información.

El trabajo con la radio en el aula propicia espacios de expresión, comunicación y participación; brinda la posibilidad de expresar opiniones sobre aquello que preocupa o interesa a chicos y chicas, de trabajar contenidos curriculares de manera creativa y significativa, de asumir roles diferentes a los preestablecidos dentro del grupo, y de generar vínculos con pares y con el resto de la comunidad.

Estudiantes que en el patio de la escuela montan una radio para ser escuchada durante los recreos; docentes que acompañan a su grupo a recorrer el barrio, grabador en mano, para hacer entrevistas; un programa de la escuela en una emisora de la ciudad; una campaña de bien público hecha por chicas y chicos que suena en las radios del pueblo; un grupo de compañeros y compañeras que realizan un podcast para luego subirlo a plataformas digitales. Todas ellas, y muchas más, son posibilidades que permiten a niñas, niños y adolescentes expresarse a través del lenguaje radiofónico en sus propios términos, definir sus agendas, sus estéticas y sus interlocutores, compartir con su comunidad y abordar contenidos escolares.

LAS PROPUESTAS RADIOFÓNICAS EN EL AULA...

> Enriquecen

Los procesos de enseñanza-aprendizaje
Los vínculos con pares, con la comunidad educativa y con la comunidad donde viven

> Permiten

Trabajar temas que les preocupan o interesan a niñas, niños y adolescentes
Abordar contenidos curriculares de manera creativa
Investigar y explorar distintas fuentes de información
Establecer roles distintos a los preestablecidos

> Facilitan

La inclusión y apropiación de tecnologías de la información y la comunicación
El trabajo en equipo
La producción de nuevos sentidos

> Favorecen

La expresión oral y la dicción
La expresión escrita, la lectura y la argumentación
La autoestima
La identidad individual y colectiva
El protagonismo de la niñez y la adolescencia
La formación como audiencias activas y críticas
La formación ciudadana de chicos y chicas

La Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 introduce un cambio de paradigma al entender a la comunicación como un derecho humano y a la actividad realizada por los medios de comunicación audiovisual como una actividad de interés público y fundamental para el desarrollo sociocultural de la población. En ella se establece la creación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, un organismo ante el cual oyentes y televidentes puedan presentar sus consultas, reclamos, denuncias o sugerencias relacionadas con los medios de comunicación audiovisual. Se reconocen así los derechos comunicacionales de las audiencias de la radio y la televisión, con especial énfasis en los derechos de niños, niñas y adolescentes.

Acerca del material

La Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público tiene la misión de promover el conocimiento y la práctica del derecho humano a la comunicación. Para ello, pone en marcha talleres y procesos de capacitación, realiza charlas, genera espacios de debate y participación, y produce materiales pedagógicos.

Con el objetivo de promover y fortalecer los proyectos de radios escolares desde una perspectiva de derechos, la Defensoría del Público elaboró este material para acompañar a docentes de nivel primario y secundario de todo el país con propuestas pedagógicas y desarrollos conceptuales para trabajar con la radio en la escuela en tanto herramienta para promover el ejercicio de los derechos comunicacionales de niñas, niños y adolescentes, propiciar un espacio de análisis crítico sobre los contenidos y los modos de producción de los medios, incentivar la participación de chicas y chicos como realizadores de producciones radiofónicas y abordar los contenidos escolares recurriendo a otras estrategias pedagógicas.

El cuadernillo incluye una introducción sobre las características del medio y del lenguaje radiofónico, secuencias didácticas, sugerencias y aportes conceptuales para trabajar en el aula temáticas y contenidos curriculares a partir de diferentes géneros y formatos radiofónicos (noticias, entrevistas, editoriales o comentarios, mesas redondas, personificaciones, radioteatros, micros musicales, canciones, spots o cuñas).

Las actividades propuestas en las secuencias fueron pensadas para ser adaptadas a diferentes niveles y ciclos escolares, teniendo en cuenta los tiempos y necesidades de cada grupo y de cada espacio curricular.



Un viaje al mundo de la radio

Características de la radio

La radio por sus características presenta ventajas y limitaciones que son necesarias considerar para potenciar sus posibilidades al producir programas o piezas radiofónicas.



VENTAJAS

Imaginación

Es un medio unisensorial que solo involucra al oído y, por ello, estimula la imaginación.

Inmediatez

Sin necesidad de muchos recursos la radio permite dar a conocer un hecho en el momento en que está sucediendo.

Masiva y simultánea

Un mensaje puede llegar al mismo tiempo a muchas personas.

Inclusiva y democrática

No se necesitan recursos técnicos y económicos sofisticados, ni saberes muy específicos, para expresarse por la radio.

Compañía

La radio nos acompaña mientras se realizan otras actividades como caminar, andar en bicicleta, cocinar, entre otras.



LIMITACIONES

Fugacidad

Por su materialidad, lo que se dice a través de la radio es fugaz. No hay posibilidad de escuchar, poner pausa y volver a oír.

Esta característica incita a hablar claro y conciso, con palabras simples y frases cortas.

Simultaneidad

La radio puede ser escuchada mientras se hacen otras actividades.

Si bien es una ventaja, al mismo tiempo puede ser un limitante, porque quien escucha no siempre está prestando atención en su totalidad.

Por ello, hay que tener en cuenta que en la radio a veces será necesario ser reiterativo.

Por ejemplo, repetir la fecha de un evento, un dato, el nombre de la persona que estamos entrevistando, etc.

Lenguaje radiofónico

El mundo sonoro de la radio se construye a partir de cuatro elementos: las **voces/palabras**; la **música**; los **efectos de sonido** y el **silencio**.

Estos cuatro elementos se pueden combinar de infinitas formas para crear mensajes y transmitir ideas, sensaciones y sentidos. Con creatividad se aprovechan las posibilidades expresivas que ofrecen las voces y palabras; la música; los efectos de sonido; el silencio y sus múltiples combinaciones.

VOCES/PALABRAS

Todas las voces son distintas, cada una tiene su particularidad pero todas pueden expresarse por la radio. No hay voces más autorizadas que otras para hablar. Lo central es tener algo para decir o contar. Es importante utilizar las palabras y formas de hablar propias y locales sin necesidad de cambiar la voz o las formas del habla. Esto enriquece el entorno sonoro, fomenta la diversidad y fortalece la identidad individual y colectiva. Los tonos, volúmenes, la velocidad y el ritmo del habla varían según lo se quiera comunicar o los sentimientos que se deseen transmitir.

Es importante que todos los chicos y las chicas puedan experimentar hablar en la radio o grabar sus voces. Por ello, se sugiere que se alternen los roles, para que no solo participen frente al micrófono los que mejor leen o los más desinhibidos, por ejemplo.

MÚSICA

La música en radio tiene diferentes usos y funciones. No implica únicamente difundir canciones. A través de la música también se generan climas, ritmos o estados de ánimo, se transmiten sensaciones e ideas, se movilizan sentimientos o emociones.

Se puede sugerir a las y los estudiantes que indaguen sobre música de la zona o del barrio. También proponer investigar si en la escuela hay chicos y chicas que formen parte de alguna banda o si conocen otras bandas juveniles de la ciudad o el pueblo. Pueden crear en la clase de música sus propias cortinas musicales para la radio o investigar portales de música independiente y con licencia libre (ver: "Sugerencias de recursos sonoros y banco de producciones" pág 9).

EFFECTOS DE SONIDO

Los efectos son los sonidos que ayudan a crear ambientes, a describir lugares o a llamar la atención de la audiencia. Además, tienen gran capacidad narrativa y, por ejemplo, permiten contar historias sin palabras.

Existen sitios web donde se descargan efectos de sonido con licencia libre (ver: "Sugerencias de recursos sonoros y banco de producciones" pág 9). Pero también se les puede proponer a los chicos y chicas fabricar sus propios efectos con materiales que tengan a mano. Por ejemplo, al arrugar una bolsa de plástico se recrea el efecto de la lluvia.

Otro recurso posible es grabar sonidos característicos del barrio o de la escuela, como el timbre del recreo o las voces de los niños y niñas jugando en la plaza y armar un banco de efectos sonoros propio.

SILENCIO

En radio las pequeñas pausas permiten generar suspenso, expectativa, llamar la atención o invitar a la reflexión. Para que el silencio sirva como recurso debe estar planificado. Si sucede por descuido, cuando la computadora se traba o porque no sonó la cortina, es un error involuntario que en el mundo de la radio se conoce como "bache".



Géneros y formatos

En la producción radiofónica los géneros y los formatos contribuyen a organizar los contenidos y nos brindan la posibilidad de concretar nuestras ideas.

¿Cómo surge la producción radiofónica? Se trata de un proceso que comienza con una intención y finaliza con un producto. En este recorrido, se toman decisiones, se dividen roles, se investiga, se eligen temas musicales, se escriben guiones, se sistematiza información y se buscan efectos sonoros, entre otras actividades.

A partir de trazar los objetivos y definir destinatarios y destinatarias, los géneros y los formatos son dos concep-

tos centrales que motorizan la producción radiofónica y orientan nuestro camino.

Los principales géneros que se utilizan en radio son:

- > **el periodístico informativo,**
- > **el periodístico de opinión,**
- > **el musical,**
- > **el dramático.**

Producción radiofónica

La producción de un programa o una pieza radial implica un proceso que incluye distintas etapas que contribuyen a la organización.

PRE-PRODUCCIÓN

Se comienza con una **idea**, con la necesidad o interés en comunicar algo. Esta idea puede ser individual o colectiva. ¿Qué quiero contar? ¿Qué queremos decir?

A partir de ello, se define un **objetivo**, se elige el **tema** que se tratará y se decide la **perspectiva** desde la que se lo abordará. ¿Sobre qué se hablará? ¿Por qué nos interesa hablar de ese tema? ¿Qué se dirá sobre dicha temática? También se piensa en la **audiencia**. ¿Con quién se pretende entablar la comunicación? ¿Quiénes serán los destinatarios y destinatarias de la producción?

Luego hay que **elegir el formato** más adecuado para transmitir el mensaje según el tema, el objetivo y el público al que se dirige. ¿Se trabajará con formato noticia? ¿Será mejor un radioteatro o una mesa de debate?

Por ejemplo: para trabajar sobre la temática de la inmigración en Argentina, se define abordarlo desde una perspectiva de derechos de las personas migrantes. En cuanto a la audiencia, se decide que la producción radiofónica esté dirigida a adolescentes. A partir de estas definiciones se elige

trabajar con el formato entrevista. La propuesta es que los chicos y las chicas indaguen en el barrio, en su familia, con otros compañeros y compañeras, y realicen una entrevista a una persona migrante. Además, pueden crear una historia de vida con la información relevada.

Otra opción podría ser, por ejemplo, elegir el formato radioteatro. Los y las estudiantes investigan sobre la situación en la que viven las personas migrantes, identifican un conflicto y luego arman una historia.

PRODUCCIÓN

Antes de comenzar la producción es necesario investigar, buscar información, recopilar datos, indagar en ejemplos. El trabajo de producción es una tarea que se realiza en equipo, y en radio existen distintos roles que los chicos y las chicas pueden ocupar: locutar, conducir o hacer las voces de los personajes, entrevistar, buscar información, elegir la música o producir los efectos de sonido, armar los guiones, editar o realizar la operación técnica.

Es importante que cada persona tenga claro su rol y asuma la responsabilidad que ello implica. Además, es interesante que puedan experimentar y cambiar de roles.

En esta etapa se grabarán las entrevistas, se escribirán los guiones, se crearán los diálogos de los personajes, se redactarán los argumentos para la mesa debate, se elegirán las canciones para el micro musical, etc. ¡Es el momento central de producción!

Cuando ya se cuenta con todos los insumos, se hace el programa en vivo o se graba para luego editar la producción. Por último, es momento de la escucha colectiva y la reflexión a partir de lo producido.

SALIDA AL AIRE Y DIFUSIÓN

Si bien hay instituciones que cuentan con un estudio de radio, una antena y una frecuencia asignada, también es posible hacer radio en la escuela de otras maneras. Se puede optar por hacer programas de radio en vivo o bien pensar la producción de piezas sonoras para ser difundidas en diferido.

A continuación algunas sugerencias:

En vivo

Radio por la web > Se puede recrear un estudio de ra-

dio en el aula con una computadora portátil, un micrófono, parlantes y/o auriculares. Si se cuenta con conexión a internet, a través de un servicio de streaming se podrá transmitir el programa en vivo por la web. En caso de no contar con conexión, se puede realizar un “falso vivo”, es decir hacer el programa como si estuviera saliendo al aire y grabarlo para luego subirlo a alguna plataforma o compartirlo entre los y las estudiantes.

Radio pasillo > Con un equipo de audio se puede hacer una radio abierta o propaladora en el aula, en el patio de la escuela, en la plaza del barrio o en actos escolares.

Producciones grabadas




Podcast > Otra opción es hacer producciones radiofónicas usando grabadores o teléfonos celulares para registrar las voces, músicas o sonidos, y las netbooks para editar.

Estas producciones pueden escucharse al interior de la escuela o difundirlas a través de plataformas web o en redes sociales.

También, se pueden compartir con radios comunitarias, locales y/o municipales para que las incluyan en su programación.

SUGERENCIAS DE RECURSOS SONOROS Y BANCO DE PRODUCCIONES

Sitios web para descargar producciones radiofónicas libres:

- **AIRE JOVEN. NUESTRAS VOCES, NUESTRAS PROVINCIAS, NUESTRAS NOTICIAS**
Informes radiofónicos temáticos realizados por chicos y chicas de doce provincias de nuestro país que protagonizan esta experiencia comunicacional coordinada por la Defensoría del Público.
<http://www.defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/aire-joven/> 
- **CATÁLOGO DE EXPERIENCIAS Y PROYECTOS CON MEDIOS EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.**
Material realizado por el Programa de Medios Escolares que reúne experiencias con medios que se llevan adelante en las escuelas de la provincia de Buenos Aires. <https://abc.gob.ar/secretarias/areas/subsecretaria-de-educacion/tecnologia-educativa/tecnologia-educativa/catalogos-tecnologia> 
- **DERECHOS EN EL AIRE**
Producciones ganadoras de un concurso de radio para chicos y chicas.
<http://defensadelpublico.gob.ar/las-25-producciones-de-derechos-en-el-aire/> 

Sitios web para descargar música y efectos de sonidos libre:

- **RADIOS LIBRES - RECURSOS LIBRES PARA RADIO**
<https://radioslibres.net/category/formatos/recursos-libres/> 

Actividades y propuestas

para analizar y producir contenidos radiofónicos en la escuela

OBJETIVOS

La propuesta apunta a que las chicas y los chicos:

- Identifiquen a la comunicación como un derecho humano.
- Conozcan sus derechos comunicacionales garantizados en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Analicen críticamente los modos de producción de los medios de comunicación audiovisual.
- Reflexionen sobre su rol como audiencias de radio y televisión.
- Se asuman como productores de mensajes radiofónicos.
- Se familiaricen con el lenguaje radiofónico y experimenten a través de sus posibilidades de expresión.
- Desarrollen diferentes roles de la práctica radiofónica.
- Produzcan piezas radiofónicas de distintos géneros y en diferentes formatos.
- Aborden los contenidos trabajados en diferentes materias en la producción de piezas radiofónicas.
- Elaboren representaciones alternativas a las que circulan en las radios y son producidas por adultos y adultas.

CONTENIDOS

- La comunicación como un derecho humano y su importancia en la consolidación de la democracia.
- Los derechos comunicacionales de niñas, niños y adolescentes contemplados en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- La Defensoría del Público y su rol en la defensa de los derechos de las audiencias de radio y televisión.
- Las principales características de la radio como medio de comunicación.
- Los elementos del lenguaje radiofónico: voces y palabras, efectos sonoros, música y silencio.
- Los géneros radiofónicos: periodístico informativo, periodístico de opinión, dramático y musical.
- Algunos formatos: noticia, entrevista, personificación, radioteatro, mesa redonda, editorial, micro musical, canción.
- Las campañas radiofónicas: estrategias comunicacionales para lograr un objetivo.
- Representaciones y estereotipos.

Género Periodístico informativo

Estas producciones dan cuenta de una selección de hechos de la realidad. Tienen por objetivo informar y/o contar un suceso.

OBJETIVOS

Que los chicos y chicas:

- Analicen críticamente noticias radiofónicas.
- Identifiquen los procedimientos que intervienen en la construcción de las noticias: selección, jerarquización y tratamiento.
- Analicen los criterios de noticiabilidad predominantes en los medios masivos.
- Reflexionen acerca del lugar de la niñez y la adolescencia en las noticias.
- Evalúen el rol de los niños, niñas y adolescentes como fuentes e interlocutores.
- Vinculen la importancia del ejercicio del derecho humano a la comunicación con el acceso a información socialmente relevante.
- Se asuman como productores de noticias.
- Se familiaricen con el lenguaje radiofónico vinculado al género informativo y experimenten a través de sus posibilidades de expresión.
- Desarrollen criterios alternativos de noticiabilidad a los predominantes en los medios masivos.

CONTENIDOS

- El derecho humano a la comunicación. El derecho a recibir información plural y diversa y su importancia en la consolidación de la democracia.
- El género periodístico informativo. Sus principales características.
- La noticia. Análisis y producción, herramientas y criterios para su elaboración.
- La entrevista. Análisis y producción, roles, objetivos y tipos de preguntas.

LA NOTICIA

¿Qué noticia?

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON EL FORMATO NOTICIA EN EL AULA

Historia:

NIVEL PRIMARIO

Se propone crear noticias sobre un hecho histórico estudiado, por ejemplo sobre la Revolución de Mayo. Situándose en 1810, tendrán que investigar las formas de hablar de la época, buscar o recrear sonidos típicos del ambiente de ese momento (como carretas o voces de vendedores ambulantes) y armar la noticia pensando como si fuera relatada en ese año.

NIVEL SECUNDARIO

Si se trabaja sobre la apropiación de bebés durante la última dictadura cívico militar y el Día Nacional del Derecho a la Identidad, se propone a los y las estudiantes que investiguen la historia de un nieto o nieta recuperada. Luego, pueden redactar y grabar la noticia referente al día de la restitución de su identidad y al reencuentro con su familia de origen.

Construcción de Ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO

Si para el 20 de noviembre, día que se conmemora la aprobación de la Convención sobre los Derechos del Niño, se realizan actividades para trabajar con las chicas y los chicos acerca de sus derechos, se les puede proponer armar un boletín de noticias donde se informe sobre la Convención y los derechos allí garantizados.

NIVEL SECUNDARIO

Si se trabaja acerca de sus derechos en la escuela, como por ejemplo sobre el derecho a organizar un centro de estudiantes, se les puede invitar a redactar noticias sobre las próximas elecciones estudiantiles o actividades realizadas por el Centro.

Ciencias Naturales:

NIVEL PRIMARIO

Se sugiere armar noticias sobre los diferentes planetas que componen el sistema solar. Allí se puede dar cuenta de sus características y cuándo han sido identificados. También pueden abordarse noticias locales referidas al ambiente. ¿Hay algún factor que afecte al barrio? ¿Un basurero, un vertedero, un espacio contaminado?

NIVEL SECUNDARIO

En caso de trabajar sobre el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, una propuesta es que los y las estudiantes armen grupos, y que a cada uno se le asigne un Parque Nacional. Luego de investigar y organizar los datos, cada grupo deberá redactar una noticia para informar sobre el Parque que les tocó: ¿dónde está ubicado?, ¿cuáles son sus características?, ¿cómo es su flora?, ¿y su fauna?

Ciencias Naturales / Física:

NIVEL PRIMARIO

A partir de indagar acerca de las fases y los movimientos de la luna, se propone a chicos y chicas elaborar noticias que tengan como eje informar acerca de las características de este satélite.

NIVEL SECUNDARIO

Se puede elaborar una noticia a partir de alguno de los avances que durante la historia ha realizado el campo de la óptica. El desafío estará en aprender a explicar con sus propias palabras y en formato de noticia dicho descubrimiento.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales: compilado de grabaciones de boletines informativos del mismo día (en misma franja horaria y de radios diversas), dispositivo de audio, papel afiche, marcador.

Se escuchan grupalmente los boletines. Se les pide a los chicos y las chicas que presten atención a las diferentes noticias y que registren: ¿De qué tratan las noticias escuchadas? ¿Cómo son las palabras utilizadas? ¿Son claras? ¿De qué aspectos dan cuenta? ¿Abordan temas de su interés? ¿Hablan de cosas que les importan a chicos y chicas? ¿Se escuchan voces de niñas, niños y adolescentes? ¿Un mismo hecho es contado de distinto modo en diferentes noticieros? ¿Por qué sucede esto? ¿Las noticias hablan de sucesos de nuestra comunidad? ¿Hay música acompañando las noticias? ¿Cómo es?

Segundo momento

Se propone un espacio de reflexión y puesta en común de lo escuchado.

Quien coordina toma nota en un papel afiche de las conclusiones o coincidencias que aportan los y las estudiantes.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN:

Es importante que se estimule a que los chicos y las chicas comparen las distintas noticias que emite cada medio, que reflexionen acerca del proceso de selección y el recorte que hacen de la realidad cuando informan. Por otro lado, que se invite a reflexionar sobre el lugar que ocupan sus voces en los noticieros. ¿Suele haber noticias que los y las involucren? ¿Cómo son esas noticias? ¿Aparecen chicos y chicas hablando u opinando en las noticias? ¿Se escuchan en las noticias los temas que les preocupan o interesan?

Para este espacio de intercambio, en el caso de la escuela secundaria, se propone ver un fragmento del

programa **“En el medio / Las radios comunitarias” (Canal Encuentro, 2009)**, referido a la sección DECONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA (minuto 24:32 a 28:00) Link: <http://encuentro.gob.ar/programas/serie/8103/2097>



Para profundizar acerca del concepto de selección, recorte y tratamiento en la construcción de la noticia leer el apartado: **“Aportes conceptuales: Análisis crítico de noticias”** (pág. 15).

ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer momento

Quien coordina desarrolla conceptos y sugerencias para producir noticias en la radio.



Para trabajar este contenido sugerimos leer el apartado: **“Aportes conceptuales: Producción radiofónica de noticias”** (pág. 15).

Cuarto momento

Se dividen en subgrupos de cuatro integrantes y se elige un mismo tema sobre el que se trabajará.

Cada grupo redactará una noticia relacionada con esa temática. Tendrán que tener en cuenta la siguiente estructura para redactar la noticia:

- Título.

- **Cuerpo de la noticia.** Aquí se deben responder las siguientes preguntas: ¿Qué pasó? ¿Quiénes están involucrados? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Por qué sucedió?

- Cierre.

Sugerencia: Se puede desdoblar este momento en dos encuentros. En uno se dividen en grupos y eligen tema, investigan, consultan y proponen distintas fuentes. Al siguiente encuentro redactan y graban la noticia.



Ver: **“Sugerencias para trabajar con el formato noticia en el aula”** (pág. 12).



Quinto momento

Cada grupo graba la noticia. Se elige quién leerá los encabezados y luego un integrante por grupo lee su noticia. Luego, con todas las noticias pueden armar un **boletín informativo**.

Sexto momento

Se escuchan grupalmente las noticias grabadas por los chicos y las chicas.

Se reflexiona sobre la práctica y acerca de la construcción de la noticia.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Preguntas disparadoras para motivar el intercambio:

¿Hay diferencias entre las noticias producidas?

¿Algún grupo contó cosas que otro dejó de lado?

¿Por qué decidieron contar de esa forma la noticia?

¿Cómo decidieron qué contar y qué no?

Si se trabajó sobre un hecho de actualidad se puede incentivar la reflexión sobre qué diferencias encuentran entre la forma en que ellos armaron la noticia y cómo la muestran los noticieros o si ese tema es visibilizado en los medios.





APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE NOTICIAS

Cuando un medio comunica una noticia realiza una **selección** sobre aquello que se informa. Esta práctica implica tomar decisiones, hacer un **recorte** de la realidad. De todo lo que pasa en el día o la semana, se elige qué hechos contar y eso implica dejar de lado otros hechos.

En un segundo momento, se decide qué **tratamiento** se le dará a esa información. Se elige qué se contará y qué no de un hecho. También se define cómo se lo contará, desde qué punto de vista y utilizando qué palabras.

Por ejemplo, si se trata de una protesta de docentes frente al Ministerio de Educación por salarios adeudados y por mejoras en las condiciones edilicias de las escuelas, los medios de comunicación decidirán si contarán ese hecho o no en su noticiero. Los medios que decidan contarlo, además, elegirán qué tratamiento le darán. ¿La noticia pondrá el foco en los cortes de calle y el “caos” de tránsito? ¿O se contará el hecho haciendo énfasis en la causa de la protesta y contando el contexto del conflicto? ¿Se hará hincapié en que los chicos y chicas no tuvieron clase? ¿O en las malas condiciones en las que tienen que estudiar? Cada medio elegirá desde qué perspectiva tratará la noticia, según su línea editorial.

Otra cuestión que se define al construir una noticia es qué **fuentes** se utilizan. ¿Dónde se busca la información? ¿A qué persona/s o institución/es se recurre para conocer sobre el tema que queremos informar? ¿Elegirán entrevistar a las y los automovilistas que circulan por la zona del corte de calle? ¿Recurrirán a la palabra de las y los docentes que reclaman? ¿O a la de los funcionarios y funcionarias del Ministerio de Educación? ¿Tomarán como fuente de información u opinión a los chicos y chicas que van a esas escuelas?

La noticia no es el hecho, sino una versión de lo que ocurrió. La forma de contarlo se relaciona con la subjetividad de quien lo cuenta. Una misma información puede ser contada desde diferentes puntos de vista, un mismo hecho relatado desde diferentes perspectivas. Según los

criterios y la mirada de quienes armen las noticias, se decidirá contarlo de una forma o de otra.

Más allá de las perspectivas, quien informa o comunica tiene el deber de hacerlo de manera veraz, de comprobar los hechos, de no tergiversar datos. Si bien la objetividad pura no existe, ya que siempre se habla desde un lugar, se debe intentar acortar la brecha entre la realidad y su relato. Cuantas más fuentes diversas sean consultadas, la construcción informativa tenderá a ser más objetiva.

La información es un elemento fundamental para el funcionamiento de las sociedades democráticas. A partir de la información que recibimos es posible tomar decisiones, formar una opinión propia sobre un tema o hecho que interese o preocupe. Por ello, para que los chicos y las chicas participen y se involucren en los problemas que los afectan, y puedan proponer soluciones o exigir que se cumplan sus derechos, es necesario que tengan la posibilidad de acceder a información diversa que las y los incluya.

El derecho a la comunicación implica la posibilidad que tienen todos los seres humanos de difundir sus ideas, miradas, opiniones. Por eso es importante que los chicos y las chicas también puedan ser protagonistas, contar con espacios para expresarse, decir lo que piensan y ser escuchados. Estos derechos están contemplados tanto en la Convención sobre los Derechos del Niño como en la Ley de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes y en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

La mayoría de los medios de comunicación no tienen entre sus prioridades temas que preocupan o interesan a niñas, niños y adolescentes. Tampoco sus voces suelen estar presentes en las noticias. Por eso los diversos espacios radiofónicos protagonizados por ellos y ellas son fundamentales para que puedan ejercer su derecho a la comunicación.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE NOTICIAS

La noticia se utiliza para dar información sobre un hecho y/o datos de la realidad y actualidad.



Para redactarla hay que tener en cuenta que el texto responda a, al menos, seis preguntas:

¿Qué?

Qué hecho o acontecimiento sucedió. Qué pasó, qué se dijo.

¿Quién?

Quiénes protagonizan la noticia. Quién o quiénes hicieron o dijeron. Qué personas, instituciones, organizaciones están relacionadas al hecho.

¿Cuándo?

En qué momento sucedió el hecho o cuándo sucederá el acontecimiento que se informa.

¿Dónde?

Dónde se desarrolló o desarrollará el hecho.

¿Cómo?

Cómo sucedió. En qué circunstancias.

¿Por qué?

Por qué sucedió o sucede. Se explican las razones o causas del hecho



Estas preguntas orientativas ayudan a elegir los datos más relevantes para construir la noticia. El orden de las preguntas puede variar pero es importante que en el transcurso de la noticia se respondan la mayoría.

Suele pensarse a la estructura de la noticia como una "pirámide invertida" que va desde aquellos datos más relevantes hasta los detalles que complementan la información. Este esquema tiene tres partes:

- **Encabezado o título** > adelanta el contenido principal de la noticia.
- **Cuerpo** > se organiza la información y se responden las preguntas antes mencionadas.
- **Cierre** > en el final se complementa con detalles o información adicional que no es prioritaria.

Sugerencias para redactar noticias para radio:

Todo lo que se escucha en radio es efímero, quien escucha no puede rebobinar o releer si no entendió lo que se dice. Por este motivo, no es lo mismo redactar una noticia para un medio gráfico, una revista o diario, que para un medio radial.

Al escribir noticias o textos para radio se propone:

- Usar palabras comunes, sencillas, de uso cotidiano.
- Redactar párrafos cortos y oraciones claras, directas, concretas. Por ejemplo, en vez de decir "malestar estomacal" es preferible decir "dolor de panza".
- Evitar las oraciones subordinadas, recurrir al esquema clásico: sujeto- verbo- predicado.
- Al dar datos usar cifras redondas. Por ejemplo, antes que: "Este año, 10.278 estudiantes terminarán la escuela secundaria" se prefiere: "Este año, casi 10.300 estudiantes ..."
- Detallar siglas si no son conocidas. Por ejemplo: "En el CAJ, el Centro de Actividades Juveniles, chicas y chicos pueden participar de actividades..."

LA ENTREVISTA

¿Qué pregunta la pregunta?

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON EL FORMATO ENTREVISTA EN EL AULA

Literatura / Lengua:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

Se invita a simular una entrevista a algún escritor, escritora, o personaje del mundo literario, como forma de trabajar sobre sus historias o biografías. Algunos chicos o chicas ocuparán el rol de quienes son entrevistados y otros el de quienes entrevistan. Tendrán que investigar la biografía del personaje, conocer sus ideas, para luego responder como si fueran esa persona. Pueden trabajar con Rodolfo Walsh, Alfonsina Storni, Laura Devetach, Ana Frank, etc. También a partir de un personaje de un cuento o novela, por ejemplo, una entrevista a la tortuga del cuento “La tortuga gigante” del libro “Cuentos de la selva” de Horacio Quiroga, o a alguno de los personajes del relato “La autopista del sur” de Julio Cortázar.

Matemática:

NIVEL PRIMARIO

Pueden inventar entrevistas a figuras geométricas. Tendrán que investigar las características de cada una, sus diferencias y pensar algunas preguntas. Luego quienes representen por ejemplo al cuadrado deberán contestar según lo trabajado en clase acerca de esta figura.

NIVEL SECUNDARIO

Se propone que las y los estudiantes simulen una entrevista a Pitágoras o a Thales para conocer sobre sus teoremas.

Ciencias Naturales / Biología

NIVEL PRIMARIO

Chicos y chicas piensan y escriben preguntas para hacerle a un animal. Luego de investigar, unos serán quienes entrevistan y otros simularán ser el animal. Por ejemplo, entrevistan al yacaré para conocer sus características: ¿qué come?, ¿cómo se desplaza?, ¿dónde vive?

NIVEL SECUNDARIO

Una propuesta es que en grupos piensen preguntas para entrevistar a partes u órganos del cuerpo. Por ejemplo, a “los pulmones”, a “la tráquea”, a “la laringe”, a “los bronquios” y en la entrevista estos órganos explican cómo funciona el sistema respiratorio.

Construcción de Ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO

Los chicos y chicas entrevistan a distintas personas de la escuela y/o del barrio para conocer su opinión sobre un tema o un hecho. Por ejemplo, sobre el aniversario de la escuela o sobre una actividad realizada en la institución.

NIVEL SECUNDARIO

Se propone invitar a personas egresadas de la escuela para que sean entrevistados por chicos y chicas que están cursando el último año. El objetivo será conocer cómo vivieron el egreso de la secundaria, sus sensaciones, experiencias, temores.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer Momento

Materiales: Grabaciones de tres o cuatro extractos de entrevistas radiales o televisivas sobre un mismo tema o hecho. Es importante que sea un tema vinculado a la niñez o adolescencia, según el grupo que esté trabajando, y que muestre distintos tipos de entrevistadores y entrevistadoras.

Variante: Grabaciones de tres o cuatro entrevistas radiales o televisivas donde los entrevistados sean chicos y chicas. Por ejemplo, buscar entrevistas que realizaron distintos medios en contexto de toma de una escuela, paro de docentes, encuentros de jóvenes, festejo del día del estudiante, vacaciones de invierno, etc.

Escucha del compilado de entrevistas. Luego, se pide a los chicos y chicas que presten atención a los distintos entrevistados y entrevistadas y al tipo de preguntas. Algunas posibles preguntas para reflexionar: ¿Con quién se dialoga en los distintos ejemplos? ¿Son personas adultas? ¿Qué se propone cada entrevista en relación a la persona entrevistada? ¿Conocerla? ¿Obtener información? ¿Saber su opinión? ¿Qué tipo de preguntas se le hace? ¿Las preguntas son claras, se entienden? ¿Tiene relación con el tema? ¿Aportan a su comprensión? ¿Se respeta a la persona entrevistada? ¿Se la deja terminar la pregunta? ¿Quién entrevista se ha preparado? ¿Conoce el tema sobre el que está preguntando?

Segundo momento

Se genera un espacio de reflexión y puesta en común de lo escuchado. Quien coordina toma nota en un papel afiche de las conclusiones o coincidencias que aportan los y las estudiantes.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN:

Es importante estimular a los chicos y chicas a reflexionar acerca de las fuentes de información: ¿A quiénes suelen entrevistar los medios? ¿Se entrevista a perso-

nas con distintas miradas sobre un tema? ¿Se entrevista a los involucrados en un hecho o a profesionales o expertos que hablan de ese hecho? ¿Hay repreguntas? ¿Se entrevista a chicos y chicas? ¿Cuándo? ¿En qué situaciones? ¿Se los trata respetuosamente en las entrevistas? ¿Hay chicos y chicas en los medios que tengan el rol de entrevistadores?

Luego de la puesta en común se puede profundizar la reflexión: ¿alguna vez fueron entrevistados o entrevistadas por algún medio? ¿Vieron a algún familiar, compañera de la escuela o vecino dando su opinión en un noticiero?



Para profundizar acerca del concepto de elección de las fuentes de información, leer el apartado: "Aportes conceptuales: Análisis crítico de entrevistas" (pág 20).

ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer momento

Quien coordina desarrolla las principales características de la entrevista y aporta sugerencias para realizarla.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: "Aportes conceptuales: Producción radiofónica de entrevistas" (pág 21).

Cuarto momento

Se elige un tema con el cual se trabajará. Divididos en grupos de cuatro integrantes deberán realizar dos entrevistas sobre el tema acordado. Se les pide que tengan en cuenta el objetivo de la entrevista, a quiénes elegirán entrevistar y por qué. Deberán buscar información previa o utilizar lo ya trabajado en la materia y armar la guía de preguntas.



Ver recuadro: "Sugerencias para trabajar con el formato entrevista en el aula" (pág. 17).



Quinto momento

Se contacta a la personas entrevistadas y se realiza la entrevista. Las mismas se pueden grabar en el estudio de grabación o con la netbook en el programa Audacity, con celulares, o mp3.

Sexto momento

Se escuchan las entrevistas que hicieron los chicos y chicas y, a partir de la escucha, se realiza una instancia de reflexión sobre la práctica.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Preguntas disparadoras para motivar el intercambio:

¿A quién entrevistó cada grupo?

¿Por qué eligieron a esas personas para entrevistar?

¿Seleccionaron diferentes fuentes para el mismo tema?

¿Entrevistaron a otros chicos y chicas o solo adultos?

¿En qué se diferencian sus entrevistas de las de los medios?

¿Se buscó entrevistar a personas que tuvieran distintas perspectivas?





APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE ENTREVISTAS

Los medios de comunicación recurren a fuentes de información para construir las noticias o comunicar un hecho. Se consideran fuentes a personas que, por sí mismas o en nombre de entidades u organizaciones, pueden aportar información o dar su opinión acerca de un tema. También pueden utilizarse como fuente distintos tipos de documentos, por ejemplo informes de la municipalidad, notificaciones de la escuela o la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño.

Además de esta distinción entre personas y documentos, las fuentes también se pueden clasificar como:

- **Fuentes primarias:** las que tienen relación directa o participación con el hecho. Entre otras, pueden ser las y los afectados, personas testigos o responsables.
- **Fuentes secundarias:** quienes no están directamente vinculadas al hecho pero por su conocimiento pueden aportar información, analizar el hecho o contexto. Por ejemplo, personas expertas en el tema, investigadores, etc.
- **Fuentes oficiales:** las vinculadas con una organización formal como la escuela, una organización de la sociedad civil, el centro de estudiantes, el sindicato de docentes, una junta vecinal, el municipio, etc.
- **Fuentes no oficiales:** quienes pueden aportar su propio punto de vista o datos aunque no estén vinculados a una institución u organización reconocida. Es el caso de estudiantes, una vecina o un grupo de padres y madres.

Los medios deciden a qué fuentes de información recurrir en cada caso. Esta es una decisión importante porque se elige a qué personas darles la oportunidad de decir lo que saben u opinan sobre un tema o hecho. En muchos casos, para informar sobre ciertas temáticas los medios de comunicación suelen entrevistar al mismo tipo de fuentes y de este modo no hay diversidad de miradas. Se hace un recorte al elegir a quién entrevistar y a quién no. No es una elección azarosa, ya que cada medio elige sus fuentes, les otorga validez o autoriza a hablar sobre cierto tema.

Por ejemplo, si se trata el tema de la adolescencia y su relación con las TIC's, ¿quiénes suelen ser las personas entrevistadas para hablar en este caso?, ¿se entrevista a profesionales de la salud mental?, ¿a docentes o directivos y directivas?, ¿se les pregunta a los chicos y las chicas?

Las voces de chicos y chicas no suelen estar presentes en los medios. Sin embargo, en muchos temas, fundamentalmente en los que los tienen como protagonistas, es importante que puedan ser considerados como fuentes legítimas de información. Tal como se plantea en la Convención sobre los Derechos del Niño y en la Ley de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, tienen derecho a opinar, a participar y a ser escuchados. Es importante que puedan visibilizarse sus voces para, de este modo, participar de la construcción colectiva de información y tener incidencia en la construcción de la agenda pública.

Al tratar un tema, es importante y necesario elegir fuentes variadas para que diversas perspectivas estén presentes y distintas voces puedan expresarse y ser legitimadas a través de los medios.



PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE ENTREVISTAS

En el género periodístico, la entrevista es uno de los principales recursos que los comunicadores y las comunicadoras tienen para informarse sobre un hecho y poder construir las noticias.

Puede definirse a la entrevista como una conversación pero con dos roles definidos: la persona que pregunta, es decir quien entrevista, y quien responde, la persona entrevistada.

Las entrevistas pueden tener distintos objetivos: informarse sobre un tema, afirmar o desmentir una información, conocer a un personaje, saber la opinión de una o varias personas sobre una cuestión o acontecimiento.

Hay distintos tipos de entrevistas según los objetivos que se propongan:

Entrevista informativa

Cuando el objetivo de la entrevista es ampliar la información o conocer datos sobre un acontecimiento. Por ejemplo, cuando se entrevista al testigo de un hecho.

Entrevista coyuntural

Este tipo de entrevista se realiza para recabar datos de manera rápida. Por ejemplo, entrevistas cortas de dos o tres preguntas, como las encuestas que se hacen en la calle o en el patio de la escuela.

Entrevista de opinión o especializada

En este caso la entrevista tiene el objetivo de profundizar opiniones o argumentos sobre una temática o hecho. Se busca indagar en el porqué de los hechos, en sus repercusiones. Tal sería el caso, por ejemplo, de la entrevista a una persona ecologista que explica las causas del cambio climático.

Entrevista de personalidad

Suele tener por objetivo contar una historia de vida. El eje de este tipo de entrevista no es un hecho sino una persona. Se busca conocer al entrevistado o entrevistada, saber sobre su vida, su historia, experiencias, trayectoria. Permite conocer los pensamientos y sentimientos de una persona.

Si bien cada persona tiene su manera de realizar entrevistas, hay ciertas formas de entrevistar que es preferible evitar, ya que pueden entorpecer el objetivo propuesto.

TIPO DE ENTREVISTAS A EVITAR

Entrevista distraída: Quien entrevista pregunta pero no escucha la respuesta, por eso muchas veces vuelve a preguntar lo que ya se le respondió.

Entrevista manipuladora o entrevista con manipulación: Quien entrevista intenta en su pregunta incluir la respuesta que quiere escuchar. Más que preguntas suelen ser afirmaciones disfrazadas. Por ejemplo: ¿Fueron los chicos de la escuela N° 15 los que iniciaron la pelea, no?

Entrevista improvisada: Quien entrevista va sin buscar información previa, no conoce a quien está entrevistando o se olvida de llevar pilas para el grabador o de cargar el celular para grabar.

Entrevista enredada: Quien entrevista hace varias preguntas juntas en vez de una por vez. También usa palabras complicadas.

Entrevista con roles invertidos: Quien entrevista interrumpe continuamente a quien está entrevistando y suele aprovechar la entrevista para dar su opinión más que para escuchar la del otro.



Un buen entrevistador o entrevistadora escucha con atención y después pregunta o repregunta y, además, se prepara previamente.



Pasos y sugerencias para realizar una entrevista:

Una entrevista no debe improvisarse. Hay que prepararla, pensar qué se pretende con ella, informarse e investigar para formular las preguntas. Y por supuesto, también estar preparado para que la charla abra nuevos interrogantes.

PREPARACIÓN PREVIA:

- Elegir a la persona a entrevistar: ante todo es importante definir a quién se entrevistará de acuerdo al tema y al objetivo de la entrevista. Es necesario pensar en la posibilidad de ofrecer diversas miradas, diferentes versiones de un hecho, que se dé la oportunidad de opinar a distintas personas.
- Tener en claro el objetivo: Definir qué se propone la entrevista, ¿conocer distintas opiniones?, ¿informar sobre un tema?, ¿saber más de un hecho?, ¿indagar sobre la vida de una persona?
- Informarse: investigar sobre la cuestión que se consultará, saber a quién se entrevista y qué piensa o sabe sobre el tema.
- Armar una guía de preguntas.
- Al contactarse con la persona entrevistada, explicarle el propósito de la entrevista y el uso que se pretende hacer de ella. También aclararle que es posible que la entrevista se edite y que solo se usen algunas partes.

DURANTE LA ENTREVISTA:

- Hacer una pregunta por vez. Además se aconseja que las preguntas sean cortas, claras y concisas.
- Las preguntas pueden ser cerradas o abiertas. Las cerradas solo permiten que el entrevistado responda sí o no. En cambio, las abiertas dan la posibilidad de una respuesta más amplia.

- Es importante escuchar. Si bien se utiliza la guía de preguntas que se armó previamente, es interesante poder repreguntar o realizar nuevas preguntas que surjan a partir de la respuesta anterior.
- Ser respetuoso, evitar preguntas u opiniones que puedan incomodar u ofender a la persona entrevistada.

AL FINALIZAR LA ENTREVISTA:

- En el cierre de la charla se recapitula y despide. En este momento, por ejemplo, se le puede pedir a la persona propuestas para transformar o solucionar el problema del que se habló o recomendaciones sobre el tema. Se le puede consultar si quiere agregar algo que no se le haya preguntado.

Al momento de iniciar la entrevista es importante tener en cuenta:

- Que el teléfono celular o mp3 estén cargados o el grabador tenga pilas.
- Verificar que efectivamente se está grabando.
- Elegir un lugar que no sea ruidoso para que las voces se escuchen claras.

Género periodístico de opinión

Las producciones de este género están orientadas a informar pero el objetivo central es analizar e interpretar hechos, dar una opinión sobre un tema desde una perspectiva propia.

OBJETIVOS

Que los chicos y chicas:

- Analicen críticamente producciones audiovisuales del género periodístico de opinión.
- Detecten y analicen la diferencia entre información y opinión.
- Identifiquen la importancia del derecho humano a la comunicación.
- Reflexionen acerca de la participación de los niños, niñas y adolescentes en los medios y su derecho a opinar y ser escuchados.
- Se familiaricen con el lenguaje radiofónico vinculado al género periodístico de opinión y experimenten.
- Se asuman como productores de formatos radiofónicos en los que puedan expresar sus opiniones.
- Desarrollen la capacidad de argumentar.

CONTENIDOS

- El derecho humano a la comunicación y su vínculo con el derecho a opinar y ser escuchado, su importancia en la consolidación de la democracia.
- El género periodístico de opinión.
- El comentario o editorial: análisis y producción.
- La mesa redonda: análisis y producción.

LOS COMENTARIOS Y LAS EDITORIALES

El derecho a opinar y a que nos escuchen

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON EL FORMATO COMENTARIO / EDITORIAL EN EL AULA

Ciencias Sociales / Historia:

NIVEL PRIMARIO

Para el Día del Veterano y de los Caídos en la Guerra de Malvinas, luego del trabajo sobre el tema, de la información compartida, se invita a que las chicas y los chicos escriban una opinión en forma de comentario sobre el conflicto armado. Luego se graban y escuchan colectivamente.

NIVEL SECUNDARIO

Se les propone que armen un comentario con su opinión a partir del trabajo de la materia e investigaciones sobre un hecho histórico. Por ejemplo, sobre el día de la Independencia de Argentina, la denominada "Conquista del desierto", la "Ley Sáenz Peña", etc.

Educación Sexual Integral:

NIVEL PRIMARIO

Se puede trabajar el cruce entre deporte y estereotipos de género. Por ejemplo, a partir de las preguntas: ¿las chicas pueden jugar a todos los deportes? o ¿hay deportes que son solo de varones?, se les propone, que de forma individual o grupal, escriban un comentario con sus opiniones.

NIVEL SECUNDARIO

Si se trabaja, por ejemplo, sobre los derechos sexuales y reproductivos, se les propone realizar un comentario sobre el embarazo en la adolescencia o sobre la educación sexual integral en las escuelas.

Construcción de Ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO

Luego de investigar sobre cuántas plazas hay cerca de la escuela o de sus casas, se les propone a chicas y chicos que armen un editorial sobre el tema, quizá algunas preguntas de guía pueden ser: ¿piensan que hay suficientes espacios verdes donde jugar o juntarse con amigos y amigas?, ¿les parece que las plazas están cuidadas?, ¿tienen sugerencias para hacer?

NIVEL SECUNDARIO

Se investiga y recopila información sobre programas sociales destinados a jóvenes, por ejemplo sobre los que ofrecen becas o ayuda económica y acompañamiento para continuar o finalizar los estudios. Luego deben elaborar una columna de opinión al respecto.

Ciencias Naturales:

NIVEL PRIMARIO

Si se trabaja sobre los animales y las especies en extinción, se les propone que hagan un comentario o editorial sobre este tema. Cada grupo aborda una especie distinta. Para ello, tendrán que investigar, buscar datos, causas, y generar su propia opinión.

NIVEL SECUNDARIO

Una propuesta puede ser que el eje de la editorial o comentario sea acerca de las energías renovables y/o las llamadas alternativas, por ejemplo, sobre los beneficios y las dificultades de la aplicación de esas energías en sus comunidades.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales: dos audios grabados sobre un mismo hecho, uno contado en formato noticia y otro en formato comentario o columna de opinión. Se recomienda que el hecho esté vinculado a la niñez o adolescencia. Por ejemplo, podrían ser audios de noticias y editoriales sobre movilizaciones de adolescentes por la sanción de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (ILE), o por demandas ambientalistas. Además, dispositivo para reproducir sonido, papeles afiche, marcadores.

Se realiza una escucha grupal de los audios. Se les pide a los chicos y chicas que presten atención al tema y a la forma de abordarlo en cada pieza.

Segundo momento

Se genera un espacio de reflexión y puesta en común de lo escuchado. ¿Qué tema se trató? ¿Qué diferencias encuentran en la forma de abordarlo? En los dos audios ¿se da la misma información sobre el asunto? ¿De qué manera se aborda en cada caso?

Quien coordina toma nota en un papel afiche de las conclusiones o coincidencias que aportan los y las estudiantes.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN:

Es importante estimular a los chicos y a las chicas a reflexionar acerca de la diferencia entre información y opinión. Si bien muchas veces resulta complejo, porque información y opinión se entremezclan en las emisiones mediáticas, es importante intentar distinguir cuándo se emite una opinión y cuándo una noticia.

También se puede hacer foco en la importancia de acompañar con datos sus argumentos a la hora de elaborar una columna de opinión o editorial.

Es necesario estimular la reflexión acerca de si los niños, niñas y adolescentes tienen espacio en los medios para opinar sobre los temas que los y las involucran, si pueden ejercer su derecho a opinar, a ser escuchados y a que sus opiniones sean tenidas en cuenta, tal como lo establece la Convención sobre los Derechos del Niño y la Ley de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.



Para profundizar acerca de la diferencia entre información y opinión leer el apartado: “Aportes conceptuales: Análisis crítico de comentarios/ editoriales” (pág 27).

ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer Momento

Quien coordina desarrolla las principales características a tener en cuenta para la producción de un comentario o editorial. Para ello, se retoman los aspectos trabajados a partir de las escuchas y las comparaciones realizadas en los momentos previos.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: “Aportes conceptuales: Producción radiofónica de comentarios / editoriales” (pág 27).

Cuarto momento

Se divide al grupo en subgrupos de 4 a 6 integrantes y se elige el tema con el que trabajarán.

Cada grupo tendrá que redactar un comentario o editorial. Para ello, antes de escribir deberá investigar el tema, buscar datos y plantear:

Un objetivo: ¿qué quieren decir sobre el tema planteado?, ¿qué opinión van a ofrecer? ¿cómo lo van a abordar?

Destinatarios: ¿a quiénes estará dirigido?

Dos o tres argumentos que fundamenten el punto de vista.



Luego, cada grupo escribe el comentario a partir del siguiente esquema:

- Presentación
- Análisis o argumentación
- Conclusión o cierre



Ver: "Sugerencias para trabajar con el formato comentario/editorial en el aula" (pág. 24)

Quinto momento

Cada grupo graba el comentario.

Sexto momento

Se escuchan en grupo los comentarios con la intención de reflexionar sobre esta práctica y evaluar las diferentes formas de emitir opiniones y la importancia de fundamentarlas.

SUGERENCIAS PARA EL MOMENTO DE LA ESCUCHA Y LA REFLEXIÓN POSTERIOR.

Preguntas disparadoras para motivar el intercambio:

¿Hay diferencias entre los comentarios de cada grupo?

¿Hubo miradas diferentes sobre el mismo tema?

¿Las opiniones estaban fundamentadas?

¿Qué argumentos desarrolló cada grupo?

Si se trabajó sobre un hecho de actualidad se puede incentivar la reflexión sobre qué diferencias encuentran entre la forma en que ellos armaron el comentario y cómo se plantea el tema en programas de radio o televisión.





APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE COMENTARIOS O EDITORIALES

Los programas de radio o televisión que trabajan en torno a la realidad pertenecen al género periodístico. Pero dentro de este género se deben diferenciar dos subgéneros: el informativo y el de opinión.

Para contar un hecho de la actualidad los medios de comunicación pueden recurrir a formatos informativos, si lo que buscan es relatar el hecho, darlo a conocer. En cambio, acudirán a formatos de opinión si lo que se proponen es explicar, analizar, interpretar o emitir un juicio de valor sobre ese hecho.

Los formatos informativos priorizan brindar información. En cambio, los de opinión expresan explícitamente lo que opina el medio o sus periodistas. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en ninguno de los casos quienes hablan son neutrales. Cuando se mira y se cuenta la realidad se lo hace siempre desde un lugar, desde una mirada. Por ello, no es posible que exista la objetividad plena en los medios. En los formatos informativos, como la noticia por ejemplo, se tiende a la objetividad informativa, a buscar el mayor acercamiento a los hechos posible, a acortar la distancia entre la realidad y su relato. En cambio, los formatos de opinión se vinculan directamente con la subjetividad, se exponen claramente las posiciones, valoraciones y opiniones de quienes hablan sobre un tema o hecho o las líneas editoriales, las posturas de los medios en los que se emiten.

Tanto la función periodística de informar como la de opinar son válidas y pueden ejercitarse pero no tienen que confundirse. No deben mezclarse hechos con comentarios. La audiencia tiene derecho a saber si un comunicador o una comunicadora están informando o están emitiendo su opinión. Por ello, es necesario que estos tipos de formatos estén bien diferenciados y que quede claro cuándo se trata de una cosa y cuándo de otra.

Derecho a opinar

El derecho a la comunicación es un derecho de doble vía, porque implica el derecho de todas las personas a poder investigar y recibir información diversa y plural, pero tam-

bién a poder expresar los propios saberes y opiniones. Los medios de comunicación son fundamentales para el ejercicio de este derecho. Por lo tanto, es necesario que todos y todas puedan acceder a ellos. Y a su vez, es indispensable que la información y las opiniones que circulen por la radio y la televisión sean variadas, diversas, plurales, que respondan a diferentes miradas del mundo. Así cada persona podrá conocer diferentes puntos de vista y formar su propia opinión.

Los chicos y las chicas también tienen derecho a participar y opinar libremente. Estos derechos están contemplados en distintas normas. En la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se promueve la participación de la niñez y la adolescencia en los medios, por ejemplo con la posibilidad de las escuelas públicas de gestión estatal de solicitar una autorización para tener una radio escolar. El artículo 24 de la Ley 26.061 de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, establece que tienen derecho a opinar y ser oídos, a participar y expresar libremente sus opiniones en los asuntos que les concierne y en aquellos que tengan interés, y a que éstas sean tenidas en cuenta conforme a su grado de madurez y desarrollo.

A pesar de ello, en la mayoría de los medios de comunicación las voces de los chicos y chicas no suelen estar presentes. En general, son pocas las veces que se tratan temáticas vinculadas a niñas, niños y adolescentes o que son de su interés y en las que se tiene en cuenta su opinión. Cuando sucede, se suele hablar de ellos o ellas, o en su nombre, pero no se les da espacio para que puedan expresar sus propias ideas y sus puntos de vista, para que se asuman como productores y productoras.

Las radios escolares o las experiencias de propaladoras o radios abiertas en la escuela pueden ser espacios claves para fomentar la participación de los chicos y chicas y para que conozcan y ejerciten su derecho humano a la comunicación.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE COMENTARIOS O EDITORIALES

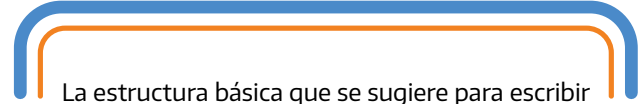
El comentario o editorial es un formato cuyo objetivo no es solo informar sino específicamente dar una



opinión. Se llama comentario cuando es una opinión personal de quien la dice y editorial cuando es una opinión institucional del medio de comunicación o programa radial.

Para producir un comentario hay que elegir el tema o hecho del que se quiere hablar. Luego, antes de sentarse a escribir, es importante pensar qué se quiere decir sobre el tema, cuál es el objetivo. También preguntarse qué se dirá y cómo, ya que un mismo tema puede ser enfocado desde distintas posturas. Otra pregunta a responder es: ¿a quién o quiénes se les hablará?

Es necesario investigar sobre el tema o hecho para conocerlo en profundidad y buscar datos e información que ayuden a fundamentar con argumentos el punto de vista que se plantea.



La estructura básica que se sugiere para escribir un comentario es:

- 1** Presentar el tema o hecho: una opción, por ejemplo, puede ser comenzar con un disparador, una anécdota, una noticia, un cuento, que ayude a presentar el tema.
- 2** Analizar: es el momento donde se busca interpretar, analizar los hechos, las causas y consecuencias, esgrimir los argumentos que sostienen la reflexión, dar datos.
- 3** Concluir: es el momento de generar propuestas, invitar a la audiencia a buscar soluciones, incentivar a la reflexión sobre el tema.



LA MESA REDONDA

Ronda de opiniones

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON EL FORMATO MESA REDONDA EN EL AULA

Construcción de Ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO

Se puede debatir acerca del ejercicio del derecho humano a la comunicación de niñas, niños y adolescentes, sobre los espacios con los que cuentan para poder expresar sus ideas sin la mediación adulta. Se sientan en ronda, se propone una introducción sobre el tema, y a partir de preguntas disparadoras se les invita a dar su opinión y a generar un intercambio colectivo.

NIVEL SECUNDARIO

Se puede trabajar a partir de una mesa redonda o debate sobre los vínculos entre democracia y participación e invitar a los chicos y las chicas a debatir acerca del voto optativo desde los 16 años. Cada grupo expone la postura de un sector de la sociedad o bien su propia opinión.

Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

Una propuesta posible es invitar a que la mesa redonda o de debate sea sobre los vínculos entre la niñez, la adolescencia y las tecnologías. Por ejemplo, podríamos proponer que debatan acerca del derecho a la imagen y los casos en que personas adultas de su entorno suben imágenes sin su consentimiento.

Ciencias Sociales / Historia:

NIVEL PRIMARIO

A partir de alguna pregunta disparadora como: ¿sabían que durante un periodo largo de la historia argentina, las mujeres no pudieron ejercer el derecho al voto?, se arma una mesa redonda y se invita a las chicas y los chicos a que den su opinión y debatan sobre el tema.

NIVEL SECUNDARIO

Una alternativa podría ser abordar las distintas posturas que tenían los unitarios y los federales. Cada grupo puede representar las opiniones a partir de lo trabajado en clase acerca de este tema y fundamentar sus posturas.

Ciencias Sociales / Geografía:

NIVEL PRIMARIO

Si se trabaja sobre las diferencias entre las cosmovisiones de los pueblos originarios y las de la cultura occidental referidas al vínculo de las personas con la naturaleza y el entorno donde viven, se puede proponer hacer una mesa redonda donde, de forma individual o por grupos, expresen su opinión acerca de cómo ven el cuidado del ambiente en sus comunidades.

NIVEL SECUNDARIO

Se puede recurrir a este formato para investigar, por ejemplo, acerca de las diferentes posturas existentes sobre la explotación minera a cielo abierto y sus consecuencias para el cuidado del ambiente.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales: un audio o video de una mesa redonda o dos o tres audios grabados sobre un mismo tema en formato opinión. Lo importante es que en el material con el que se trabaje se puedan distinguir distintas opiniones sobre un mismo tema. Es recomendable que el tema esté vinculado de algún modo a la niñez y/o la adolescencia o que sea un asunto que las y los interpele.

Se escuchan grupalmente los audios. Se les pide a los chicos y chicas que presten atención al tema y a lo que plantea cada persona.

Segundo momento

Se genera un espacio de reflexión y puesta en común de lo escuchado. ¿Qué tema se trató? ¿Son distintas las miradas sobre el tema? ¿Las personas que opinan fundamentan su punto de vista? ¿De qué modos recurren a diferentes datos o a información producida por voces autorizadas o especializadas en el tema? ¿Qué argumentos plantean en cada caso?

Quien coordina toma nota en un papel afiche de las conclusiones o coincidencias que aportan los y las estudiantes.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN:

Es importante estimular a los chicos y chicas a reflexionar acerca de las múltiples miradas que existen sobre un mismo tema o hecho. También sobre la necesidad de que en los medios de comunicación haya pluralidad de voces y diversidad de ideas para que estén presentes los distintos puntos de vista y estimular la reflexión acerca del derecho de los chicos y las chicas a opinar y ser escuchados.

Aquí también es necesario hacer hincapié en la importancia de fundamentar con datos y argumentos las opiniones.



Para profundizar acerca de la diferencia entre información y opinión leer el apartado: "Aportes conceptuales: Análisis crítico de la mesa redonda o debate" (pág 32).

ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer Momento

Quien coordina desarrolla las principales características y aspectos a tener en cuenta para realizar una mesa redonda o debate.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: "Aportes conceptuales: Producción radiofónica de la mesa redonda o debate" (pág 32).

Cuarto momento

Se elige un tema para trabajar. Se dividen en subgrupos de 4 ó 5 integrantes.

- Opción 1: cada grupo trabajará sobre una de las posturas que existen en la sociedad respecto al tema elegido. En este caso cada grupo deberá investigar sobre el tema y la postura que representará, luego elaborar los argumentos y preparar cómo los expondrá en la mesa redonda.

- Opción 2: a partir de un tema, los grupos se armarán de acuerdo a quienes tienen la misma postura. Por ejemplo: si el tema es la toma de los colegios por reclamos edilicios, se agruparán quienes estén a favor de esta medida de protesta y quienes estén en contra. Lo mismo si deciden debatir si los partidos de fútbol de los recreos deben ser mixtos o no. Luego deberán investigar y desarrollar argumentos con los que defenderán su posición.



Ver: "Sugerencias para trabajar con el formato mesa redonda en el aula" (pág. 29).



Quinto momento

Se elige a un estudiante para que modere el debate y a quiénes de cada grupo para que estén en la mesa para exponer la postura trabajada. Se sugiere que el tiempo de exposición de cada grupo no supere los tres minutos. Después se les puede proponer adicionar un minuto más por grupo para el cierre de la mesa.

Se realiza y graba la mesa redonda o de debate.

Sexto momento

Para profundizar el debate o intercambio de opiniones sobre el tema trabajado, se propone escuchar la mesa redonda de manera grupal

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Preguntas disparadoras para motivar el intercambio:

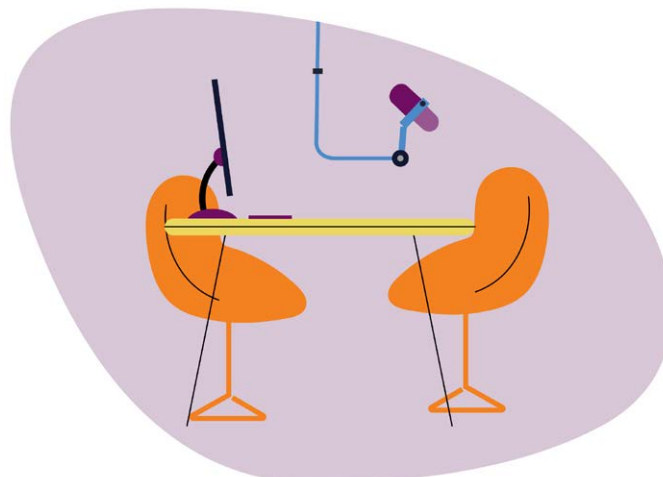
¿Cuáles fueron las distintas miradas?

¿Las ideas de cada grupo estaban fundamentadas?

¿Qué argumentos utilizó cada grupo?

¿Hubo algún grupo que relató el hecho pero no argumentó?

Después de escuchar las distintas posiciones, ¿tienen otra opinión propia sobre el tema?, ¿pudieron reforzar la opinión que ya tenían?





APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE LA MESA REDONDA O DEBATE

El derecho a la comunicación es un derecho humano que tiene dos dimensiones: una individual y una colectiva. La dimensión individual refiere al derecho de todas las personas a expresar sus propias opiniones, ideas, puntos de vistas. Y la dimensión colectiva está vinculada con el derecho que también tiene cada persona a escuchar las opiniones de otros y otras, a acceder a diversos puntos de vistas sobre un hecho o tema. Conocer diversas perspectivas y miradas que expresan otras personas nos permite formar una opinión propia o bien repensar las que ya se tienen sobre un tema. Por ello, es fundamental para la vida democrática que en los medios de comunicación exista pluralidad de voces y diversidad de ideas.

Los formatos mesa redonda o de debate posibilitan la participación de varias personas con distintos puntos de vista acerca de un mismo tema, habilitan el intercambio de ideas, la confrontación de miradas, perspectivas y opiniones distintas.

Es importante promover que los chicos y chicas analicen diversas opiniones que circulan por los medios sobre una temática, y puedan distinguir aquellas que están fundamentadas de las que no. También promover la reflexión acerca de la necesidad de que las posturas y opiniones sobre un tema puedan estar acompañadas de datos y argumentos.

Trabajar con la mesa redonda en la radio escolar abre la puerta a diferentes cuestiones: habilita la posibilidad de abordar un tema de interés de los chicos y chicas; les permite ejercitar el derecho a opinar y ser escuchados; promueve la experiencia de atender otros puntos de vista y argumentar los propios.

Además, desde distintas asignaturas se puede utilizar la mesa redonda para trabajar un tema visto en clase, proponer que cada estudiante o en grupos asuman una postura frente a ese tema, investigar y luego exponer ese punto de vista en un debate. Por ejemplo, si se decide hablar sobre la necesidad de repensar la educación secundaria, se puede hacer una mesa redonda donde participen estudiantes, docentes, directivos y egresados de la escuela.

Las mesas redondas o de debate invitan a la audiencia a pensar y a reflexionar. Luego de escuchar ideas contrapuestas o visiones desde distintos ángulos, cada uno podrá tomar posición a favor o en contra de cada postura, tener un pensamiento propio sobre el tema en cuestión o replantear la idea que se tenía previamente.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE LA MESA REDONDA O DEBATE

En la mesa debate participan quienes expondrán sus posiciones sobre el tema o hecho y un moderador o moderadora que tendrá que buscar ser imparcial. Quien cumple este rol, aunque tenga su propia opinión sobre el tema, en el momento de moderar no deberá tomar partido por ninguna de las posturas, sino que será quien organice el tiempo y brinde el espacio para que las distintas opiniones sean expresadas, tendrá que asegurarse que todos los invitados e invitadas puedan participar, y será quien organice las intervenciones, procurando por ejemplo que quienes exponen no hablen todos a la vez o que respeten los tiempos de exposición.

Una estructura básica de un debate o mesa redonda:

1

Presentar el tema y a quienes expondrán sus opiniones. Se hace una breve introducción de la postura de cada uno. O bien se puede pensar alguna forma creativa de plantear el tema, por ejemplo, a partir de una escena de radioteatro, una pregunta disparadora, una canción que aborde esa temática o una encuesta realizada previamente en la escuela o el barrio.

2

El moderador o moderadora inicia la primera ronda para que cada quien exponga su punto de vista. Es conveniente estipular un tiempo de exposición para cada participante y remarcar la necesidad de fundamentar las ideas expuestas, de plantear argumentos, de dar datos e información que refuerce la postura planteada.

3

Quien modera puede introducir algunos subtemas relacionados o preguntas disparadoras que alimenten el debate.

4

En una segunda ronda los y las participantes debaten entre ellos sus posturas refutando o complementando las miradas de los compañeros y compañeras.

5

A modo de cierre, quien modera puede dar espacio para que cada participante sintetice su postura, o puede ser él o ella quien realice un breve resumen de las posturas que se plantearon, con los principales argumentos de cada posición, pero sin inducir a una conclusión ni a una opinión propia. Además, se puede dejar alguna pregunta abierta para que la audiencia reflexione y saque sus propias conclusiones.



Género dramático

Las producciones de este género giran en torno a la ficción. Estos formatos pueden tener por objetivo entretener pero también pueden ser útiles para hablar de diversos temas de la realidad. Por ejemplo, a través de los personajes reflejar situaciones que preocupen a la audiencia, proponer soluciones, etc.

OBJETIVOS

Que los chicos y chicas:

- Analicen críticamente producciones audiovisuales del género dramático.
- Identifiquen y analicen los procedimientos de construcción de estereotipos y representaciones.
- Reflexionen acerca de la representación de la niñez y la adolescencia en las ficciones.
- Se asuman como productores de sus propios radioteatros.
- Se familiaricen con el lenguaje radiofónico vinculado al género dramático.
- Desarrollen la creatividad para trabajar distintos temas.
- Imaginen representaciones diversas y alternativas a las que aparecen en los medios masivos.

CONTENIDOS

- Representaciones y estereotipos en los medios de comunicación.
- El género dramático.
- La personificación: análisis y producción.
- El radioteatro: análisis y producción.

LAS PERSONIFICACIONES

Adivina adivinador

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON EL FORMATO PERSONIFICACIÓN EN EL AULA

Ciencias Sociales / Geografía:

NIVEL PRIMARIO

Si se trabaja acerca de la contaminación ambiental, los chicos y chicas pueden representar personificaciones de elementos de la naturaleza que hablen sobre esta problemática. Por ejemplo, un árbol, un río o un mineral. También se puede trabajar sobre los distintos continentes.

NIVEL SECUNDARIO

Se dividen en grupos y cada uno elige un país. A través de la personificación pueden hacer hablar a las comidas y/o bebidas típicas de ese territorio quienes relatarán las características de dónde viven. ¿Cómo hablaría un mate sobre Argentina? Y una cachapa, ¿qué diría de Venezuela? ¿Y un taco qué tiene para contar de México?

Ciencias Naturales / Biología:

NIVEL PRIMARIO

Como un modo de abordar el tema de la fotosíntesis se pueden personificar las diferentes partes de una planta: las raíces, la clorofila, las hojas, el tallo. De este modo, se recrea un diálogo en el que explican cuál es el rol de cada una en este proceso.

NIVEL SECUNDARIO

Para el trabajo sobre la temática de los alimentos transgénicos, se invita a darle vida a elementos del campo, por ejemplo: a frutas y verduras, a fertilizantes, a herramientas, al agua del riego, etc. A través de un diálogo entre estos personajes se podrá trabajar la temática de manera creativa.

Matemática:

NIVEL PRIMARIO

Los chicos y las chicas pueden personificar a los números para trabajar distintas temáticas. Por ejemplo, un grupo personifica a los números pares y otro a los impares. Cada uno tiene que presentarse y contar qué lo diferencia de los otros.

NIVEL SECUNDARIO

Se puede recrear un diálogo entre los números primos. ¿Qué los caracteriza? ¿Cómo se los reconoce? ¿Quién los descubrió?

Efemérides:

NIVEL PRIMARIO

Si se trabaja sobre el aniversario de la escuela, un grupo elige personificar a un pupitre que, por ejemplo, relata cómo cambió la institución a través de los años. Otros a la bandera o a un banco del patio.

NIVEL SECUNDARIO

El Día Nacional de las y los Afroargentinos y de la Cultura Afro, se propone trabajar sobre esta identidad cultural usando como recurso la personificación. Por ejemplo, se puede recrear un diálogo entre los tambores sobre las raíces del candombe o sobre las historias de vida de quienes los hacen sonar en las festividades.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales: tarjetas con diferentes personajes u objetos. Pueden ser animales o personas con distintos oficios, por ejemplo.

Cada chico o chica elige una tarjeta con el nombre de un personaje u objeto y tiene que pensar al menos tres características que lo definan. Por ejemplo si tendrá voz fina o gruesa, si su modo de hablar será lento o rápido, qué tipo de palabras les parece que puede utilizar. Luego, debe presentarse teniendo en cuenta esas características y el resto de los compañeros y compañeras tendrá que adivinar de quién se trata.

Segundo momento

Se genera un espacio de reflexión e intercambio. Se pueden tomar de ejemplo dos o tres de los personajes y pensar: ¿tienen otras características esos personajes?, ¿por qué eligieron esas características y no otras?, ¿por qué asociaron un determinado timbre de voz a esas características y no otro?, ¿hubieran elegido características distintas a las que eligió el compañero o compañera?, ¿por qué?

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN:

Es importante estimular a los chicos y chicas a reflexionar acerca de las distintas formas de representar a un mismo personaje, los rasgos que forman parte de las construcciones estereotipadas de esos personajes. Cada uno selecciona unas características y deja de lado otras. Lo mismo sucede con los personajes que son representados en la televisión o en la radio. Por ejemplo, ¿cómo se representa a los y las docentes en la ficción? ¿Y a las y los estudiantes? ¿Se les suelen atribuir las mismas características en diferentes representaciones? ¿Qué rasgos son los que mayormente se repiten? ¿Hay diferencias? ¿Cuáles son?



Para profundizar acerca de la noción de representaciones leer el apartado: "Aportes conceptuales: Análisis crítico de personificación" (pág 37).

ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer momento

Quien coordina desarrolla las principales características y cuestiones a tener en cuenta para realizar una personificación.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: "Aportes conceptuales: Producción radiofónica del formato personificación" (pág 37).

Cuarto momento

Se dividen en subgrupos de cuatro integrantes. Según la temática elegida para trabajar, cada grupo pensará en dos objetos o seres de la naturaleza y armará un diálogo sobre el tema en cuestión.

Opcional: puede sugerirse que busquen efectos de sonido o los fabriquen con elementos, para agregar a la representación.



Ver: "Sugerencias para trabajar con el formato personificación en el aula" (pág 35).

Quinto momento

Cada grupo graba el diálogo de los personajes.

Sexto momento

Se escuchan las personificaciones de manera grupal para reflexionar acerca de los modos de caracterizar a cada uno de los personajes. A partir de estas reflexiones se pueden realizar nuevas producciones con los mismos personajes y los nuevos aportes. Es importante aquí apuntar a que los y las estudiantes puedan complejizar los modos de representar, intentando eludir los modos más estereotipados.



APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE PERSONIFICACIÓN

Los medios de comunicación construyen representaciones. Cada medio define qué y quiénes serán representados y decide cómo lo/los representará. Realizan un proceso de recorte y selección. ¿Cómo son los y las adolescentes que aparecen en las telenovelas? Cuando los noticieros hablan de la escuela pública ¿qué dicen sobre ella? ¿Cuándo son noticia las escuelas públicas? ¿Aparecen en los medios chicos y chicas que se parezcan a sus estudiantes?

Promover la reflexión por parte de chicos y chicas respecto de las representaciones que sobre la niñez y la adolescencia circulan por los medios de comunicación y sobre cuáles piensan que pueden ser las consecuencias de estas construcciones para sus vidas cotidianas, es un aspecto clave para la formación de niñas, niños y adolescentes como audiencias críticas.

Para trabajar estas temáticas en el aula y profundizar sobre las nociones de representación, estereotipo y del proceso de selección les sugerimos leer el apartado “Aportes conceptuales: Análisis crítico formato radioteatro” (pág 41).

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DEL FORMATO DE PERSONIFICACIÓN

En una personificación el o los protagonistas no son seres humanos, sino que a través de la dramatización se les da vida a objetos o seres de la naturaleza como animales, plantas, planetas, entre otros.

Este formato permite hablar de distintos temas desde otras perspectivas y estimular la creatividad de los chicos y chicas. Por ejemplo, una gorra puede ser un personaje que permite poner en debate la discriminación en las escuelas, en el barrio, o en los medios de comunicación.

Lo primero es definir el tema que se quiere trabajar. A partir de allí se piensa y elige un objeto o elemento de la naturaleza que será el protagonista para hablar de esa temática. Se puede pensar en un monólogo o un diálogo entre varios personajes.

Luego hay que caracterizar al personaje. ¿Qué voz tiene?, ¿qué palabras usa?, ¿cómo habla?, ¿cómo es su personalidad? Por ejemplo, ¿cómo hablaría una montaña? ¿Y un pizarrón? También es importante pensar qué va a decir ese personaje sobre un tema, desde qué perspectiva y a quién le habla.

Se pueden seleccionar efectos de sonido y música que acompañen a los personajes ayudando a la personificación. Los objetos o personajes tienen que actuar coherentemente con lo que son y pueden hacer, por ejemplo la escoba podría caminar pero la montaña no.

LOS RADIOTEATROS

¡Acción!

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON EL FORMATO RADIOTEATRO EN EL AULA

Efemérides:

NIVEL PRIMARIO

A partir de una efeméride se les propone a los chicos y chicas armar una historia. Por ejemplo, sobre el “Día del Respeto a la Diversidad Cultural” pueden realizar una dramatización que trabaje lo abordado en clase sobre esta fecha.

NIVEL SECUNDARIO

Para conmemorar el Día de los Derechos de los Estudiantes Secundarios, se propone investigar sobre qué pasó la llamada “Noche de los lápices”. Luego se invita a chicos y chicas a producir un radioteatro o escena dramatizada cuyos personajes principales sean las y los estudiantes desaparecidos.

Construcción de Ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO

Para trabajar la temática de la donación de órganos, se invita a crear una escena dramatizada donde, por ejemplo, se problematice la importancia de garantizar la donación de órganos.

NIVEL SECUNDARIO

Se propone realizar un radioteatro sobre la deserción escolar. Esta producción puede luego ser compartida en radios del barrio y permitir que se piensen estrategias entre los y las adolescentes para acercar nuevamente a los chicos y las chicas a la escuela.

Ciencias Naturales / Química:

NIVEL PRIMARIO

Se propone realizar una dramatización donde chicas y chicos salen de excursión y conocen a las aves migratorias, las comienzan a seguir en sus viajes y descubren cómo es su vida. Al regresar a sus casas, cada personaje cuenta a su familia sobre las características de estas especies.

NIVEL SECUNDARIO

Se puede realizar un radioteatro que transcurra en un laboratorio. Los chicos y las chicas pensarán historias a través de las cuáles representarán situaciones, por ejemplo los personajes realizan experimentos donde van contando sobre las reacciones químicas o distintos saberes de la materia.

Lengua / Literatura:

NIVEL PRIMARIO

Un radioteatro para abordar las reglas ortográficas. La propuesta será inventar diferentes conflictos o situaciones entre las letras por lo que prefieren agruparse con unas y no con otras para formar las palabras.

NIVEL SECUNDARIO

A partir de una temática de su interés, las chicas y los chicos deben buscar cuentos o novelas que trabajen ese tema. Luego de leerlos, se invita a hacer una adaptación para grabar un radioteatro.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales: un radioteatro o una escena dramatizada donde intervengan tres personajes y que sean chicos y chicas. Aquí se pueden utilizar audios del concurso “Derechos en el Aire- Un concurso de radio para chicas y chicos” disponibles en <https://defensadelpublico.gob.ar/las-25-producciones-de-derechos-en-el-aire/>

Se escucha una escena de un radioteatro y se les pide a los chicos y las chicas que presten atención a los personajes. Luego cada uno elige uno y lo dibuja y/o escribe tres características que imagine a partir de lo que escuchó. ¿Cómo es? ¿Es tímido o desinhibido? ¿Está contento o triste? ¿Dónde vive? ¿Qué hace? ¿Trabaja o estudia? ¿A qué dedica su tiempo libre? ¿Qué le gusta hacer? ¿Es alto o bajo? ¿De qué color tiene el pelo? ¿Cómo se viste? ¿Qué le gusta comer? ¿Escucha radio? ¿Le gusta mirar la tele?

Segundo momento

Se cuelgan en la pared los dibujos o el listado de características agrupándolos por personajes. Se genera un espacio de reflexión a partir de las diferencias y similitudes de los dibujos o atribuciones para analizar por qué los imaginaron así. Por ejemplo, ¿por qué imaginaron que vive en el campo o en la ciudad? ¿O en ese barrio y no en otro? ¿Por qué imaginaron que no estudia? ¿Por el tono con el que hablan? ¿Por las palabras que usan? ¿Por lo que dice el personaje? ¿Se parecen a nosotros esos chicos y chicas?

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Es importante estimular la reflexión acerca de las representaciones y los estereotipos que circulan en los medios, acerca del proceso de selección y jerarquización que realizan los medios cuando presentan a distintas personas o grupos sociales.

También, que puedan analizar si como niños, niñas y adolescentes se sienten representados por la radio y la televisión y tender a que como productores de sus propios mensajes puedan construir otras representaciones con las que se sientan identificados y que puedan dar cuenta de las diversas maneras de ser y vivir la niñez y la adolescencia.



Para profundizar acerca de las nociones de representaciones y estereotipos, del proceso de selección y jerarquización, leer el apartado: “Aportes conceptuales: Análisis crítico de radioteatro” (pág 41).

ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer momento

Quien coordina desarrolla las principales características y cuestiones a tener en cuenta para la producción de un radioteatro.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: “Aportes conceptuales: Producción radiofónica de radioteatro” (pág 41).

Cuarto momento

Se dividen en subgrupos de 4 a 6 integrantes y se elige un tema sobre el que los diferentes grupos deberán crear la escena dramatizada o el radioteatro. Luego deberán pensar:

- > ¿Cuál es el objetivo?
- > ¿Quiénes serán las y los destinatarios?

Por ejemplo, si se elige como tema la igualdad de género, el objetivo del radioteatro podría ser que los chicos y las chicas de primer año reflexionen y debatan sobre esta temática. O si se elige representar la falta de oportunidades para conseguir empleo que muchas veces padecen los y las jóvenes al terminar el colegio, puede estar dirigido a chicos y chicas que están por egresar como un modo de debatir y abordar esta problemática.



A partir del tema, anécdota o situación elegida, deberán pensar en el conflicto que desarrollará la historia. Debe tener al menos 3 personajes.

Por ejemplo: “las chicas de sexto grado quieren formar un equipo de fútbol pero en la escuela está establecido que los chicos hacen fútbol y las chicas voley”, “los y las adolescentes no pueden juntarse a charlar en una esquina o en la plaza porque son hostigados por la policía”, “un grupo de chicos y chicas realizan un descubrimiento sorprendente en el sótano de la escuela, pero los adultos no deben conocerlo”, etc.

Sugerencias para pensar un conflicto: imaginar situaciones en que alguien quiere algo pero no puede, o pueda pero no deba, o deba hacer algo pero no quiera. Buscar posibles combinaciones en que estos tres verbos se contraponen.

Luego, se definen los personajes: ¿Cómo son? ¿Cómo son sus características físicas? ¿Dónde viven? ¿Cómo hablan?

Se escribe una síntesis que dé cuenta de la historia, los principales momentos y acciones. Se piensan las escenas, los efectos de sonido y la música que se elegirá para ambientar o describir cada una de ellas. Se deberán usar al menos dos efectos de sonido y una canción.



Ver: “Sugerencias para trabajar con el formato radioteatro en el aula” (pág 38).

Quinto momento

Se escribe el guión.

Una estructura posible:

TIEMPO	OPERADOR/A	ESTUDIO
(Tiempo de duración de cada escena.)	(Aquí van los archivos de sonidos o canciones seleccionadas. Todo lo que está pregrabado.)	(Aquí van los diálogos que grabarán los chicos y chicas. Ya sean las voces de los personajes o de quien narra.)

Ejemplo:

TIEMPO	OPERADOR/A	ESTUDIO
30"	Efecto de partido de fútbol de fondo.	Marcos: “No veo la hora de que llegue el campeonato”.

Sexto momento

Graban el radioteatro o escena dramatizada. Si es necesario, pueden editar para agregar efectos o música.

Séptimo momento

Se escuchan los diferentes radioteatros que hicieron los chicos y chicas y se propone una instancia de reflexión acerca de lo escuchado. Algunas preguntas para estimular la reflexión pueden ser: ¿Todos abordaron el tema de la misma manera? ¿A partir de qué personajes decidieron hacerlo? ¿Los personajes tenían las mismas características? ¿Hablaban parecido? ¿Había chicos y chicas entre los personajes o eran todos adultos? Si los había, ¿esos chicos y chicas se parecen a los que suelen aparecer en los medios?

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN:

Aquí es importante reflexionar con los chicos y chicas acerca de las decisiones que llevaron adelante a la hora de abordar el tema y de caracterizar a los personajes.

Además, esta instancia permite pensar cómo la ficción también puede ser un espacio para abordar problemáticas que interpelen a la niñez y a la adolescencia, que sean de su interés y que den cuenta de las diversas maneras de atravesar esas etapas.

A partir de la escucha de los radioteatros de cada grupo, se pueden trabajar los distintos aspectos del tema que proponen.



APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE RADIOTEATROS

Los medios de comunicación eligen qué mostrar y qué no en sus programas. También eligen a quién mostrar y de qué manera.

Cuando hablan de algo o de alguien realizan un recorte. Seleccionan y jerarquizan algunas características o cualidades y dejan de lado otras. Al representar a un grupo social o temática, lo hacen siempre desde la mirada que tiene cada medio, la cual está atravesada por distintos factores: ideológicos, culturales, económicos, sociales, etc.

De esta manera, se realiza una simplificación, porque se destacan solo algunas de las características en desmedro de otras. Si en los medios se repiten constantemente las mismas representaciones, si se muestra a distintos grupos sociales siempre ligados a determinadas situaciones o sucesos, se construyen estereotipos, que muchas veces pueden ser estigmatizantes y discriminatorios.

Esto sucede por ejemplo, cuando se asocia repetidamente a jóvenes de sectores vulnerados con la vagancia o hechos de violencia, o a los adultos mayores solo vinculados con la enfermedad o como víctimas de delitos.

Los medios de comunicación discriminan cuando invisibilizan a un grupo o sector social o cuando lo muestran de manera estereotipada, asociándolo con características que siempre son negativas.

Respecto a esto, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en su artículo 70 establece que los programas de radio y televisión deben “evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en la raza, el color, el sexo, la orientación sexual, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento, el aspecto físico, la presencia de discapacidades o que menoscaben la dignidad humana o induzcan a comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad física de los niños, niñas y adolescentes.”

Por ello, es necesario que se garantice el acceso de todos los sectores sociales a ejercer su derecho a la comunica-

ción, para que haya mayor pluralidad de criterios a la hora de seleccionar qué se cuenta y cómo se lo cuenta. Y que de esta forma sean más diversas las representaciones de los distintos actores sociales que circulan por los medios de comunicación, para evitar que predominen unas por sobre otras.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE RADIOTEATROS

Para empezar con la idea del radioteatro hay que definir el objetivo, el tema y el público al que estará dirigido. ¿Qué se quiere comunicar?, ¿se pretende entretener?, ¿hacer reír?, ¿instalar el debate sobre un tema?, ¿disparar la reflexión? o ¿visibilizar una problemática?

Un radioteatro es un formato que presenta una historia que consta de personajes y un conflicto que estructurará el relato.

Aquí les presentamos algunas pistas para crear conflictos y construir personajes:

● Conflicto

Un conflicto no es necesariamente una pelea, sino que es algo que pone en tensión a los personajes, cuando hay contradicciones o un choque de intereses entre ellos.

Una estrategia para plantear el conflicto de la historia es combinar las esferas del querer (relacionada a los deseos, gustos, ambiciones), la esfera del poder (acerca de las posibilidades económicas, físicas, intelectuales, sociales) y la del deber (vinculada a las leyes, costumbres, normas).

Si estas esferas se contraponen entre sí se produce un conflicto. Por ejemplo: “Marcos quiere jugar en el campeonato de fútbol interescolar pero no puede porque se fracturó la pierna”. “La letra v esconde un secreto que le impide combinarse con la letra r”. “El gobierno elimina el boleto estudiantil gratuito. Un grupo de estudiantes de la Escuela Secundaria N° 5 dejan de asistir porque no pueden pagar el boleto. Un grupo de compañeros y compañeras se organizan para reclamar y encontrar una solución para la situación”. Los conflictos pueden ser individuales o colectivos, familiares, afectivos, políticos, entre otros.



● Personajes

Los personajes son los que llevan adelante la historia. Para construir un personaje se define su perfil psicológico: ¿Cómo es su personalidad? ¿Cuáles son sus miedos? ¿Y cuáles sus deseos? Su perfil social: ¿Trabaja, estudia? ¿Dónde vive? ¿Cuál es su situación económica? Y su perfil físico: ¿Qué edad tiene? ¿Con qué género se autopercebe? ¿Es alto o alta? ¿Cómo se viste? ¿Tiene alguna característica física para destacar?

Para construir un personaje es importante pensar qué se quiere contar con la historia y a partir de allí quién será protagonista y qué características tendrá.

● Historia

La estructura tradicional para armar la historia se divide en tres momentos:

- Principio: donde se presentan los personajes, el contexto, el lugar, y se plantea el inicio del problema.
- Desarrollo: se desenvuelve el conflicto, avanza la historia.
- Final: el conflicto llega a un pico de tensión y pasa algo que hace avanzar la historia hacia su resolución.

El relato tiene momentos de tensión, donde se desarrolla el conflicto a través de la narración o diálogos, y momentos de calma, por ejemplo los momentos en que se des-

criben espacios o personajes. Esta es la estructura básica, pero que se podrá cambiar usando la creatividad. Se puede empezar por el final por ejemplo.

● Guión

Es importante tener claro hacia dónde se quiere llegar con la historia, por ello ayuda armar un resumen de ella, y luego el guión.

Siguiendo el ejemplo anterior, la síntesis podría ser: Marcos está en segundo año, espera ansioso poder participar del campeonato de fútbol que se hace entre las escuelas de su ciudad. Pero un mes antes se cae y fractura la pierna. Esta imposibilidad, que al comienzo es un obstáculo para cumplir su deseo, lo hace descubrir su habilidad para dirigir. Finalmente, luego de atravesar algunos obstáculos, puede participar del campeonato siendo el director técnico de su curso.

El radioteatro es un formato que estimula el uso de todos los elementos del lenguaje radiofónico. A través de la voz se expresan los personajes y/o el narrador o narradora. Según las palabras que use, los tonos, los acentos y las formas de expresión se caracterizará a los personajes. A través de los efectos de sonido y la música se ambienta el relato, se construye la escenografía sonora. Y con el silencio se podrá crear suspenso, intriga, o momentos de reflexión.

Género musical

Las producciones de este género giran en torno a la música. Los formatos musicales incluyen canciones que están seleccionadas según distintos criterios y se organizan dentro de un programa de acuerdo a diversos objetivos.

OBJETIVOS

Que los chicos y chicas:

- Identifiquen y analicen diferentes criterios de musicalización radiofónica.
- Reflexionen acerca de la música como expresión de la cultura y sus potencialidades en la representación de las identidades.
- Relacionen la importancia del ejercicio del derecho humano a la comunicación y su vínculo con el derecho a poder escuchar y difundir distintos estilos musicales con los que se sientan identificados.
- Se asuman como productores de sus propios programas musicales.
- Se familiaricen con el lenguaje radiofónico vinculado al género musical.
- Desarrollen la creatividad para trabajar distintos temas desde la música.

CONTENIDOS

- La música como elemento de construcción identitaria, como expresión y modo de pertenencia social.
- El derecho humano a la comunicación y su importancia en la consolidación de las identidades.
- El género musical.
- Formato micro musical: análisis y producción.
- Formato canción: análisis y producción.

EL MICRO MUSICAL

¿Un disco rayado?

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON EL FORMATO MICRO MUSICAL EN EL AULA

Música:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

Se puede trabajar la historia del barrio o la comunidad a partir de la música. Por ejemplo, los chicos y chicas investigan qué bandas, o personas que se dedican a la música, hubo o hay en la comunidad. A partir de las canciones, se arma un micro sobre la identidad o historia del pueblo o del barrio.

Ciencias Sociales / Historia:

NIVEL PRIMARIO

Los y las docentes proponen escuchar canciones que hablen sobre los pueblos originarios de nuestro país. Luego, se divide a las chicas y chicos en grupos y a cada uno le tocará trabajar sobre uno de estos pueblos. Por último, redactarán los guiones para que cada grupo grabe su micro musical entremezclando las canciones con la información que trabajaron en clase sobre el tema.

NIVEL SECUNDARIO

Se puede abordar un determinado momento histórico a través de canciones que permitan dar cuenta de él. Las canciones son un modo de reflexionar sobre ese contexto histórico, político, social. Por ejemplo, si queremos abordar la dictadura cívico-militar de 1976 se pueden buscar canciones que fueron censuradas o de artistas perseguidos en ese momento. También podemos recurrir a canciones que den cuenta de lo que pasaba en esa época o contraponer canciones que aborden distintas percepciones sobre las realidades que se vivían en el país.

Ciencias Sociales / Geografía:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

Si se va a trabajar sobre las provincias argentinas, se puede utilizar la música como un modo de conocer más sobre su historia y cultura. Por ejemplo, se pueden dividir en grupos por provincia, y cada uno tendrá que investigar y buscar autores y géneros musicales que identifiquen a cada una, o canciones que hablen de la provincia que les tocó. En el micro musical intercalan las canciones con información y datos sobre cada una de las provincias.

Construcción de Ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

Para trabajar los derechos de los niños, niñas y adolescentes a partir de canciones, los y las estudiantes pueden buscar temas que refieran a ellos. También, a partir de las historias que cuentan esas canciones se puede reflexionar sobre derechos vulnerados. Por ejemplo, a partir de la canción "Hay un niño en la calle" interpretada por Calle 13 se puede abordar el derecho a una vivienda digna. O trabajar con la canción "Ingrata" de Café Tacuba para abordar la violencia de género.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales: selección de temas musicales diversos: uno de una banda comercial reconocida, otro de un grupo independiente y/o local y un tema de una banda de jóvenes o niños y niñas.

Se escuchan grupalmente las tres canciones. Luego se les pide a los chicos y chicas que ordenen las canciones como un ranking y sitúen primero cuál de las tres canciones creen que es la que más podría sonar en la radio y por último la que menos.

Segundo momento

Se genera un espacio de puesta en común y reflexión. Preguntas disparadoras: ¿Por qué las ordenaron de esa manera? ¿Todos los temas podrían sonar en la radio? ¿Por qué sí o por qué no? En las radios que escuchan ustedes o que suenan en sus casas, ¿suenan estas bandas, cantantes o estilos musicales? ¿Cuáles sí? ¿Cuáles no? ¿Qué ritmos se privilegian en las radios que escuchan? ¿Por qué creen que algunos cantantes, bandas o estilos suenan en todas las radios y otros no? ¿Hay música que les guste pero que nunca se escucha en la radio? ¿Escuchan en los medios a bandas de su barrio o comunidad? ¿Suenan grupos musicales de chicos y chicas de distintas partes del país?

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN:

Es importante estimular a los chicos y chicas a reflexionar acerca de los criterios que desarrollan los distintos medios de comunicación para seleccionar cuál música difundir y cuál no. Diferenciar aquellos criterios que tienen un objetivo económico de los que están relacionados con el fomento de la cultura y lo local. Analizar de qué procedencia (ciudades, países) son la mayoría de las bandas que se escuchan en las radios. Reflexionar sobre la música como expresión identitaria y cultural y acerca de la necesidad de que los medios difundan diversos géneros y estilos musicales, bandas y solistas.



Para profundizar acerca de los criterios de selección musical, leer el apartado: "Aportes conceptuales: Análisis crítico del micro musical" (pág 47).

ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer momento

Quien coordina desarrolla las principales características y herramientas a tener en cuenta para la producción del micro musical.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: "Aportes conceptuales: Producción radiofónica del micro musical" (pág 47).

Cuarto momento

Se divide al grupo en subgrupos de 4 a 5 integrantes. Se les propone un tema o criterio sobre el que se trabajará.

Cada grupo tendrá que elegir al menos dos temas musicales con algún criterio relacionado a la temática y armar un micro radial e intercalar las canciones con información. Cada micro deberá tener una duración de 5 minutos como máximo.

Por ejemplo, si van a trabajar sobre los derechos de niños, niñas y adolescentes y el micro va a estar dirigido a la niñez, se les puede proponer que elijan canciones infantiles relacionadas con la temática y que investiguen acerca de este tema, para brindar información.



Ver: "Sugerencias para trabajar con el formato micro musical en el aula" (pág 44).



Quinto momento

Se escribe el guión del micro musical.

Sexto momento

Se graba el micro musical.

Opciones para este momento:

- Grabarlo como si fuera en vivo en el estudio de la radio o recrear un estudio en el aula. Desde una computadora se reproducen los temas y se habilitan los micrófonos para los momentos donde hablan los chicos y chicas.
- Otra alternativa es grabar las voces y luego, con las netbook y el programa de edición de sonido Audacity, editarlo agregándole las canciones.

Séptimo momento

Se escuchan grupalmente los micros que hicieron los chicos y las chicas para reflexionar sobre la práctica y los diferentes criterios aplicados para la elección de las canciones.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Preguntas disparadoras para motivar el intercambio:

¿Cuáles fueron los criterios utilizados para seleccionar los temas musicales?

¿Por qué relacionaron la temática con esa música?

¿Qué les parecen los criterios que usaron los otros grupos?

¿La música elegida complementaba la información que se daba?

¿Fue pertinente la elección hecha por cada grupo?

¿Se utilizaron temas conocidos o investigaron y recurrieron a bandas locales o independientes?





APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DEL MICRO MUSICAL

La música suena en cada radio a través de canciones, cortinas musicales, en los informativos y en las publicidades, entre otros momentos. La música define a cada emisora e identifica a quienes la escuchan, por eso no debe ser un relleno ni elegida al azar. Cada radio decide qué tipo de música emitir, y a cuáles artistas, estilos o bandas darle prioridad. La selección de la música depende de los objetivos de cada medio y está basada en distintos criterios.

Algunas radios definen criterios económicos y otras culturales. Por ejemplo, en radios con objetivos comerciales suelen cobrarles a los músicos o sellos discográficos por pasar su música varias veces al día. En estos casos, las y los artistas que puedan difundir su música en esas emisoras serán los que tengan más recursos y puedan pagar. En cambio, otras emisoras, que no persiguen un fin de lucro, suelen concebir a la música como expresión de una cultura que no solo entretiene sino que identifica a quien la escucha y es parte de las características de una comunidad, barrio, pueblo, región, país. En estos medios se suele priorizar lo local, por eso difunden las producciones de músicos de la zona o de bandas independientes.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual promueve la diversidad cultural. En cuanto a la música establece que las emisoras radiales deben emitir durante su programación un 30% como mínimo de música de origen nacional. Y deben asegurar que de ese porcentaje de música nacional el 50% sea música independiente, es decir autogestionada. Así se busca garantizar que distintos estilos y grupos musicales nacionales, que expresan la diversidad cultural del país, circulen por los medios.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DEL MICRO MUSICAL

El micro musical es un formato de corta duración donde se intercala música e información. Se suelen elegir algunos temas musicales agrupados bajo algún criterio, que sean del mismo género musical, de la misma banda, de un disco, de una misma época, etc. Por ejemplo, se elige una banda y entre los temas se relata cómo surgió, en qué contexto social, por qué sus letras tratan ciertos temas o

se emite un extracto de una entrevista a quien la canta. Es un formato que no tiene una estructura definida, por ello incentiva a la creatividad.

Las ideas pueden organizarse en un guión antes de grabar.

Una estructura posible:

TIEMPO	OPERADOR/A	ESTUDIO
Duración	Aquí van los archivos de sonidos o canciones seleccionadas. Todo lo que ya es pre-grabado.	Aquí va el resumen de lo que hablarán los chicos y chicas.

Ejemplo:

TIEMPO	OPERADOR/A	ESTUDIO
2"	Canción "X". Archivo: "canción-x.mp3"	-----
2"	Cortina musical de fondo. Archivo: "cortina.mp3"	Saludo y presentación del tema

Este formato puede ser útil y atractivo para trabajar distintos temas con los chicos y chicas utilizando la música como recurso principal. Permite, por ejemplo, a partir de lo que dicen las letras de las canciones abordar cierta temática, o través de los ritmos y géneros musicales trabajar sobre la diversidad cultural del país o sobre la identidad de un barrio, pueblo, provincia.

LAS CANCIONES

Contar con música

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON CANCIONES EN EL AULA

Matemática:

NIVEL PRIMARIO

Se propone inventar canciones vinculadas a las tablas de multiplicar o sobre los distintos tipos de triángulos y sus características.

NIVEL SECUNDARIO

Luego de investigar sobre el número Pi, se dividen en grupo y deben crear una canción que dé cuenta de sus propiedades y principales características.

Ciencias Sociales / Construcción de Ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO

Para conmemorar el Día del Trabajador y la Trabajadora o el Día de la Soberanía, pueden crear una canción que aborde estas temáticas.

NIVEL SECUNDARIO

Se invita a crear una canción de protesta acerca de algún tema de la materia, como ser las migraciones y los derechos de las personas migrantes en nuestro país, el voto femenino o la Ley de Identidad de Género.

Ciencias Naturales / Biología:

NIVEL PRIMARIO

Se sugiere inventar una canción sobre el sol y su importancia para la vida en la Tierra, pero que también incluya los riesgos que trae para la salud exponerse sin protección. O bien que la letra trate sobre las características de los seres vivos, por ejemplo, un grupo inventa una canción sobre los vertebrados y otro sobre los invertebrados.

NIVEL SECUNDARIO

Una de las propuestas puede ser crear canciones sobre los derechos sexuales y reproductivos de las y los adolescentes.

Literatura:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

A partir de la lectura de alguna novela o cuento, se propone que escriban una canción como si fueran algún personaje del relato. Por ejemplo, una canción que El Quijote le escribe a Dulcinea o a Sancho Panza; una que Horacio Oliveira le escribe a La Maga o viceversa; una canción que El Principito le escribe a su rosa o que Natacha, el personaje de Luis Pescetti, le dedica a su mejor amiga Pati.





ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales:

Opción 1: selección de tres canciones que sus letras hablen sobre un mismo tema desde distinta perspectiva, o que sean de distintos géneros.

Opción 2: selección de tres canciones de géneros distintos y con distinta temática. Por ejemplo, una canción de protesta, una acerca de la amistad, el amor o la participación, una sobre el ambiente, otra sobre los derechos de los niños, niñas y adolescentes, una acerca de la violencia policial, etc.

Se escuchan grupalmente las canciones, se les pide a los chicos y chicas que presten atención a las letras.

Luego se dividen en subgrupos de cuatro o cinco integrantes, a cada uno se le da impresa la letra de una de las canciones. Deben analizarla pensando: ¿qué tema aborda la canción?, ¿qué mensaje pretende dar?, ¿qué dice acerca de ese tema?, ¿a quiénes creen que está dirigida?, ¿qué sentimientos o sensaciones les genera?, ¿están de acuerdo con lo que plantea?, ¿por qué?, ¿le cambiarían algo a la letra?, ¿esta canción se escucharía en la radio?, ¿por qué?

Por ejemplo, si se eligen canciones acerca de las relaciones amorosas, se pueden seleccionar temas que lo aborden desde distintas perspectivas: el amor no correspondido, los noviazgos violentos, los roles de género en las relaciones amorosas, etc.

Segundo momento

Se genera un espacio de puesta en común y reflexión. Cada grupo comenta lo que reflexionó sobre la canción que le tocó. Quien coordina toma nota en un papel afiche de las conclusiones o coincidencias que aportan los y las estudiantes.

Preguntas disparadoras: ¿todos interpretaron lo mismo sobre los mensajes de las canciones? ¿Qué coincidencias o diferencias hubo? ¿Acuerdan con lo que dicen las canciones? ¿Plantearían otra mirada? Cuando escuchan música, ¿le prestan atención a las letras? ¿Le dan importancia a los mensajes de las canciones? Las canciones que suelen escuchar en los medios, ¿qué temáticas abordan? ¿Hablan sobre su barrio o comunidad? ¿Hablan de chicas y chicos o de temas que les interesan? ¿Conocen canciones que les gusten pero que no se escuchan en los medios?, ¿cuáles?, ¿por qué creen que pasa eso? ¿Se escuchan bandas de adolescentes en los medios? Si la respuesta es sí, ¿se identifican con las canciones de esas bandas? Si es no, ¿por qué piensan que pasa eso? ¿Hay canciones con las que se sientan afectados, por ejemplo, donde se discrimina o estigmatiza?

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Es importante estimular a los chicos y chicas a reflexionar acerca de la función expresiva de la música y sobre el contenido de sus letras. Pensar si la música que suelen escuchar en los medios los identifican o si, por el contrario, no se sienten representados en las canciones que suenan en la mayoría de las radios que escuchan. Analizar sobre qué temáticas suelen hablar las canciones más conocidas o que ellos y ellas escuchan, pensar qué temas les interesaría que traten las bandas o músicos, si conocen canciones de grupos musicales juveniles o de niños y niñas.



Para profundizar acerca de las canciones como forma de expresión, leer el apartado: “Aportes conceptuales: Análisis crítico de canciones” (pág 51).



ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer momento

Quien coordina desarrolla las principales características y herramientas a tener en cuenta para la producción de canciones.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: “Aportes conceptuales: Producción radiofónica de canciones” (pág. 51).

Cuarto momento

Se dividen en subgrupos de 4 a 5 integrantes y se les propone un tema sobre el que se trabajará.

A partir de una investigación o de lo trabajado en clase sobre ese tema, tendrán que inventar una canción. Para ello deben:

- Crear la letra
- Elegir un ritmo/género musical, y luego crear la música con instrumentos y/o elementos que suenen, ó usar de fondo la música de una canción que conozcan, o generar la musicalización desde el canto, por ejemplo, si eligen hacer un rap.



Ver: “Sugerencias para trabajar con canciones en el aula” (pág. 48).

Quinto momento

Grabar la canción.

Opciones para este momento:

- Una opción es grabarlo como si fuera en vivo. Si es en estudio, el que se encargue de operar reproduce la música y los chicos cantan sobre ella. Si es en el aula se reproduce desde un celular o un reproductor de audio, los chicos cantan y con otro celular o grabador se hace el registro de la canción.

- Otra alternativa es grabar las voces y luego, con las netbook y el programa de edición de sonido Audacity, editarlo agregándole la música.

Sexto momento

Se escuchan las canciones creadas por los chicos y chicas para reflexionar sobre lo que expresó cada grupo a través de ellas.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Preguntas disparadoras:

¿Qué ritmo usó cada grupo?

¿Por qué eligieron ese estilo musical para hablar de la temática propuesta?

¿Qué diferencias encuentran en los mensajes de las canciones que creó cada grupo?

¿Y qué similitudes?

¿A quién piensan que están dirigidas las canciones?

¿Qué mensaje creen que quiso dar cada grupo?

¿Todos interpretaron lo mismo?



APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE CANCIONES

Cuando en la radio se repiten algunas canciones y no otras, hay una razón. Los medios de comunicación arman sus propuestas musicales según diversos criterios. Esta elección estará vinculada a los objetivos e intereses del medio, a sus destinatarios, a lo que quiere contar cada emisora. Entonces, según sea el perfil de cada radio, definirá a qué grupos musicales o intérpretes darle prioridad, qué ritmos y géneros privilegiar.

Si existen millones de canciones, ¿por qué en algunas radios se escucha varias veces al día el mismo tema musical? ¿Será por qué es exitoso y le gusta a la mayoría? ¿O será que de tanto escuchar una misma canción es que se termina creando su “éxito”?

En la mayoría de los medios comerciales los criterios están vinculados al mercado, a vender, ya que su objetivo es obtener beneficios económicos. Es por esto que la selección musical suele estar vinculada a los ritmos, intérpretes y bandas que imponen las discográficas. Pero así como la comunicación no es una mercancía, la música tampoco. La música es una forma de expresión cultural que construye identidad y, por ese motivo, hay que tener en cuenta y reflexionar sobre su uso en nuestros proyectos.

Las canciones pueden generar estados de ánimos o estimular sensaciones, construir climas, dar ritmo, pero también son formas de expresión. Los temas musicales construyen imaginarios y refieren a representaciones.

Así como una columna de opinión marca la línea editorial de un medio, la elección de las canciones también son expresiones editoriales. Sus letras tienen una gran capacidad comunicativa. A través de ellas se puede contar una historia, denunciar una injusticia, manifestar una opinión, transmitir una idea y, en definitiva, expresar miradas del mundo.

Desde las radios escolares se puede utilizar uno de los elementos del lenguaje radiofónico, la música, como recurso pedagógico para trabajar aspectos curriculares. A partir de las canciones se estimula la creatividad, la imaginación y la expresión de los chicos y chicas, por ejemplo, al proponerles crear sus propias letras y ritmos.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE CANCIONES

Para producir una canción en el marco de un proyecto de radio escolar, se sugiere:

- Primero definir la temática o hecho sobre el que se trabajará. Una vez elegido el tema, se investigará y se definirá el enfoque ¿qué se dirá sobre ese tema?
- Crear y escribir la letra de la canción
- Elegir un ritmo o género musical, y luego crear la música con instrumentos y/o elementos que suenen, o usar de fondo la música de una canción que conozcan, o generar la musicalización desde el canto.

En los casos que se decida usar la música de otra canción ya existente, primero se deberá elegir el tema musical y luego escribir la letra en función del ritmo.

Campañas radiofónicas

Son estrategias comunicacionales compuestas por producciones breves cuyo objetivo es promover acciones o actitudes en las audiencias.

OBJETIVOS

Que los chicos y chicas:

- Analicen críticamente campañas radiofónicas.
- Reconozcan los diferentes pasos necesarios para la realización de una campaña.
- Identifiquen a las campañas como herramientas comunicacionales que pueden brindar información socialmente relevante.
- Conozcan los diferentes géneros que pueden utilizarse a la hora de producir spots o cuñas de una campaña.
- Produzcan campañas destinadas a promover acciones o modificar actitudes en el ámbito escolar o en la comunidad.
- Se asuman como actores sociales que pueden incidir en su entorno a través de la producción de campañas y del ejercicio del derecho a la comunicación.

CONTENIDOS

- Campañas radiofónicas: tema, enfoque, objetivos, destinatarios y destinatarias.
- Spots o cuñas: Las 4 "C".
- Estructura de los spots o cuñas.

SPOTS DE CAMPAÑA En busca de un objetivo

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CAMPAÑAS EN EL AULA

Lengua / Literatura:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

Se propone realizar una campaña para incentivar la lectura e invitar a los y las estudiantes de la escuela a recurrir a la biblioteca escolar.

Educación Sexual Integral:

NIVEL PRIMARIO

En torno al trabajo sobre el derecho que chicos y chicas tienen de ser tratados con respeto, de ser cuidados, protegidos y escuchados se puede sugerir realizar una campaña para promover los buenos tratos por parte de personas adultas hacia niños y niñas.

NIVEL SECUNDARIO

Se propone pensar una campaña para promover entre adolescentes el uso de métodos anticonceptivos. La campaña puede contar con varios spots que informen sobre los diferentes métodos disponibles.

Construcción de ciudadanía:

NIVEL PRIMARIO / NIVEL SECUNDARIO

Se invita a crear una campaña destinada a sensibilizar a la comunidad acerca de alguna problemática barrial, por ejemplo, la acumulación de basura en algunas esquinas o zonas baldías, la necesidad de que sean respetadas las normas de tránsito, la discriminación que sufren los y las adolescentes que viven en determinada zona.

Ciencias Sociales / Historia:

NIVEL PRIMARIO

Se puede trabajar sobre la historia de la creación de la bandera nacional. Investigar sobre la vida de María Catalina Echevarría, quien encomendada por Belgrano fue la responsable, junto a otras mujeres, de confeccionar la bandera nacional. Luego, se invita a chicas y chicos a imaginar que viajan en el tiempo y van ayudar a estas mujeres a conseguir los materiales para coser la bandera. Para ello, deben armar una campaña para que vecinas y vecinos donen telas, hilos y agujas. Para poder redactar los spot de la campaña, deberán investigar las costumbres y formas de hablar de la época.

NIVEL SECUNDARIO

A partir de un hecho histórico en particular se propone a chicos y chicas la realización de una campaña. Por ejemplo, una campaña realizada por los luditas, las y los artesanos ingleses que se opusieron a la introducción de las nuevas máquinas en los albores de la revolución industrial porque atentaban contra sus empleos. O una campaña promovida por los trabajadores laneros o peones rurales de Santa Cruz para convocar a la huelga de septiembre de 1920 cuyo objetivo fue protestar por el mejoramiento de sus condiciones laborales.



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

Primer momento

Materiales: audios de spots de diferentes campañas radiofónicas sobre un mismo tema o audios de spots de distintas campañas radiofónicas; dispositivo para reproducirlos, fibrones y papeles afiche.

En grupo, se escuchan campañas radiofónicas. Se les pide a los chicos y las chicas que presten atención a los spots y que registren:

- ¿Cuál es el tema de la campaña? ¿Todos los spots abordan el mismo tema? ¿Cuál es el enfoque o posicionamiento frente al tema que plantean?
- ¿Cuál es el objetivo de la campaña? ¿Qué se propone? ¿Qué elementos del lenguaje radiofónico se utilizaron para lograr ese objetivo? ¿Qué formatos? ¿Pueden identificar diferentes géneros en las piezas escuchadas?
- ¿A quiénes están dirigidas? ¿Cómo nos damos cuenta de los destinatarios y destinatarias?
- ¿Podemos identificar algún eslogan o frase que se repita en los diferentes spots que componen la campaña?

Segundo momento

Se propone un espacio de reflexión y puesta en común de lo escuchado.

Quien coordina toma nota en un papel afiche de las conclusiones y coincidencias que aportan los y las estudiantes.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Es importante que se estimule a chicas y chicos a comparar diferentes campañas sobre un mismo tema. Esto permite identificar las estrategias comunicacionales que se despliegan para interpelar a las audiencias a partir de determinados objetivos, dar cuenta del recorte y del enfoque que puede hacerse de una misma temática. También detectar los formatos radiofónicos utilizados en el marco de esas estrategias.

Por ejemplo, una campaña cuyo tema es el cuidado del agua en tanto recurso finito será diferente a la hora de concientizar sobre su uso a sectores urbanos, a comunidades rurales o si lo que pretende es convocar a la ciudadanía a movilizarse para limitar su uso por parte de empresas mineras.

Comparar las distintas piezas que componen una misma campaña también permite analizar los vínculos entre los recursos sonoros, los propósitos y destinatarios que cada campaña construye.

Se puede complementar el análisis utilizando campañas que los chicos y chicas hayan realizado en la escuela en otros soportes y formatos, o identificando campañas que tengan como destinatarios principales a la niñez y/o la adolescencia.



Para profundizar acerca del concepto de campaña, leer el apartado: "Aportes conceptuales: Análisis crítico de campañas radiofónicas" (pág 56).



ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN

Tercer momento

Quien coordina brinda conceptos y sugerencias para producir campañas en la radio.



Para trabajar este contenido, sugerimos leer el apartado: "Aportes conceptuales: Producción radiofónica de campañas" (pág. 56).

Cuarto momento

Para empezar a producir la campaña, se tomarán decisiones sobre el tema, los objetivos, destinatarios y formatos. Es importante que se piensen distintos recursos para que luego cada grupo pueda elaborar un spot o cuña de esa campaña con un formato distinto. Además, se deberá consensuar un cierre (slogan, frase, canción, etc.) común a todos los spots.



Ver: "Sugerencias para trabajar campañas en el aula" (pág. 53).

Quinto momento

Se dividen en grupos para comenzar la producción de los spots de la campaña. Cada grupo debe elegir algunas de las aristas del tema para elaborar su spot o cuña. Prestar atención a que no elijan todos los grupos el mismo recurso o formato así la propuesta de la campaña es variada y diversa. En los grupos planifican y escriben la apertura y cuerpo de su spot.

Sexto momento

Cada grupo graba su spot y elige los sonidos, efectos y músicas que mejor se adaptan a su idea y formato. Se editan las grabaciones con el resto de los recursos a mezclar. Se recomienda que cada pieza dure entre 30 segundos y un minuto máximo.

Séptimo momento

Se escuchan los spots que hicieron las y los estudiantes y se analizan grupalmente con el fin de hacer una reflexión sobre el proceso de producción y la práctica.

Se diseña de manera colectiva un plan para la difusión de la campaña. Algunas ideas posibles pueden ser pasar los spots en la radio de la escuela, en la radio abierta que se hace durante los recreos o compartir la campaña con otras emisoras comunitarias, comerciales locales o públicas. Para sumar canales de difusión se puede analizar subir la campaña a plataformas como audiotecas en línea y compartirla en redes sociales.

SUGERENCIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Preguntas disparadoras para motivar el intercambio:

¿Se entiende el mensaje de los spots?

¿Creen que se logró el objetivo planteado inicialmente con estas piezas?

¿Les resultan interesantes y atractivas?

¿Qué dificultades y debilidades encontraron en el proceso de producción y en los spots finales para tener en cuenta a la hora de volver a realizar campañas?



APORTES CONCEPTUALES

ANÁLISIS CRÍTICO DE CAMPAÑAS RADIOFÓNICAS

Las campañas radiofónicas son estrategias comunicacionales compuestas por piezas cortas denominadas **spots o cuñas** que tienen por objetivo promover acciones o actitudes entre quienes las escuchan.

Las producciones radiofónicas que componen las campañas pueden utilizar diferentes recursos creativos y apelar a diferentes géneros, pero todas se caracterizan por tener **un fin o un propósito**: informar, visibilizar, convocar, impactar, concientizar, alertar o movilizar, entre otros.

Esos objetivos que guían la producción de la campaña, están vinculados a un **tema** y contemplan un **enfoque** o posicionamiento. Todas las campañas dan cuenta de una temática en particular y de un enfoque frente a la misma, de una postura desde la cual se promueven determinados cambios o acciones en la comunidad. Por ejemplo, una campaña destinada a estimular la participación de los chicos y las chicas en el centro de estudiantes de la escuela, otra cuyo objetivo es fomentar el cuidado de los espacios y mobiliarios de la institución u otra destinada a concientizar sobre la preservación de espacios verdes en el barrio.

Las campañas siempre le hablan a un otro, construyen un **interlocutor** al cual interpelan con su mensaje. Pueden ser los y las estudiantes de la escuela, la comunidad educativa, las niñas y niños del barrio, las personas adultas. A diferencia de las campañas publicitarias, que piensan a su público como consumidores, las campañas de bien público están dirigidas a sujetos en su condición de ciudadanos y ciudadanas.

Hay muchas maneras de utilizar el lenguaje radiofónico para producir spots que conforman una campaña, pero lo más importante es la creatividad y utilizar aquellos recursos que invitan a prestar atención y a recordar: una frase, un efecto sonoro, una canción. Para lograr su objetivo, los spots tienen que ser breves y claros de manera de facilitar la escucha al oyente.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE CAMPAÑAS

Pasos y sugerencias para realizar una campaña:

Decisiones a tomar

Al momento de producir una campaña se debe tener muy claro el **tema** y los **objetivos**. También hay que definir a sus **destinatarios**. Es importante tomar estas decisiones antes de avanzar en la construcción del mensaje.

En el proceso de producción se debe definir:

- **El tema:** ¿Cuál será el tema de la campaña? Es necesario delimitar el tema para que la campaña sea concreta. No se recomienda tomar un tema muy amplio y general, como puede ser la contaminación ambiental, sino buscar alguna arista. Por ejemplo, el problema de la basura en el barrio y las posibilidades locales de reciclaje y separación de residuos. Es importante que en la definición del tema las y los estudiantes tengan un rol protagónico y puedan plasmar su perspectiva, tanto en una temática vinculada a un contenido curricular como en un tema de interés elegido por ellas y ellos.

- **Las y los destinatarios:** ¿A quiénes está dirigida la campaña? ¿Cuáles son las personas a las que se quiere interpelar con el mensaje? Es importante tener en claro a quiénes está dirigido el mensaje, para que los temas y situaciones que se presenten sean relevantes e interesantes para ellos y ellas. Para lograrlo, hay que indagar sobre sus gustos, costumbres, hábitos, inquietudes, formas de hablar, preocupaciones e intereses.

- **Los objetivos, fines o propósitos:** ¿Qué se busca lograr con la campaña? ¿Qué se pretende que hagan los y las destinatarias al escucharla? Las campañas pueden tener diversos fines. Pueden estar destinadas a un cambio de conciencia, de actitudes o sensibilización sobre determinado tema, así como también a promover una acción: donar libros que ya no se necesiten, organizar un festival por los 100 años de la escuela, juntar firmas para que el municipio arregle la plaza del barrio o se amplíe la oferta de actividades culturales destinadas a los y las adolescentes, promover que las personas adultas escuchen las opiniones de chicos y chicas. Se deben aclarar los objetivos de la campaña para orientar la producción y la selección de información, recursos sonoros y cierre.



- **El formato:** ¿Cómo se traduce en sonidos nuestra idea? ¿Qué recursos se van a utilizar? ¿Cómo se van a combinar los elementos del lenguaje radiofónico? Parte de la creatividad de la campaña estará en la elección y la composición que se haga a partir de los diversos géneros y formatos radiofónicos. Se deberá definir, por ejemplo, si conviene sumar información, una personificación y una canción o es preferible crear el spot a partir de una situación teatralizada o sketch. Pensar qué formatos se adaptan mejor al tema, objetivos y destinatarios de nuestra campaña.

La estructura

Una vez que se define la temática, el enfoque, los objetivos y quiénes serán las personas destinatarias de la campaña radiofónica, será necesario investigar y recolectar datos, recursos e información.

El paso siguiente será el armado del spot o los spots. Se deberá pensar el mensaje que se quiere plantear en la campaña o en cada pieza y los formatos que se utilizarán. Para ello, se sugiere utilizar una estructura donde cada spot o cuña conste de apertura, cierre y firma.

- **Apertura:** es el primer momento del audio. Allí se sugiere apelar a la creatividad para llamar la atención de la audiencia. En la apertura se plantea la temática, situación o problema sobre la que trata la campaña. Se busca utilizar recursos del lenguaje radiofónico que cautiven al interlocutor, por ejemplo, con relatos que generen intriga, curiosidad o causen gracia. Para ello se puede recurrir a uno o más formatos. En la apertura se puede exponer el tema a través de una dramatización, una personificación, un relato, un testimonio, una canción que exista o una inventada, datos de una encuesta, una estrofa de un poema o una trama sonora. Las posibilidades son infinitas, tantas como la imaginación y creatividad lo permitan.

- **Cierre o remate:** para finalizar el spot se pueden elegir distintos recursos.

Si se realizan varios spots que forman parte de una misma campaña, el cierre o slogan debería ser igual en todos los casos para dar sentido de unidad a todas las piezas.

SUGERENCIAS DE ELEMENTOS A LOS QUE SE PUEDE RECURRIR EN EL CIERRE:

Información: se puede cerrar con datos o información concreta sobre la situación planteada en la apertura. Por ejemplo, si el spot abre con una dramatización sobre la problemática de la deserción escolar para finalizar se pueden dar los porcentajes de la cantidad de casos en la provincia o localidad. O bien, si el tema es el derecho a la libertad de expresión y participación de niños y niñas, en el cierre se informa que la Ley 26.061 de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes vigente en nuestro país reconoce estos derechos.

Remate: se puede finalizar con un remate como una frase sencilla que sintetice el mensaje. Pero que a su vez con creatividad también logre que sea memorizada por la audiencia, que genere reflexión sobre el mensaje que da el spot, que promueva la acción: una consigna, un refrán, una rima, una pregunta, una frase ingeniosa o un juego de palabras, un slogan cantado, entre otras posibilidades.

Propuesta: otra opción es concluir con una propuesta clara y concisa vinculada con el objetivo de la campaña. Por ejemplo, si la campaña pretende sensibilizar en temas ambientales y se busca promover la separación de residuos, el spot puede finalizar con la invitación a participar en jornadas de reciclaje en la escuela.

Firma

Es importante que los spots finalicen con la firma de quien los realizó. Puede ser el nombre de la escuela, el curso, la radio escolar, los nombres de estudiantes, del taller de radio o de la institución. Por ejemplo, "una campaña realizada por sexto grado de la Escuela 21" o "este es un mensaje de la radio escolar Voces Nuestras FM 88.9". También junto a la firma puede agregarse algún dato sobre el grupo que promueve la campaña, información de contacto y cualquier otro dato relevante para la audiencia.

SUGERENCIAS PARA PLANIFICAR Y DISEÑAR CAMPAÑAS RADIOFÓNICAS:

En la planificación de las campañas hay que tener como horizonte algunas características para lograr los objetivos que se plantean estas piezas radiofónicas.

Se dice que las campañas radiofónicas deben cumplir con “la ley de las 4 C”: cortas, concretas, completas y creativas.

- Corta

Las cuñas o spots son piezas breves que contienen un mensaje que debe ser entendido al escuchar la pieza. Como su duración promedio es de 30 segundos tiene que ser un mensaje claro y sintético. Esta característica conlleva el desafío de expresar una idea en poco tiempo.

- Concreta

Hay que tener en claro el objetivo de la campaña para que el mensaje sea concreto. Ante un determinado problema se debe proponer una solución. Por ello, es necesario prestar atención a no caer en generalidades ni abstracciones y buscar dar datos, ejemplos, situaciones, propuestas y recursos concretos. Es importante que estos recursos sean cercanos a la realidad de las y los destinatarios para que se sientan interpelados, comprendan y actúen de acuerdo a la propuesta de la campaña.

- Completa

La pieza debe poder comprenderse como una unidad al escucharse. Si bien no deben sobrar palabras, tampoco pueden faltar ideas clave o centrales. Asimismo, aprovechar las potencialidades de los elementos del lenguaje radiofónico: música, voces, efectos y silencios. A través de la edición digital, se pueden combinar para lograr imágenes sonoras, escenarios, climas y dramatizaciones que completen la pieza.

- Creativa

Si es creativa y novedosa, una campaña puede lograr llamar la atención y quedar en la memoria de la audiencia. Si el spot pasa desapercibido o se confunde con otros similares no se logrará el objetivo.

Al momento de crear un slogan, una situación, una canción de la campaña, por ejemplo, es aconsejable no conformarse con la primera idea que surge porque suele ser un lugar común. Se debe convocar, emocionar y cautivar a los y las destinatarios con el mensaje.

Antes de comenzar a difundir la campaña, es conveniente hacérsela escuchar a personas que se asemejen a nuestro público deseado y que no hayan estado involucradas en la producción. A partir de esa escucha activa y de las críticas que surjan, se podrá evaluar si se cumplen las 4 C.



LA RADIO

en la escuela

DESDE UNA

PERSPECTIVA

DE DERECHOS

*Defensoría
del Público*



Adolfo Alsina 1470 (CP 1088) - CABA

0800-999-3333

www.defensadelpublico.gob.ar



@defdelPublico



@DefdelPublico



/defensoriadelpublico



/DefensoriaDelPublico

#EnDefensa de las Audiencias