

PROYECTO

Comunicación abierta y popular.

LA RADIO AMBULANTE

"Imaginarnos que distinta sería la historia del país, si los niñ@s tuvieran un presente y un futuro para vivirlo como niñ@s, en una familia y sociedad que los ame, los respete y los cuide, para que el día de mañana puedan ser jóvenes sanos y libres de decidir su propio destino".

"Necesitamos ser un pueblo protagonista de nuestro presente y de nuestro futuro, porque de lo que sembremos hoy dependerá la vida de nuestros hijos y de nuestros nietos"

Este proyecto es el resultado del esfuerzo
y el amor de una organización comprometida
con la "causa del bien común de los niñ@s y sus familias".

INFORMACIÓN BÁSICA

1. Nombre de la organización solicitante:

“Centro de Investigación y Acción Comunitaria MINGACO”

2. Nombre del proyecto: LA RADIO AMBULANTE

3. Lugar de realización: Zona urbana de Junín de los Andes

4. Duración del Proyecto: 8 meses

5. Datos del Presidente de la organización solicitante:

Presidenta: María Luján Lezcano
Complejo Mamá Rosa – Casa 5
Junín de los Andes - CP 8371
Celular: 02942 – 15527445
E MAIL: pochizap@hotmail.com

6. Instituciones asociadas:

Escuelas Primaria Nro. 7 . Nro 344 y Escuela Ceferino
Escuelas Secundarias EPET Nro 4 y CEPEN Nro 7
Escuela Especial Nro 9
Red de Organizaciones Sociales comprometida con l@s niñ@s y adolescentes del pueblo.
Centro de Día Hogar Ayuntun Obra Salesiana Don Bosco
Centro Joven
Talleres Amulen
Jóvenes exploradores Don Bosco. Iglesia Católica
Iglesia Vertiente de Vida
Club Salesiano y Cordillera
Murga Los Soñadores

7. Coordinador titular del proyecto:

Maiten Cañicul
F. Hernández 76 Barrio Provincial
Junin de los Andes CP 8371
Celular 02984695129
Email maitencq@gmail.com

8. Coordinador suplente del proyecto:

Natalio Aigo
Reconquista 18 – casa Nro.22 – Barrio Provincial
Junín de los Andes – CP 8371
Celular: 294154364915
Email: natalio.aigo.coor@gmail.com

9. Breve descripción del proyecto:

Este proyecto está conformado por un conjunto de actividades que apuntan a estimular el pensamiento, la creatividad, la libertad y el juego, con respecto a los niños y adolescentes de la localidad, en consonancia con la Ley 2302.

Los talleres ambulantes, se llevaran a cabo en diferentes espacios de comunicación, en las escuelas participantes, en los centros de las organizaciones y finalmente en la Radio FM CHE Comunitaria del Barrio Lanín, localidad de Junín de los Andes, dentro del edificio del Centro de Día Hogar Ayuntun, de la Comunidad Salesiana San Cayetano y la elaboración final de la programación que se propondrá al aire.

Un eje de las actividades es el de los mismos niños y adolescentes. El segundo eje es su familia. Y el tercer eje es la comunidad, (el barrio, las escuelas instituciones y organizaciones).

Las actividades a proponer en los talleres de radio abierta y ambulante, tienen la función de reconocer en el otro la posibilidad de formarse, organizarse, construirse a partir de pensamientos colectivos y recuperarse en valores positivos que trasciendan a la persona.

Todos los talleres tanto para los niños, adolescentes y mujeres/familias, estarán atravesados por charlas, reflexiones y dinámicas donde el tema de género estará presente.

10. Cuadro resumen del financiamiento:

Monto total del Proyecto	Pesos	Porcentaje
Financiamiento solicitado en Convocatoria	69908.15	49.97%
Aportes Propios o de terceros	69980	50.03%
Totales	139888.15	100.00%

2. LA ORGANIZACIÓN SOLICITANTE:

1. Nombre de la Organización solicitante: Centro de Investigación y Acción Comunitaria Mingaco.
2. Dirección de la Organización: Los Cedros 195. Junín de los Andes.
3. b.- Teléfono: 02942 15666116
4. c.- Sitio web: blog: <http://fmche.blogspot.com.ar/p/nuestra-radio-comunitaria-se-sostiene.html>
5. fan page: <https://www.facebook.com/Fmche-Comunitaria-484532188418277/?fref=ts>
6. Nombre del presidente: María Luján Lezcano
7. Número de Personería Jurídica: N° 497 –LEGAJO 1090.
8. Fecha de otorgamiento: 15 de marzo de 1993
9. Fecha de Inicio de actividades: 10/02/1993
10. Misión de la Organización:

“Promover el desarrollo de la calidad de vida regional, a través de la participación de los grupos e instituciones de la misma, priorizando las necesidades de las personas y de los grupos sociales más desprotegidos”.

11. Descripción de las Actividades:

Red I@s Chic@s : Red de la localidad de Junín de los Andes, que integran organizaciones, instituciones y grupos de la Sociedad Civil, entre ellos las ONGs, la Iglesia Católica, Iglesia Vertiente de Vida, murgas, centros de estudiantes, clubes deportivos, etc..

Proyecto Radio Comunitaria FM CHE: Sostenida y llevada adelante desde el año 2002, por organizaciones sociales y vecin@s del pueblo de Junín de los Andes, de manera solidaria, participativa y con trabajo en terreno. Con programas al aire: informativos, musicales, infantiles, historias camperas, ambientales y la realidad de los pueblos originarios, las 24 horas del día. Emisora que opera con **licencia nacional**

Proyecto Compras Comunitarias: Iniciativa que nace hace 5 años, desde un grupo de estudiantes de la Tecnicatura de Economía Social, preocupados en mejorar la calidad de vida de muchas familias de bajos recursos de nuestra localidad. Donde se propone un sistema de compras comunitarias que busque contrarrestar de alguna forma el aumento en los alimentos básicos de la canasta familiar y que afectan con mayor crueldad a los sectores con menores ingresos económicos. Mermado en sus acciones en los desde el 2012 al 2015, ésta área de trabajo está siendo retomada en función de la situación socioeconómica que vuelve a atravesar nuestro país.

Proyecto Banco Grameen:

En Junín de los Andes, GRAMEEN (en lengua bengalí “rural” o “aldea”) Acompañamos desde hace 16 años a grupos de mujeres, otorgando microcréditos, sin necesidad de garantías, para financiar emprendimientos productivos.

Los créditos se devuelven en pequeñas cuotas durante un año.

Proyecto Gratiferia

Iniciativa que propone el desprendimiento de los bienes materiales que no son necesarios. Se realizan ferías en lugares públicos donde quienes cuentan con bienes que no utilizan en sus hogares, pero que se encuentran en uso, limpios, utilizables, etc., los ponen a disposición de quienes los necesitan. Estos últimos los reciben sin tener que entregar nada a cambio.

12. Fuentes habituales de financiamiento: Asociados, colaboradores, proyectos, eventos.

13. Cantidad de Asociados: 70

14. Cantidad de Empleados: 2

15. Cantidad de Voluntarios: 20 personas de las tres áreas de Mingaco

3. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

Nombre del Proyecto: **La radio ambulante**

Temática: Ciudadanía y Derechos - Educación Popular.

Localización del Proyecto:

Se desarrolla en la zona urbana de Junín de los Andes donde se encuentran las escuelas Primarias, secundarias, Especial, Instituciones y Organizaciones Sociales. Los talleres de Comunicación popular irán al encuentro de los lugares donde se encuentren l@s niñ@s y adolescentes, y finalmente se elaborará el material en el Centro de Día Hogar Ayuntun, de la Obra Salesiana Don Bosco y la Radio Comunitaria FM CHE.

Destinatarios:

Los destinatarios directos de este proyecto serán en primer lugar l@s niñ@s y adolescentes del barrio Lanín de Junín de los Andes, y sus familias, en particular, con apertura al resto de los barrios de Junín de los Andes; y las organizaciones sociales y educativas del pueblo que lleven adelante acciones con los niñ@s y adolescentes. Indirectamente toda la comunidad que participe de las radios abiertas y escuche, a través de la emisora Fm Che Comunitaria, el programa que se emitirá de concretarse el presente proyecto. La audiencia de la FM CHE Comunitaria se caracteriza fundamentalmente por ser parte de los pueblos originarios, o descendientes de los mismos. Básicamente mapuches. También encontramos familias venidas de otras provincias de sectores populares. Además escuchan algunos de nuestros programas sectores progresistas, de clase media, con compromiso social.

Descripción:

Se apunta a estimular el pensamiento, la creatividad, la libertad y el juego, con respecto a los niñ@s y adolescentes de Junín.

El conocimiento, difusión y puesta en valor operativo, de los derechos de la niñez y la adolescencia, reflejados en nuestra provincia en la Ley 2302, serán eje de los contenidos.

Los talleres ambulantes, se llevaran a cabo en diferentes espacios de comunicación, en las escuelas participantes, en los centros de las organizaciones

y en la Radio FM CHE Comunitaria del Barrio Lanín, localidad de Junín de los Andes, lugar donde se propondrá al aire la programación elaborada.

Cada encuentro será parte de la capacitación en comunicación popular, desde y con l@s niñ@s y adolescentes, se trabajará el contenido de la palabra de cada participante y finalmente se concretará en un programa de radio que busque transformar la realidad, a través de la participación activa y vivencial de los actores involucrados en la propuesta.

Un eje de las actividades es el de los mismos niños y adolescentes. El segundo eje es su familia. Y el tercer eje es la comunidad, (el barrio, las escuelas instituciones y organizaciones.

Las actividades deben crear modelos de cómo lograr satisfacción, construir autoestima y responsabilizarse por la conducta propia. Los aprendizajes no se acreditan a través de calificaciones, sino a través de logros en la convivencia: respeto mutuo, aceptación de las diferencias, tolerancia hacia cierto nivel de frustración, pasando de la competencia individual a la cooperación y solidaridad grupal.

Las actividades tienen la función de reconocer en el otro la posibilidad de formarse, organizarse, construirse a partir de pensamientos colectivos y recuperarse en valores positivos que trasciendan a la persona.

Todos los talleres tanto para los niños, adolescentes y mujeres/familias, estarán atravesados por charlas, reflexiones y dinámicas donde el tema de género estará presente.

Fundamentación-Definición del problema:

Pensar en las infancias significa pensarl@s como sujetos de derecho, significa pensar en nuestra sociedad, en el sistema que vivimos, y las consecuencias que trae para las poblaciones infantiles. Significa pensar en las injusticias de las que son víctimas, como la pobreza, la marginación, o por el contrario la tentación a un consumo que l@s encarcela.

Es propio de esta etapa que la mayoría de nuestros niñ@s y adolescentes estén atravesados por sus conflictos, reacciones y búsqueda de su personalidad.

Si a esto se le suma un contexto continuo de desamparo, muchas veces familiar, e invisibilización social ante las necesidades importantes de nuestros chic@s y sus familias.

Un reducido espacio social para expresarse en sus barrios, sus escuelas, sus ámbitos cotidianos, entre sus propios pares, por miedo al prejuicio o burla. No

poder poner en palabras lo que les está pasando, tanto lo positivo como lo negativo de este proceso de maduración.

Como así también contar con un grupo humano que los escuche, que los comprenda más allá de sus desencuentros personales o grupales, y los acompañe.

El hacinamiento habitacional en el que viven, el cual no les puede brindar un espacio íntimo y personal con él mismo, o con su grupo afín.

Las rivalidades y/o agresiones escolares, barriales, deportivas, que luego se trasladan a través de las redes sociales muchas veces violentas, bullying.

La práctica encubierta del abuso sexual infantil, y la violencia de la que niñas y niños son víctimas en muchas ocasiones y a manos de distintos actores (tanto familiares, como institucionales).

El consumo de alcohol y drogas, desde temprana edad. Que ha llevado a un porcentaje alarmante de accidentes, agresiones, suicidios y muertes.

El abandono escolar, en la etapa especialmente de los primeros años de la educación secundaria, por falta de acompañamiento familiar, institucional y social.

Mujer mamá, abuelas, herman@s, que desde hace muchos años vienen criando, educando, llevando adelante, como pueden, estas nuevas familias vulnerables, muchas veces con unos pocos años más que su hij@ que va a nacer. Mamás solteras, abuelas solteras, papás solteros o con parejas inestables. Trabajos inestables, salud inestable, sentimientos y emociones inestables. Derechos inestables e invisibles en muchos de los casos, llevando aparejado muchas situaciones de violencia familiar y social.

Las infancias hoy nos hablan de los niñ@s y adolescentes, sus familias y la sociedad que l@s rodea cercanas, lejanas, y de medios de comunicación que hablan e influyen en ellas. Formándolas y también deformándolas. Medios que, en estos últimos años, están dañando mucho más el tejido social y especialmente a niñ@s y adolescentes más vulnerables, exponiéndolos de una manera excesiva y agresiva a través de una información manipuladora, expulsiva y violenta.

La falta de análisis y puesta en práctica de políticas públicas y privadas abiertas, para todos los sectores sociales de nuestra localidad, que seriamente y de manera continua trabaje, fortalezca, acompañe a los niñ@s, y adolescentes junto a sus familias dañadas a encontrar de conjunto un camino que les haga bien y logren un Proyecto de vida más saludable.

La falta de una **red de trabajo y compromiso continuo** de las instituciones públicas, privadas y sociales que se PRE – OCUPE por las infancias y sus

familias. Han sido diversos y buenos los análisis de la realidad, los respectivos diagnósticos, pero de escaso alcance en lo que hace a su aprovechamiento. Ante cada cambio de gobierno municipal, ante cada nueva iniciativa de un organismo provincial se reinicia el proceso, faltan aportes económicos para sostener las acciones, y las mismas se van debilitando.

Finalmente, y no por ello menos importante sino todo lo contrario, existe un desconocimiento alto acerca de los derechos específicos de los niños y adolescentes, lo que en muchos casos impide a la sociedad ejercerlos o defenderlos plenamente.

4. DATOS OPERATIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general :

Este proyecto tiene como finalidad el fortalecimiento del tejido social, vía la toma de conciencia social y el trabajo de prevención y fortalecimiento sobre las distintas infancias, además de llevar adelante acciones concretas con ellas. Esto con el objetivo de contribuir a la igualdad y calidad de vida de los niños y adolescentes que se encuentran en contextos de mayor vulnerabilidad social, mediante el conocimiento y reconocimiento de sus derechos.

11. Descripción de los ejes del proyecto:

Primer Eje:

Nuestro proyecto de comunicación en el barrio y desde los niños y adolescentes como primer eje, busca y centra su mirada y su voz en cuestiones de las infancias que recorren nuestros barrios, pueblos, regiones, provincias, país, las infancias que habitan este mundo globalizado.

Segundo Eje:

En los espacios de encuentro e inclusión social, a partir de los talleres de comunicación popular, el segundo eje son las familias en sus diferentes modalidades y en especial la mujer, por ser necesariamente el elemento vinculante.

El tercer eje:

El tercer eje son las instituciones educativas primarias, secundarias, escuela especial, escuelas artísticas y las organizaciones sociales que trabajan con las infancias en Junín de los Andes. Ya que constituyen un espacio de encuentro entre diferentes actores que trabajan o pretenden iniciar una política local de

comunicación desde sus instituciones, y a su vez ampliar la mirada hacia “otr@s” con intereses similares.

Objetivos Específicos:

- Recuperar los espacios de encuentros con l@s niñ@s y adolescentes y sus familias, para lograr, de conjunto, trabajar en talleres de comunicación popular semanales, la participación, la construcción y producción de una emisión radial que abordará temas de interés, de los mismos y comunitario, sobre las infancias.
- Construir y poner en PALABRAS sus problemas, sueños y así revisualizarse, lo que viven y sienten, desde cada uno de los participantes de los talleres. Compartir con las audiencias esta perspectiva utilizando recursos sonoros que generen diálogos, empatía desde los diversos espacios de las infancias.
- Lograr la articulación, investigación y producción de comunicación comunitaria, desde y con las escuelas públicas, privadas y organizaciones sociales que acompañen a las infancias, con lo que sucede en los barrios, el pueblo, la provincia, el país.
- Poner en diálogo con la audiencia infantil, a las instituciones sociales que trabajan con las infancias, quienes darán a conocer su opinión sobre diferentes temas que semanalmente se irán abordando sobre lo que l@s niñ@s nos vayan proponiendo.
- Trabajar en espacio de reflexión de las prácticas y temáticas acerca de la comunicación radiofónica en Medios Comunitarios. Medios que construyen verdades-realidades desde una mirada más inclusiva.
- Lograr que la radio fm Che Comunitaria, sea un medio de comunicación popular alternativo de ida y vuelta continuo donde l@s niñ@s, l@s vecin@s logren encontrarse todas las semanas. Haciendo hincapié en los derechos y protección de l@s niñ@s y adolescentes consagrados en la Ley 2302, de género, y de las familias.
- Fortalecer los procesos populares que potencien la voz de la mujer, como cabeza de familia, en el rescate de sus derechos, participación social y recuperación de sus raíces originarias.
- Promover valores y acciones como: la solidaridad, trabajo en equipo, inclusión, resolución de problemáticas sociales, servicio a la comunidad,

cuidado del medio ambiente y aprender haciendo; como parte de una construcción social más inclusiva y solidaria.

- Cristalizar la interacción entre los distintos actores y espacios que participan del Proyecto, logrando el compromiso de todos para brindarles una atención integral a los niños, teniendo en cuenta la calidad de las relaciones personales, el desarrollo afectivo y de la autoestima familiar convocando continuamente a su participación.

Metas

1. Al menos 120 niñ@s, adolescentes y sus familias, participando de las actividades del Proyecto, conociendo y reconociendo sus derechos.
2. Coordinación operativa entre al menos 6 instituciones y organizaciones de la localidad de Junín de los Andes, que trabajan sobre la temática de niñ@s y adolescentes
3. Realización de al menos 45 talleres de capacitación con niñ@s y adolescentes, con participación de sus familias, en al menos el 50 % de los mismos.
4. Elaboración y difusión con los niñ@s, adolescentes y sus familias, de al menos 10 afiches.
5. Elaboración con los niñ@s, adolescentes y sus familias, de al menos 2 campañas de concientización con al menos 4 spots cada una.
6. Elaboración con los niñ@s, adolescentes y sus familias, de al menos 1 programa radial de 4 bloques, con 8 emisiones.
7. Concreción de al menos 6 espacios de evaluación del proceso y de los resultados finales.
8. Al menos 6 visitas a los medios de comunicación locales (radios y canal local) realizadas.

Actividades:

1º Acordar operativamente, con los responsables de la Obra Salesiana Comunidad San Cayetano, Centro de día Hogar Ayuntun, la realización de los talleres (2 encuentros en el 1er mes).

2º Reuniones con las autoridades de los establecimientos Educativos, Instituciones y Organizaciones Sociales, familias de los niñ@s participantes de los

barrios, para acordar aspectos operativos del Proyecto. Realizar acuerdo compromiso de trabajo comunitario de conjunto y participativo. (2 encuentros en el 1er mes)

3º Charlas con los docentes sobre el proyecto: problemática, objetivos, cronograma de actividades, capacitación en comunicación popular. (3 encuentros en el 1er mes)

4º Lanzamiento con actividad motivadora e informativa sobre el Proyecto LA RADIO AMBULANTE y los Talleres de Comunicación popular – Radio abierta. (1 encuentro en el 2do mes).

5º Comienzo de los Talleres - encuentro, de las infancias a través de diferentes dinámicas, juegos, dramatizaciones, musicalización, que l@s coordinador@s llevarán adelante al principio como propuestas. Creado el vínculo entre los niñ@s, las familias, l@s docentes y l@s coordinador@s se buscará la construcción colectiva de cada encuentro, como así del programa que se producirá al aire grabado o en vivo en los micrófonos abiertos de la Radio FM Che Comunitaria y/o Radios abiertas FM Che Comunitaria. (5 encuentros en el 2do mes)

6º Difundir en medios escritos y radiales el proyecto para involucrar a todos los actores posibles. A través de las redes sociales, 10 radios y el canal TV local de la comunidad de Junín de los Andes.

7º Una capacitación/taller sobre folletería, en cada ámbito participante (4), con niñ@s y adolescentes. Cada grupo, acompañado por sus familias, generará una producción concreta en las instalaciones de del Hogar Ayutun y la radio Comunitaria FM Che, difundida, por cada institución u organización participante, las redes sociales y los medios locales de comunicación (radios y Canal Local). (8 encuentros en el mes 3)

8º Una capacitación/taller sobre videos cortos en cada ámbito participante (4), con niñ@s y adolescentes. Cada grupo, acompañado por sus familias, generará una producción concreta en las instalaciones de del Hogar Ayutun y la radio Comunitaria FM Che, difundida, por cada institución u organización participante, las redes sociales y los medios locales de comunicación (radios y Canal Local). (8 encuentros en el mes 4).

9º Una capacitación/taller sobre spots radiales acordes, en cada ámbito participante (4), con niñ@s y adolescentes. Cada grupo, acompañado por sus familias, generará una producción concreta en las instalaciones de del Hogar Ayutun y la radio Comunitaria FM Che, difundida, por cada institución u organización participante, las redes sociales y los medios locales de comunicación (radios y Canal Local). (8 encuentros en el mes 5).

10° Una capacitación/taller sobre programas radiales acordes, en cada ámbito participante (4), con niñ@s y adolescentes. Cada grupo, acompañado por sus familias, generará una producción concreta en las instalaciones de del Hogar Ayuntun y la radio Comunitaria FM Che, difundida, por cada institución u organización participante, las redes sociales y los medios locales de comunicación (radios y Canal Local). 16 encuentros en los meses 6 y 7.

11° Diseñar y elaborar, en los talleres realizados en las escuelas o en el Centro de día Hogar Ayuntun, afiches concientizadores, que serán digitalizados y enviados a la comunidad a través de las redes sociales y entregados en lugares Turísticos de nuestra localidad, para que l@s ciudadanos comiencen a ver y escuchar que nos piden l@s niñ@s y adolescentes del pueblo de Junín de los Andes. Visibilizarlos. Mes 3 en adelante.

12° Evaluación mensual en cada espacio de trabajo, con las familias, organizaciones sociales, los docentes, directivos y coordinadores y responsables del Proyecto. (1 encuentro mensual a partir del mes 4).

13° Se realizarán spots y campañas sobre los temas de mayor importancia y prevención que con l@s niñ@s y adolescentes propongan como prioritarios.(1 sopt por grupo de instituciones – 1 campaña publicitaria entre todos los grupos, acordando temas a tratar. Tarea a llevar adelante durante los meses 6 y 7.

14° Jornadas de recorrida por los medios de comunicación local para contar lo realizado y se focalizará sobre conceptos como solidaridad, inclusión, cuidado del medio ambiente, trabajo comunitario, aprender haciendo y aprender con otros. Se comenzarán a realizar a partir del mes 5 y hasta el mes 7). 15° Se realizará un programa radial, con l@s niñ@s y adolescentes y sus familias, que se emitirán por la FM Che, ofreciéndoselos también al resto de las radioemisoras de la localidad. (2 encuentros el 7° mes y 4 el 8°).

16° Evaluación final con l@s niñ@s, adolescentes, sus familias y los miembros de las instituciones y organizaciones participantes.

Cronograma de actividades.

Metodología

Los temas se trabajarán en talleres de comunicación popular y radios abiertas semanales con los niñ@s y familias que participen en los distintos espacios de encuentro. Finalmente se elaborará, editará todo el material recopilado en la Radio Fm Che Comunitaria.

Se trabajará en cada encuentro- taller la importancia del aprendizaje práctico de las diferentes herramientas del trabajo comunitario en el campo de la comunicación, como **la gráfica** (folletos, cartillas, volantes, afiches), **la radio** (spots de campañas comunitarias relacionadas a sus derechos, informativos, radioteatros) **el video** (relatos cortos, documentales, anuncios, etc.). **La musicalización** se realizará con temas de contenidos vinculados a las temáticas abordadas y elegidas por el grupo participante.

La construcción del conocimiento partirá de la totalidad de los miembros del grupo, incluyendo a quienes forman parte de Mingaco. El rol de estos últimos es el de la coordinación del proceso, no el de “dador de conocimientos”. Tanto los niñ@s como los adolescentes y sus familias aportarán desde su experiencia los insumos de la construcción. Todas las actividades serán eminentemente prácticas.

5. Financiamiento:

a) Monto total del Proyecto:	139888
b) Monto total solicitado:	69908
c) Monto total aportado por Mingaco:	69980

PRESUPUESTO DE APORTES SOLICITADOS A LA OPRI

RUBROS	TOTAL RUBRO	MESES							
		1	2	3	4	5	6	7	8
TOTAL SOLICITADO PARA EQUIPAMIENTO	26982.15	26982.15	0	0	0	0	0	0	0
1 computadora portátil Noteboock 14" 21-NOF3AR Core3	13908.6	13908.6							
2 Micrófono inalámbrico UNK 400. UHF	2942.98	2942.98							
1 Baffle Activo 7000. 180W USB/Bluetooth	8925.62	8925.62							
2 Auriculares	798.34	798.34							
1 Pendrives de 32 GB	406.61	406.61							
TOTAL SOLICITADO PARA HONORARIOS	28000	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Tallerista	14000	1750	1750	1750	1750	1750	1750	1750	1750
Tallerista	14000	1750	1750	1750	1750	1750	1750	1750	1750
TOTAL SOLICITADO PARA GASTOS CORRIENTES	14926	0	7926	1400	1400	1400	1400	1400	0
Traslados combustible	1800		300	300	300	300	300	300	
500 volantes 10 x 15 color	1450		1450						
50 afiches A3 color	1500		1500						

PRESUPUESTO DE APORTES DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y ACCIÓN COMUNITARIA MINGACO

TOTAL APORTADO PARA EQUIPAMIENTO (20 % de afectación)	21380	21380	0	0	0	0	0	0	0
CONSOLA:tipo peavey rq 200 MEZCLADORA DE audio de 6 canales	2400	2400							
CPU INTEL I 5 de 6 RAM DDR4	2000	2000							
Micrófono (Tipo Shure SM58LC)	640	640							
Suspensión micrófonos condensadores (Tipo Samson SP01)	360	360							
Filtro Anti Pop Technical Pro IS10B (simil SamsonPS01)	80	80							
Amplificador de auriculares (Tipo Samson CQ 8)	300	300							
Equipo de música retorno	500	500							
Monitores	500	500							
Trasmisor Homologado FM 250 Watt. Frecuencia 90.5. Nro serie 072516	5600	5600							
Procesador de Audio 3 bandas	1000	1000							
Antena y dipolos	5000	5000							
2 Notebooks I3, 4 GB de Ram,	3000	3000							
TOTAL APORTADO PARA HONORARIOS	35000	2500	5000	5000	5000	5000	5000	5000	2500
Operador	9600		1600	1600	1600	1600	1600	1600	
Editor	5400		900	900	900	900	900	900	
Coordinador del área de Comunicación	20000	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
TOTAL APORTADO PARA GASTOS CORRIENTES	13600	500	1600	1900	1900	2400	2400	2400	500
Traslados combustible	1600	200	200	200	200	200	200	200	200
Teléfono	800	100	100	100	100	100	100	100	100
Mantenimiento equipos	1600	200	200	200	200	200	200	200	200
Alquileres de espacios	5700		700	700	700	1200	1200	1200	
Refrigerio para talleres	3300		300	600	600	600	600	600	
Elementos de limpieza	600		100	100	100	100	100	100	
TOTAL GENERAL APORTADO	69980	24380	6600	6900	6900	7400	7400	7400	3000

6. EVALUACIÓN

Se evaluará en forma continua con los involucrados, mensualmente, y al finalizar el proyecto.

- Se llevará un registro fotográfico de las secuencias de los distintos momentos en el transcurso del proyecto.
- Se realizará una evaluación final y una devolución escrita a cada institución y grupo participante.
- Se dará difusión en medios, radiales, escritos y redes sociales de las tareas realizadas.
- Se evaluarán los logros y las dificultades en conjunto con l@s participantes de las instituciones públicas, privadas educativas (docentes a cargo) y de las organizaciones sociales involucradas.

7. SUSTENTABILIDAD

Que los niñ@s, adolescentes, familias, organizaciones sociales y educativas se apropien de un espacio de comunicación popular, abierta y colectiva, para continuar construyendo ciudadanía y empoderamiento desde las bases, desde y por los pibes y sus familias.

Es nuestra intención que se consolide uno o más grupos de niñ@s, adolescentes y/o familias que produzcan programas radiales. Para ello Mingaco ofrecerá en forma gratuita espacios en la FM Che comunitaria. En el caso que sean menores, los voluntarios que producen y conducen programas, en nuestra radio, acompañarán la labor que realicen.

**QUE TOD@S TENGAMOS VOZ Y
PODAMOS SER ESCUCHADOS.**

**PARA CONSTRUIR DERECHOS Y
OBLIGACIONES.**

NUESTR@S Y DEL ESTADO.

**NO HAGAMOS DE NUESTRO
PUEBLO**

UN PUEBLO DE MENDIGOS

SINO UN PUEBLO CAPAZ

**DE CONDUCIR SU PROPIO
DESTINO.**

ANEXO

FOTOGRAFÍCO

ANEXO

PRESUPUESTOS

ELVIRA
Onelli 1489 esquina Yatasto
(8400) San Carlos de Bariloche

Presupuesto

Nro 9983-00008272
FAC A 9983-00008272
Fecha 11/07/2016 12:30

Comprobante No Valido Como Factura

Ciente	Cntro De Investigacion Mingaco	Telefono	02942-15527445	T.Precio	Publico
Direcc.	Los Cedros 195	Categoria	Resp. Inscripto	Vendedor	Jorge, Fernandez
C.P.	8,371 Junin De Los Andes	Cuit	33-67256572-9	Fecha	11/07/2016 12:30


Codigo	Cantidad	Descripcion	Precio	Total
312 045	1.000	Auricular SV 5612 DJ Amarillo	399.17	399.17
957 007	1.000	Microfono UNK 400 Inalambr. UHF	2,942.98	2,942.98
791 003	1.000	Bafle Activo 7000 - 180W USB/Bluetooth	8,925.62	8,925.62

	Subtotal	Rec/Dto	Neto	I.V.A.	Percep.	Total
Precios Netos	12,267.77		12,267.77	2,576.23		14,844.00

Forma de Pago.	Contado	14,844.00
----------------	---------	-----------

Direcc. de Entrega

Observaciones


JORGE FERNANDEZ
Documento No Fiscal

ELVIRA
La Casa Para Su Hogar
LA MADRID 210
JUNIN DE LOS ANDES

ELVIRA
Onelli 1489 esquina Yatasto
(8400) San Carlos de Bariloche

Presupuesto

Nro 9983-00008276
FAC A 9983-00008276
Fecha 11/07/2016 13:04

Comprobante No Valido Como Factura

Cliete	Cntro De Investigacion Mingaco	Telefono	02942-15527445	T.Precio	Publico
Direcc.	Los Cedros 195	Categoria	Resp. Inscripto	Vendedor	Jorge, Fernandez
C.P.	8,371 Junin De Los Andes	Cuit	33-67256572-9	Fecha	11/07/2016 13:04

Codigo	Cantidad	Descripcion	Precio	Total
948 002	1,000	Notebook 14" 21-NOF3AR Core3 1TB-4GB 8.1	13,908.60	13,908.60
743 059	1,000	Pen Drive Micro DTDUO 32 GB	406.61	406.61

Precios Netos	Subtotal	Rec/Dto	Neto	I.V.A.	Percep.	Total
	14,315.21		14,315.21	1,545.79		15,861.00

Forma de Pago	Contado	15,861.00
---------------	---------	-----------

Direcc. de Entrega

Observaciones


JORGE FERNANDEZ

Documento No Fiscal

ELVIRA
La Casa Para Su Hogar
LA MADRID 210
JUNIN DE LOS ANDES

Papelera Junín X

De Cristina Beatriz Brignole

Librería, Cotillón y Repostería

Coronel Suárez 183 - (8371) Junín de los Andes

Tel: 02972 - 491996 - Pcia del Neuquén

RESPONSABLE MONOTRIBUTO

Nº 0001 - 000000035

PRESUPUESTO

DIA	MES	AÑO
7	7	16

CUIT Nº 27 - 11776296 - 9

ING BRUTOS: 011 - 102162 - 01

FECHA DE INIC. ACTIV: 13 - 12 - 2005

Señor(es): CENTRO INU'MINGACO

Domicilio: LOS CEDROS 195 JUNIN DE LOS ANDES

COMPROBANTE NO VALIDO COMO FACTURA

IVA Resp. Inscripto Resp. no Inscripto C.U.I.T.:
Exento No Resp. Cons. Final Resp. Monotributo

Condiciones de venta Contado Cta. Cte. Remito Nº

Cant.	DETALLE	P. Unitario	Total
1	VOLICORONA	12 ⁰⁰	12 ⁰⁰
1	RESINA AT.	12 ⁰⁰	12 ⁰⁰
1	VOLICORONA BIC	10 ⁰⁰	10 ⁰⁰
1	MASC AL DENT	12 ⁰⁰	12 ⁰⁰
6	LAPICER. GRAFITU	4 ⁰⁰	4 ⁰⁰
1	GOMA BORRAR	5 ⁵⁰	5 ⁵⁰
1	PAPEL ATICHE.	7 ⁰⁰	7 ⁰⁰
1	CAJA COLORES V12	65 ⁰⁰	65 ⁰⁰
1	CD. VIRGEN.	8 ⁰⁰	8 ⁰⁰



La Pampa 267 - Tel 447 4447
CUIT: 27 - 17064875 - 2
IMPRESIÓN FEBRERO 2012

TOTAL S

ORIGINAL DUPLICADO Nº 0001 - 00000001 AL 50

arterográfica

www.arteregrafica.com.ar

de **Angela Canevari**
(02972)491.465 | print@arterografica.com.ar
Coronel Suárez 59 (8371) Junín de los Andes
IVA RESPONSABLE MONOTRIBUTO

X

PRESUPUESTO

Nº0001-00000200

FECHA

11 07 16

DOCUMENTO NO VÁLIDO COMO FACTURA

CUIT: 27-28323971-9

ING. BRUTOS: 000-146689-05

INICIO DE ACT: 01-05-2012

Señor/es: Ctro de Inv. y Acción Com. Mingalo

Cant.	Detalle	Precio Unit.	TOTALES
100	volantes 10 x 15 color		\$340.
200	volantes 10 x 15 color		\$580.
50	afiches A3 color	\$30	\$1500.

Original blanco / Duplicado color

El presente presupuesto tiene una validez de 15 días a partir de la fecha.

arterográfica
www.arteregrafica.com.ar

Angela Canevari | CUIT 27-28323971-9
Coronel Suárez 59 - Junín de los Andes - Te: 491465
Impresión del 0001-00000101 al 0001-00000200 / Agosto 2014

TOTAL \$

**ANEXO CUADERNILLO
TIPO DE TALLERES DE
RADIO PARA
ADOLESCENTES**

Taller de Radio y Comunicación Popular

Radio Comunitaria Fm CHE 90.5

NOSOTRXS

1. Presentación

1.1 Nosotrxs, la CHE, sin dueños ni patronos

2. La Comunicación como Teoría y objeto de estudio

2.1 Apuntes de una estudiante

3. La Comunicación popular en América Latina

4. La radio comunitaria en Argentina: Aparición de los medios comunitarios

- ¿De dónde sale FARCO?

-La LSCA y los medios comunitarios

-Actualidad de los medios comunitarios.

EL MEDIO

6. La radio como medio: Características y funciones

7. Lenguaje Radiofónico

8. Producción radiofónica: Guión Radiofónico y géneros radiofónicos.

9. Género informativo: Informar en la radio- La noticia Radiofónica.

10. Programa de radio: Unidad del lenguaje y formatos radiofónicos.

LA TÉCNICA

11. De la voz a la antena, el recorrido del sonido.

- la voz.

- micrófonos, tipos y características.

- conectores y cables.

- retorno.

- transmisor.

- antena, tipos de antena.

12. consola de sonido, funciones y características.

13. tarjetas de sonido.

14. Am y Fm, principales características.

15. programa de edición.

- Audacity. Principales Características y funciones.

16. Zara Radio.

- Introducción al Zara Radio.

- Listas de reproducción, ¿cómo crear una lista?, modos de reproducción.

- Menú contextual.

- Eventos, nuevo, modificar, eliminar, eliminar expirados , abrir y guardar.

- opciones, general, fundido, pisador, registro, salidas y mezclador.

EL FIN DEL RECORRIDO

Agradecimientos: A lxs compañerxs por ser y hacer la che, a todxs lxs que nos escuchan. A los que aportaron ideas, correcciones, material, a Elu, Pochi, Santiago, Gustavo y Vero



Che por CHE: Gente en Mapuzugún

Che por CHE: Como pronombre personal en Guaraní

Che por CHE: Como oye en Quichua

Che por el CHE: En Argentino Peleón

FM CHE por la suma de sus partes

*A la memoria de **Ambrosio Tripailaf**, una gran persona, sencilla, humilde, que alzó la voz y la palabra desde el corazón del barrio lanin, desde el centro geográfico de la nación mapuche, a la izquierda del dial, desde la radio Comunitaria FM CHE.*

Presentación

El presente cuadernillo es una compilación de diferentes materiales elaborados por colectivos o autores particulares, por gente que al igual que nosotros considera que la sociabilización del conocimiento es fundamental para el crecimiento de nuestros pueblos.

Todo el material que vas a leer esta estrictamente enfocado desde una mirada de radio comunitaria, popular y alternativa, la cual entiende a la comunicación como Derecho Humano fundamental, no persigue fines de lucro y cree que la comunicación es una herramienta para transformación social.

Nosotrxs, la CHE, sin dueños ni patrones

La radio Comunitaria Che nace en Junín de los andes en el 2002 y desde entonces se caracteriza por entender a la comunicación como un derecho humano esencial que debe ser ejercido, es por eso que siempre el colectivo de la radio es diverso y en el camino recorrido siempre se logró priorizar el proyecto mas allá de las personas, por eso a veces somos muchxs y a veces pocxs, a veces somos grandes y a veces jóvenes, a veces tenemos 30 programas al aire y a veces 5. En 16 años la Che solo paro por mudanza, robo o falta de electricidad.

Hoy hacemos la Che un colectivo diverso políticamente, generacionalmente, culturalmente, socialmente y con gustos radiofónicos diferentes, sin embargo el proyecto inicial y su espíritu siguen intactos, la Che nació para contribuir desde la comunicación al fortalecimiento de la sociedad civil y de la vida en democracia, basados en los siguientes principios y valores:

- *Promoción y defensa de los Derechos Humanos (Derechos de los/as niñas/os y adolescentes, mujeres, trabajadores, pueblos originarios principalmente, la tierra y el ambiente).*
- *Apoyo, acompañamiento y servicio a las acciones y necesidades de los sectores*

más vulnerables de la sociedad.

- *Acciones para acompañar los procesos de participación de las organizaciones de la sociedad civil.*
- *Defensa irrestricta contra cualquier tipo de discriminación, entendiéndose por ello, la negación del ejercicio de un derecho por cuestiones de raza o etnia, físicas, culturales, políticas, socioeconómicas, territoriales, ambientales, de género, ideológicas, que no permitan el libre ejercicio de los derechos personales y/o grupales.*
- *Defensa del derecho que tienen las personas a informar, informarse, comunicarse e interactuar.*
- *Defensa irrestricta de los espacios democráticos como forma de gobierno.*
- *Promoción y democratización de la comunicación radial y el ejercicio de la industria independiente de periodismo y difusión.*
- *Promoción y ejercicio de los siguientes valores: solidaridad, consenso, pluralismo, justicia, libertad, participación, corresponsabilidad.*

El taller de radio y comunicación popular nace con varios objetivos, pero el principal es acercar a nuestros vecinos a la radio y que podamos reflexionar juntos acerca de la importancia y de la responsabilidad de hacer comunicación. Nuestra palabra y nuestras acciones importan e impactan, transforman nuestro quehacer cotidiano, nuestra voz en el aire no es una pavada es importante, es fundamental, es válida, es un acto de participación genuina en nuestra comunidad, en nuestro pueblo.

Para hacer que esta participación se haga realidad es necesario que manejemos herramientas, no solo técnicas, conceptuales, teóricas y prácticas, son necesarios los equipos y el espacio físico, pero sobre todo la organización, la responsabilidad, el compromiso, el respeto, la participación y la conciencia. Creemos fuertemente en nuestra comunidad, en nuestros barrios y en este nuestro pueblo, en su espíritu solidario, en su sentido de pertenencia, lo hemos visto salir a calle, posicionarse, cantar, bailar, gritar, llorar, reír, lo vemos carnavalear, chamamesear, pagar y por eso entendemos que nuestro compromiso como parte de la radio comunitaria es que todos logremos comunicar.

Los invitamos entonces a conocer, compartir, imaginar, crear, producir y animarnos a que nuestra voz vuele por el aire llevando palabras de esperanza, alegría,

coraje, resistencia, lucha, organización, amor, solidaridad y por sobre todas las cosas la firme convicción de que somos nosotrxs los encargados de sembrar un mundo distinto para las generaciones que vienen.

Maitén y Nata de la Che Comunitaria.

La comunicación como objeto de estudio

Los estudios de la comunicación como tal tienen origen en el estudio de herramientas con fines bélicos y militares, posteriormente se le suma la conjugación con el estudio de múltiples disciplinas como la antropología, la filosofía, el derecho, la agronomía, la psicología, la sociología, la semiología, la lengua, la literatura, y muchas otras mas, porque la comunicación aporta a todas esas disciplinas de estudio.

Hoy la comunicación, como campo de estudio en constante disputa y que se renueva constantemente, es por eso que siempre hay cosas nuevas que aprender.

Apuntes de una estudiante

Por Maitén Cañicul

Para comenzar a hablar de la comunicación creemos que es necesario saber algunas cosas que son de suma relevancia para entender la importancia de los medios de comunicación, de las radios en nuestro contexto y de que nosotros hagamos radio.

La radio como medio aparece a fines del siglo XIX (diecinueve- fines de 1890), principios de siglo XX (veinte- principios del 1900) y se adapta como medio de comunicación a principios de 1930. Los primeros usos de la radio, como de toda tecnología que conocemos, es para la guerra, las invasiones y con fines militares, la radio tambien se invento así: Para la guerra y para los ejercitos.

Posteriormente empieza a mutar su uso en Europa que sólo era en principio para transmitir mensajes, mientras se escribían múltiples investigaciones y teorías que enfocaban a la comunicación como un método matemático y direccionado.

Así, por ejemplo, aparecen teorías como la de la “aguja hipodérmica” que explicaba que la información que saliera de los medios era “inyectada” en las audiencias y producía los efectos pretendidos.

Por otro lado grandes regímenes como el nazismo invirtieron mucha plata en estudios de comunicación de masas, de audiencias y de mensajes específicos.(1933)

Para tener en cuenta mencionaremos dos grandes escuelas de estudio de la comunicación:

Por un lado, la denominada Escuela de Chicago (1892), que centra en la aparición y explosión de la OPINIÓN PÚBLICA y desarrolla conceptos como “conductismo social” que hace referencia a que somos individuos aislados y máquinas aisladas dentro de una máquina mas grande que es la sociedad. Es por ello que las personas (según estos estudios) pueden ser conducidos por los mensajes que se emiten en los medios de comunicación, modificando su conducta, ya que los mensajes transmitidos se producen unilateralmente, es decir que los produce una sola parte que en general eran los dueños de los medios de comunicación, sin tener en cuenta a la audiencia. Igualmente, hay que mencionar, que también afirmaban que por la interacción que existe en las sociedades y entre las personas esto no funcionaría exactamente así y podía cambiar, aunque la tendencia general buscaba que las conductas sean masivas.

Pero siempre hay una contra partida y es por eso que estudios como los escritos por la Escuela de Frankfurt (1923) impulsaron conceptos como el de “Industria Cultural” que se refería a que la propaganda y la publicidad generan impacto en las sociedades que buscan que las personas se motoricen por las publicidades y propagandas en el mundo consumista que propone el Capitalismo. Creando, además, una única cultura y anulando las diversidades porque sólo predomina el comercio y lo que se vende, se hace entonces de la cultura de los pueblos una industria.

Sus referentes fueron Adorno, Horkheimer, Marcuse y Habermas, quienes denuncian desde 1930 a 1970 a los medios masivos de comunicación y profundizan estudios que involucran comunicación y psicología.

Así en la Europa del 1900 en adelante se afianzan dos grandes modelos:

- El modelo europeo de carácter estatal y con fines públicos (después de las guerras)
- El modelo de Estados Unidos con carácter privado y fines comerciales.

En nuestro continente heredamos el modelo estadounidense por eso los primeros medios en Latinoamérica son privados de carácter comercial, ese modelo se pone en discusión un poco mas tarde que en Europa, mientras allá en 1930 se comienza a debatir en América latina se empieza a discutir en las décadas del 60' y 70'.

El quiebre en nuestro continente lo dan las radios pensadas como radios educativas que aportan a apalea el analfabetismo existente en nuestras sociedades y posteriormente las radios de organizaciones comunitarias, la teología de la liberación, la educación popular y los movimientos sociales organizados se conjugan para crear la radio disidente en el continente que tiene hoy ya mas de 60 años.

Es importante que no olvidemos la creación de los medios porque allí se vislumbra la importancia de cómo y quiénes crean los contenidos. Como también la importancia de nuestra escucha atenta para no permitir ciertas prácticas que tiendan a nublar nuestra vista o a que repitamos como loros cosas que no nos pertenecen y que alguien pensó para inducirlos.

La Comunicación popular en América Latina

Por: Consejo de Educación Popular de América Latina y El Caribe (canal; responsable)

Autores personales:

Vargas, Óscar (Autor/a) – 1/09/10

América Latina se ha caracterizado, a lo largo de su historia, por ser una región con una profunda e insultante desigualdad que ha sido defendida y provocada en muchas ocasiones por poderosas oligarquías, las cuales llegaron para quedarse en los más altos

círculos económicos y políticos, desde los que han impulsado modelos socioculturales que han acosado ferozmente y han conseguido erosionar la identidad, la cultura, el poder y la autonomía de los pueblos y las comunidades latinoamericanas, además de imponer un modelo de desarrollo (por llamarlo de algún modo) neoliberal que de forma evidente, agresiva, reiterada y estructural, ha propiciado el despojo de la tierra y el territorio, el deterioro del medio ambiente, la exclusión social, el creciente empobrecimiento de grandes capas de la población, el desarraigo cultural y la falta de oportunidades de progreso, en cada uno de los países de Latinoamérica.

Después de la Segunda Guerra Mundial, desde los años cincuenta hasta los años setenta, inmersa plenamente en la disputa territorial e ideológica entre socialismo y capitalismo dentro del ámbito internacional, América Latina vivió un momento de gran agitación social y política.

Por un lado, se dieron golpes de Estado que derivaron en dictaduras militares: en Paraguay (1954); en Guatemala (1963); en Brasil, a partir de 1964; en Argentina, desde 1966; en Uruguay (1973). Por otro lado, justamente en esos años emergieron los movimientos libertarios latinoamericanos: en Bolivia, la Revolución de 1952; el triunfo de la Revolución Cubana en 1959; el nacimiento del Frente Sandinista de Liberación Nacional, en 1961; un año después, surgió el movimiento revolucionario en Guatemala; por su parte, el movimiento revolucionario en Venezuela dio paso, en 1966, al Partido de la Revolución Venezolana y las Fuerzas Armadas de Liberación Nacional; a partir de 1964, aparecieron las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia Ejército del Pueblo (FARCEP); el movimiento estudiantil en México tuvo su punto más álgido en 1968; dos años más tarde, triunfó el movimiento popular que llevó a Salvador Allende a la presidencia en Chile; precisamente, en 1970, en El Salvador nacieron las Fuerzas Populares de Liberación Nacional Farabundo Martí.

En tan candente contexto sociocultural, económico, militar y político, irrumpió en América Latina la diversidad de los conceptos y las prácticas de la comunicación popular, la cual no podemos entender en su devenir histórico y organizacional sin su estrecho vínculo, correspondencia y complementariedad con la Educación Popular (EP): corriente de pensamiento y acción desde la organización popular, que se define y conceptualiza a partir de su propia praxis.

En 1947, el sacerdote católico José Joaquín Salcedo, inició en Colombia la que él mismo bautizó como la Revolución de la Esperanza, al comenzar la programación educativa de Radio Sutatenza, con un transmisor artesanal, en la zona de influencia de su parroquia. Dos años más tarde, obtuvo una licencia legal para transmitir, y sus programas culturales y educativos comenzaron a transmitirse en un área de más de mil kilómetros. Un poco de tiempo más adelante, Radio Sutatenza se trasladó a Bogotá y la emisora pasó a formar parte de Acción Cultural Popular (ACPO), organización creada para expandir las actividades de educación a distancia y proporcionar, a ocho millones de adultos de las áreas rurales colombianas, los medios para asumir la responsabilidad de su propio desarrollo. En 1990, Radio Sutatenza enfrentó problemas financieros y administrativos, por lo que fue clausurada y sus instalaciones fueron vendidas a la Cadena Caracol, una de las principales redes de medios y emisoras comerciales de Colombia.

Por otro lado, en Bolivia aparecieron las radios mineras, que cobraron notoriedad con el movimiento revolucionario de 1952. Estas radios se caracterizaron por practicar la comunicación horizontal, participativa, dialógica y alternativa, además de constituirse en el eje de la convocatoria a las asambleas populares y a la lucha por la transformación social.

La estrategia de las radios educativas tomó fuerza a partir del impulso *desarrollista* en la región, utilizando el modelo difusionista^[4], lo que generó la multiplicación de emisoras dedicadas a la EP, en su mayoría patrocinadas por la Iglesia Católica en al menos quince países de América Latina. Desde tal modelo participativo, se apoyaron experiencias y proyectos intencionados de acción transformadora, a través de la transferencia tecnológica y el cambio de actitudes para impulsar proyectos de desarrollo.

Sin embargo, estos intentos involucraban una visión dualista de la realidad, en general, y de la población, en particular, impuesta desde el etnocentrismo estadounidense, que identificaba lo rural con el atraso y lo urbano con la modernización. Desde esta perspectiva, se entendió el desarrollo en términos de extensión, como simple transferencia de innovaciones tecnológicas del centro hegemónico a la periferia dependiente, de la ciudad industrializada al campo no tecnificado.

En esos mismos años, se llevaron a cabo trascendentes experiencias de comunicación popular en América Latina, como las cabinas de grabación campesinas en Ecuador, los reporteros populares en una gran parte de los países latinoamericanos, y las revistas impresas sobre educación y comunicación popular. Ahora muchas de tales publicaciones se han convertido en revistas de divulgación e investigación, lejos, muy lejos, de la original y primera intencionalidad transformadora, emancipadora, liberadora.

Por su parte, las llamadas radios alternativas fueron las que inicialmente acompañaron, como novedosos proyectos comunicativos, los movimientos insurgentes y revolucionarios que buscaban la toma del poder político y social, por parte de los sectores populares en diversos países de Latinoamérica.

En los años sesenta (una década axial y decisiva para las transformaciones y los fenómenos sociales, políticos, religiosos y culturales en Oriente y Occidente), la expresión contemporánea de la comunicación popular tiene su nuevo punto de partida. Indudablemente, desde entonces, Paulo Freire se consolidó como uno de los principales referentes para diversas corrientes de pensamiento relacionadas con la educación y la comunicación popular. Su praxis y sus obras como *Pedagogía del oprimido*, *¿Extensión o comunicación?* y *La educación como práctica de la libertad*, reconstruyeron y resignificaron la noción dominante y tradicional de la comunicación, entendida y utilizada aún por movimientos y organizaciones, como extensión de la técnica y el conocimiento, para dar paso a la comunicación/educación dialógica, con la finalidad trascendente de llegar a la toma de conciencia de la realidad a través de la problematización del hombre y la mujer, tanto en sus relaciones con el mundo, como en sus vínculos con los demás hombres y mujeres.

En Chile, durante los primeros años de la década de los setenta, Armando Mattelart realizó una significativa creación teórica y reflexiva en torno al movimiento de denuncia de la hegemonía ideológica del norte sobre el sur, la globalización, el poder de las transnacionales de la comunicación como herramienta de dominación cultural, y la lucha por un nuevo orden de la comunicación en América Latina y el resto del mundo.

En este mismo sentido, los aportes teóricos y prácticos de María Cristina Mata, Mario

Kaplún y Alfredo Paiva, subrayaron una concepción de la comunicación como proceso de humanización, y de la educación como práctica de la libertad. Es importante señalar la aportación de Kaplún que, frente a los modelos de comunicación unidireccional, buscó sentido a la interacción entre emisores y receptores, dotando al receptor de capacidad de diálogo y crítica[5]; así, de la combinación de las acciones comunicativas y pedagógicas, brotó la original idea de la educomunicación y el educomunicador. Además, Kaplún exploró y utilizó adecuadamente el potencial de los medios de comunicación masiva para la educación del pueblo, la lucha por la democracia y la transformación de la injusta y oprimiente realidad.

A partir de las décadas de los setenta y ochenta, la comunicación/EP se comprometió con los movimientos sociales y la crítica frente a la sociedad imperante. Fue una época fructífera en experiencias, compromisos y reflexiones. En esa época, se conoció muy de cerca el universo de lo popular y su importancia en la sociedad. Y la apuesta por una organización popular y democrática articulada llenó, e inclusive hasta suplió, las utopías políticas del momento. De tal forma que, por ejemplo, los actores de espacios y sectores con precarios recursos económicos se convirtieron en protagonistas y, desde allí, se les percibía como nuevos, auténticos y comprometidos gestores del cambio social.

Durante esos tiempos, en varios lugares de América Latina, se intentó crear y desarrollar formas y procesos alternativos de comunicación; no solo alternativos en términos de los contenidos, sino también de las estructuras de la propiedad y del manejo de los medios de comunicación social. Se trabajó y aún se sigue trabajando, en el estudio de la adopción y uso de tecnologías básicas por parte de organizaciones populares, como comités de barrio, sindicatos, comunidades campesinas, comunidades amenazadas por megaproyectos, grupos de jóvenes, etcétera. Así mismo, se cultivó intensamente en la apropiación de tecnologías comunicativas más complejas y tradicionales, en especial la radio y la prensa, por parte de estos sectores excluidos, empobrecidos y ninguneados. Se recuperaron y se estudiaron múltiples experiencias populares de comunicación alternativa, las cuales se habían desarrollado y se siguen desarrollando cotidianamente.

Desde entonces, la comunicación se concibió fundamentalmente, ya no como un mero recurso y herramienta metodológica, sino como un derecho del individuo y de la comunidad en términos de inclusión, acceso, participación y pluralidad.

En la práctica este cambio significó un rito de paso y de crecimiento humano: pasar e ir más allá de la mentalidad consumista, hasta acceder a la conciencia de la necesidad de expresarse y organizarse para usar los medios de comunicación social, por medio de una participación activa. Así, se reconoció la exigencia de dar voz y escuchar a quienes por generaciones nunca habían tenido voz, ni habían sido escuchados, lo cual implicaba a su vez una reorganización de la sociedad en todos sus sectores, a partir de la teoría y la práctica de la comunicación popular. Para ello, había que desencadenar procesos participativos que generaran formas auténticamente democráticas de comunicación. Por ejemplo, la lucha por la instauración de una conciencia crítica en la lectura de los mensajes de la cultura de masas, entre diversos grupos como obreros, campesinos, mujeres, jóvenes y niños.

En la década de los noventa, se relaciona al sujeto con acción social y también política, es decir, se buscaba incidir en los sistemas de los gobiernos latinoamericanos, en los sistemas de comunicación dominante, en las ideas y necesidades sociales, con la intención de resolver problemas en el corto, mediano y largo plazo, de manera sustentable y sostenible. Entonces, la comunicación adquirió vigencia temática: poder y género; democracia, ciudadanía y derechos humanos; cuidado y defensa del medio ambiente; desarrollo local sustentable, entre otros temas y realidades.

Históricamente, el hilo conductor más frecuente de las praxis de la comunicación popular ha radicado en que constituyen medios populares, donde las prácticas comunicacionales son diferentes a las de los modelos dominantes; por lo general, han expresado opciones de cambio, articulándose con proyectos de transformación de las estructuras injustas que han generado la pobreza, la exclusión y la marginalidad en América Latina. Lo popular no solo ha significado la democratización de la palabra, sino que fundamentalmente ha significado luchar contra las formas injustas de vida. Es decir, lo popular, más que por su origen y su precariedad, en realidad se ha definido en virtud de los antagonismos sociales a los cuales se adscribe, característica que le ha conferido y le confiere una insondable esencia política.

La complejidad del contexto social latinoamericano; las nuevas configuraciones sociales, económicas, geopolíticas y culturales de dominación; la aceleración de los procesos de globalización y, por tanto, de desterritorialización de los movimientos locales, regionales y

nacionales; la radicalización de la alineación económica hegemónica, así como la superación de los paradigmas para la emancipación de los sectores populares desde los cuales se daban antes los procesos organizativos; entre otros factores, dieron paso en el momento actual a un periodo en que los sujetos sociopolíticos se replegaron en un proceso de reflexión hacia sí mismos, por lo que al iniciar el tercer milenio las prácticas de comunicación popular tienden a centrarse en los medios alternativos, preponderantemente en momentos coyunturales, justo como los que ahora viven la mayoría de los países latinoamericanos.

NOTAS: *Núñez, Carlos: Educación Popular: Una mirada de conjunto. Revista Decisión N° 10 enero abril. México. 2005. Educar para Transformar, Transformar para Educar. IMDEC, A.C. México. Primera edición. 1985. // *Entre los mencionados por Carlos Núñez, encontramos a Simón Bolívar, José Martí, José Carlos Mariátegui, César Augusto Sandino, Lázaro Cárdenas y Ernesto Che Guevara, entre otros. // *También llamada comunicación educativa, comunitaria y alternativa. // *El presupuesto fundamental del enfoque difusionista es que la comunicación (bajo el paradigma dominante: emisormensajemedioreceptor), por sí misma puede generar desarrollo, independientemente de las condiciones socioeconómicas y políticas. Rogers, Everett: Difusión de las innovaciones. New York: Free Press. 1962.//*Incorporó el concepto del EMIREC (emisorreceptor) que coincide con los planteamientos del teórico canadiense Jean Cloutier, que en su teoría del EMEREC (Emetteur- Recepteur) transgrede las convenciones de los esquemas clásicos de comunicación.

La radio comunitaria en Argentina: Aparición de los medios comunitarios: ¿De dónde sale FARCO?

por: CENTRO DE INNOVACIÓN SOCIAL – Universidad de San Andrés

1 Historia

El Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO y/o el Foro), registra dos momentos muy nítidos en su evolución, los que podrían ser descriptos como la prehistoria y la historia. La prehistoria de FARCO se puede ubicar en los años 1987-1988 cuando comenzaron a surgir las radios comunitarias en la Argentina. El contexto político y social en el que surgieron y el marco legal que regía en ese momento, las ubicó como estaciones clandestinas ya que estaban prohibidas por las autoridades. La Ley existente sobre radiodifusoras (Decreto-Ley 22.285 de 1980, que en 2007 aún tenía vigencia) sólo permitía que las licencias fueran solicitadas por empresas privadas o por gobiernos locales o provinciales, excluyendo a las entidades comunitarias. En consecuencia se creó ARCO, Asociación de Radios Comunitarias, como una organización de defensa de los derechos de sus asociados a ejercer la radiodifusión y permitirles trabajar dentro del marco legal, para lo cual era indispensable promover un cambio en la legislación en curso. En ARCO se encontraban agrupadas alrededor de 20 radios, reuniendo en su seno iniciativas sociales junto con emprendimientos locales, vecinales y emisoras alternativas comerciales provenientes en su mayoría de Capital Federal y de Gran Buenos Aires, aunque lentamente se fueron incluyendo radios de otras provincias. Esta entidad tenía un perfil de tipo gremial, de defensa de derechos y de búsqueda de incidencia. Hacia 1989 las radios locales de baja potencia se fueron agrupando en dos asociaciones: por un lado, las comunitarias, gestionadas por OSC en ARCO, y por otro los emprendimientos de carácter comercial en ARLIA (Asociación de Radios Libres de Argentina). Las iniciativas que quedaron en ARCO buscaron que esta organización adoptara una estructura horizontal y participativa, tejiendo una red sostenida por los vínculos entre las personas, los objetivos comunes y la lucha social. Estas características siguen predominando en la entidad actual. Si bien ARCO nunca tuvo una estructura jurídica, fueron surgiendo distintas pautas de organización interna. Por ejemplo, en 1989 se formaron en su interior “las regionales”, agrupaciones de radios que colaboraban en función de su implantación territorial, y se creó ARCONOR, integrada por radios del noroeste del Conurbano Bonaerense. Eran una

docena de emisoras que se reunían por cercanía geográfica y vocación de gestión comunitaria. En ese entonces, como en el año 2007, la convocatoria se realizaba por afinidad, por contactos personales. Los miembros relatan que escuchaban otras radios comunitarias no integrantes de la entidad que salían al aire, o en parlantes y bocinas colgadas en los postes de luz de distintos barrios, y con posterioridad se las contactaba y se las invitaba a participar en el Foro. En la década de 1990 se inició la historia del Foro, cuando se creó la Federación Argentina de Radios Comunitarias (FARCO), que funcionó sin adquirir estructura jurídica hasta el año 2000. En ella se encontraban entidades de perfiles diversos: aquellas en las que su misión fundamental era el trabajo territorial comunitario y la radio era un medio para la tarea social y política, y aquellas otras que tenían la radio y la comunicación como objetivos principales. Pese a estas diferencias decidieron mantenerse unidas, porque reconocían que todas ellas tenían una visión compartida asociada a la necesidad de trabajar por ampliar la participación popular en el ámbito de las comunicaciones como pilar para una democratización genuina de la sociedad. En el año 1999 el gobierno llamó a un proceso de regularización, dentro del marco normativo del Decreto-Ley 22.285 que seguía vigente. Como consecuencia, FARCO impulsó acciones para demostrar la inconstitucionalidad del procedimiento y promovió que algunas radios presentaran su demanda ante la justicia. Complementariamente, se inició una búsqueda de institucionalización del propio Foro. Junto con la personería jurídica de asociación civil y manteniendo las mismas siglas de la denominación original, FARCO cambió el nombre de “federación” por el de “foro”. Para FARCO una federación transmitía la idea de algo muy estructurado, y en realidad querían sostener y afianzar públicamente las características de menor formalidad, participación de los miembros en la toma de decisiones, horizontalidad y democracia en el funcionamiento. La historia de FARCO fue caracterizada por sus miembros como un trabajo intenso por la defensa de la existencia de las radios comunitarias y por la democratización de las comunicaciones. Quizás lo que podría definir el período de los últimos siete años respecto de la etapa anterior, la prehistórica, es que se realizó un fuerte trabajo de incidencia en las políticas públicas referidas a la radiodifusión y al acceso a los medios de comunicación.

Notas: fuente <http://www.gestionsocial.org/archivos/00000535/01farco.pdf>

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y los medios comunitarios

Por Maitén Cañicul y Natalio Aigo

La ley que se conoció como “ley de medios” es fruto de un amplio y profundo debate participativo en todo el país a través de foros sociales y audiencias públicas en donde se hicieron mas de 200 aportes y cambios al proyecto original, pocas leyes en Argentina se debatieron de esa manera.

Desde las radios como FM CHE nos movilizamos, nos reunimos, debatimos, escribimos, pateamos las calles difundiendo la importancia de que exista una ley de comunicaciones de la democracia y que nos contemple como medios comunitarios. Así logramos que en la ley sancionada y promulgada en octubre de 2009 se contemple el 33% del espectro radioeléctrico para los medios sin fines de lucro garantizándose así nuestro derecho a existir y a ejercer la comunicación.

Ese 33% significa que se debe garantizar por ley un espacio para todas las radios que no persigan como fin ganar plata, radios comunitarias y eclesiásticas. Otro gran logro fue destinar el 33% a medios públicos estatales, ya que universidades y escuelas estaban habilitadas a generar y producir medios propios democratizando la comunicación en espacios de educación.

El otro y último 33% es para los medios de comunicación que persiguen fines de lucro o como comúnmente se conocen, medios comerciales.

Otro logro digno de resaltar es la adjudicación directa de frecuencias de radios a los pueblos indígenas, las cuales no son concursables, afianzando de esa manera las producciones propias, por regiones, respetando la diversidad de voces, tonalidades y realidades. Para esto se había conformado la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, que como su palabra lo dice era federal, compuesta por diferentes actores y representantes de organizaciones sociales y pueblos originarios, tenía como dirección al Concejo Federal de Comunicación Audiovisual que lo componían: 1

representante de cada una de las provincias y del gobierno de la ciudad Autónoma de Buenos Aires– 3 representantes de sectores privados– 3 representantes de las entidades sin fines de lucro – 1 representante de emisoras de universidades- 1 de universidades con carrera de comunicación– 1 representante de los medios Público – 1 de sociedades gestoras de derechos- 3 representantes de entidades sindicales de los trabajadores de los medios de comunicación– 1 representante de pueblos originarios. Sus mandatos eran de 2 años en su función.

Tenemos ley, nos falta espacio

Como decíamos anteriormente, la ley fue sancionada en el año 2009, pero por diversos conflictos y principalmente por una acción legal presentada por el grupo Clarín en contra de la ley, desde el estado no se puso en marcha el texto de la misma. Esto represento un grave error, no solo desde lo político sino que también desde lo comunicacional, ya que la acción interpuesta por el multimedio solo contemplaba algunos puntos de la ley, pero otros no. El no poner en marcha la ley tuvo como resultado inmediato que muchos medios comunitarios y estatales no pudieran tener frecuencia dentro del espectro radioeléctrico, sumado a esto que los fondos que destinaba la ley para el armado de nuevas radios y la financiación, a través de proyectos, para las radios sin fines de lucro no se pudiera concretar hasta el año 2013, recién ahí comienza el estado a darle auge a la nueva ley de servicios de comunicación audio visuales, se abren numerosas radios y se financian muchos proyectos para radios sin fines de lucro. Otro problema, que en nuestro territorio no nos aqueja, pero existe es la capacidad del espectro radioeléctrico para albergar a todas las radios existentes, es decir, no alcanza el dial para que todos tengamos un espacio, por lo cual y para no ir en contra del espíritu de la ley, teniendo que cerrar medios, se marcaron “zonas de conflictos” en las cuales aun hoy no se tiene claridad de cual va a ser la solución para democratizar el dial.

Actualidad de los medios comunitarios: Enacom-audiencias públicas y ¿Nueva ley?

Desde la asunción del nuevo presidente de la Argentina una serie de Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) nos “reglamentaron” nuevamente la vida a los argentinos, entre esos decretos existe uno que atenta directamente a la ley de medios, principalmente deja sin efecto a la autoridad de aplicación de la ley (AFSCA y AFTIC), le genera una “cortina” legal y protege a los medios televisivos, permitiéndoles emitir sin ningún tipo de control por parte del estado y crea un nuevo ente el cual toma el nombre de Enacom, (ente nacional de comunicaciones) el cual está conformado por funcionarios afines y elegidos por el gobierno nacional y también dentro de éste, se conformó una nueva comisión, de 4 personas, para la escritura de un nuevo texto de ley.

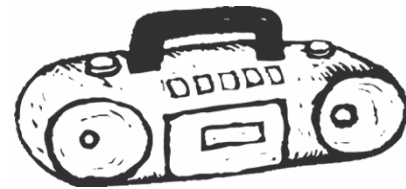
EL MEDIO

La radio como medio: Características y funciones

La radio es uno de los medios masivos que cumple una función “Enculturizadora” es decir : Conseguir a través de la mediación comunicativa un consenso en los modelos de representación del mundo que elaboran las audiencias o los miembros de determinado grupo social.

Los mensajes pueden pretenderse alguna de estas 4 cosas:

- 1) Transmitir el mensaje simplemente
- 2) transmitir para convencer o modificar la actitud del receptor
- 3) transmitir para enriquecer la experiencia personal
- 4) transmitir para entretener



Características de la radio:

- Es unisensorial:

- Es unidireccional:
- Es económica:
- Es de largo alcance:
- Es inmediato:
- Es para un público amplio y diverso:
- TODO Lo que digamos al aire es público:

Nota: complete con su propia explicación

Muchos autores afirman que la Radio como medio tiene 3 funciones y otros suman una 4

Educar- Informar- Entretener, recrear- Movilizar, dinamizar.



¿Como construimos entonces el mensaje en la radio?

Con lo que se conoce como: LENGUAJE RADIOFONICO

El lenguaje radiofónico es la conjugación de elementos para transmitir nuestro mensaje. Los elementos presentes en el lenguaje de la radio son:

- Palabra
- Sonidos- efectos sonoros
- Silencio
- Música



Estos son los elementos que en la radio nos permiten construir un mensaje que debe ser siempre: Sintético, claro, concreto y sencillo. Es importante que nunca olvidemos que la radio nos ayuda a crear imágenes a través de la audición es por eso que es importante la presencia de los 4 elementos.

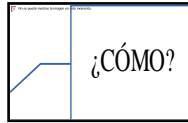
Nuestros mensajes en la radio ¿QUÉ? ¿CÓMO? ¿PARAQUÉ?



GENEROS

Son las formas para organizar los contenidos

- ⇒ INFORMATIVO
- ⇒ INTERPRETATIVO
- ⇒ DE ENTRETENIMIENTO
- ⇒ MIXTO
- ⇒ CULTURAL
- ⇒ MUSICAL
- ⇒ DRAMATICO



FORMATOS

Son las formas en las que organizamos el conjunto de contenidos de Géneros y programas en una edición diaria.

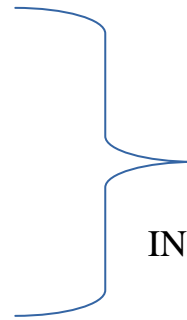
⇒ FLASH

⇒ OPINION

⇒ BOLETIN

⇒ ENTREVISTA

⇒ PANORAMA DE NOTICIAS



INFORMATIVO

género

⇒ MUSICA EN VIVO

⇒ PERSONAJES

⇒ COLUMNA

⇒ RADIO TEATRO

⇒ RADIO NOVELA

⇒ MICRO

⇒ CUENTOS



DRAMATICO, DE
ENTRETENIMIENTO

MUSICAL

⇒ POESIA

⇒ FABULAS

⇒ LEYENDAS

⇒ MONOLOGOS

¿CÓMO LABURAMOS LOS GENEROS Y FORMATOS?

¡Con PRODUCCIÓN!

La producción es el proceso previo al armado de un formato radiofónico, esta compuesto por un proceso de investigación, de interrogantes y de creatividad. En la producción mi tarea es preguntarme que quiero decir, como lo voy a decir y para que. Ahí se pone en juego la creatividad a la hora de usar los elementos del LENGUAJE RADIOFONICO



TIPS PARA PRODUCIR

- Identificar el formato que quiero trabajar
- Identificar TEMA o Temas a trabajar
- Investigar sobre el tema
- Armar un guion o guía de trabajo
- Pensar en que otras voces me pueden ayudar a contar.
- Preguntarme: Que color, que sabor, que textura y que

olor tiene lo que quiero contar ¿? - Esto nos ayudara a pensar imagenes radiofonicas.

- Manos a la obra!!!

GUION RADIOFONICO

El Guión Radiofónico es la herramienta que permite planificar un programa radiofónico y muy especialmente para tener registro de todo el material sonoro que será necesario para la realización del programa.

Entonces, en el guión radial se detallan y destacan todos aquellos pasos y detalles que concernirán al programa en cuestión y en función del tipo de programa del cual se trata el mismo necesitará de una mayor o menor exhaustividad, es decir, si lo que prima en el formato es la improvisación, seguramente, el guión será más un esquema general y no contendrá tantos datos.

Por otro lado, el guión radiofónico es el elemento fundamental para que los locutores y los técnicos de sonido entiendan y sepan qué sigue y configura un espacio en el programa.

Definición ABC <http://www.definicionabc.com/comunicacion/guion-radiofonico.php>

UN EJEMPLO

ROL	AIRE	TIEMPO
OPERADOR	APERTURA DE PROGRAMA	30 seg.
Locutor/a	Saludo y bienvenida, repaso por los principales temas del día	5 min
OPERADOR	SPOT	20 SEG.
Locutor	Tratamiento de primer tema	4 min

Para saber más sobre guión puedes consultar: <http://es.slideshare.net/valeriabvera1/el-guin-de-radio-28911284>

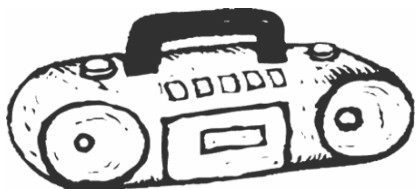
IMPORTANTE: Es importante que entendamos que el guión no es un capricho es una herramienta necesaria que nos sirve de guía y nos puede ayudar ante imprevistos, nunca esta demás tener producción o guión para, por ejemplo, cuando hay entrevistas que no salen, cuando no tengo internet, u otros imprevistos.

¡ INFORMAR EN LA RADIO !



El formato informativo... algunas cosas sobre informar

LA NOTICIA: Por lo general responde a las cinco clásicas preguntas ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Porqué?. En las radios comunitarias agregamos una sexta muy importante y es el ¿Para qué?.

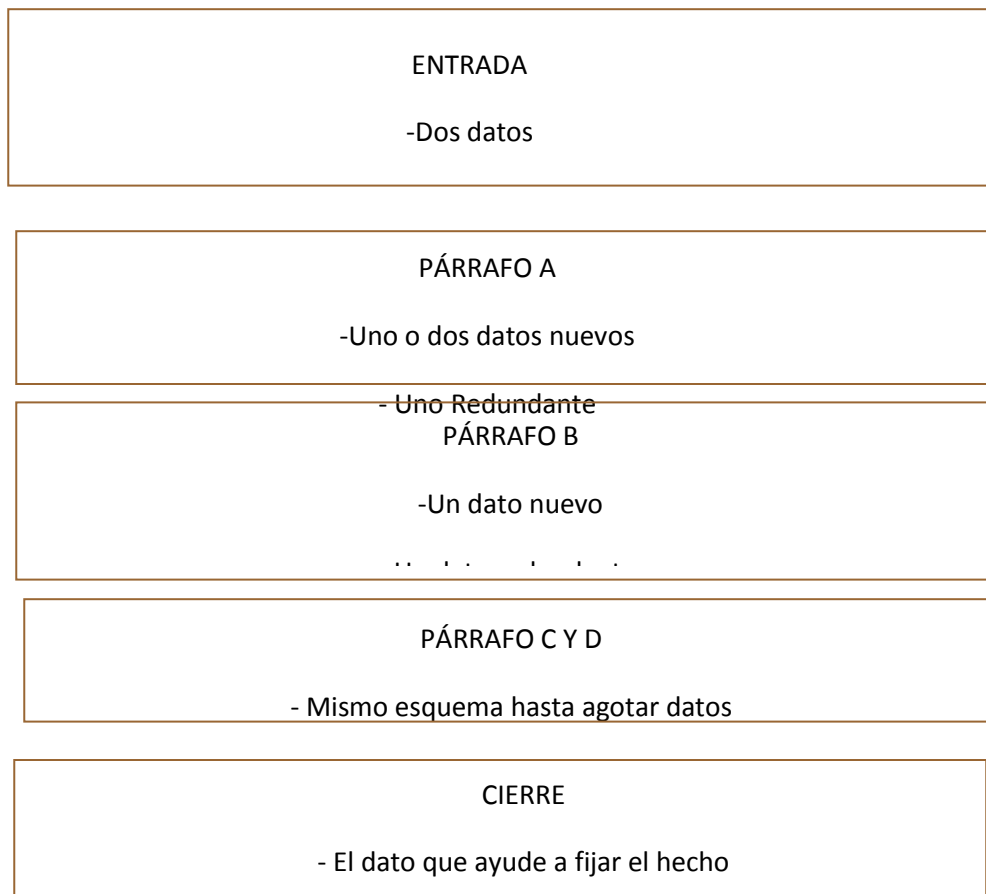


Pero en la Radio DEBEMOS ADAPTAR LAS NOTICIAS. Porque por las características del medio radiofónico la

noticia tienen que ser más cortas si queremos que se escuche, pero es necesario que tenga la información necesaria, no se trata de precarizarla sino de adaptarla al lenguaje que nosotros utilizamos

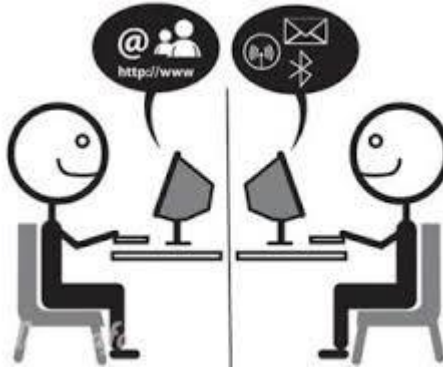
¿CÓMO? A continuación te compartimos un ejemplo que puedes completar

para readaptar nuestras noticias para radio.



¿Qué más? Es importante además saber que a la hora de informar es

muy importante el soporte de audio, escuchar a los protagonistas de nuestras noticias es lo mejor que podemos poner al aire, genera familiaridad, cercanía y construye la realidad.



EL programa de radio

Son las estructuras intermedias constituidas por uno o más géneros pueden ser informativos, mixtos, de entretenimiento, temáticos, culturales.

QUE TENEMOS QUE TENER EN CUENTA PARA HACER UN PROGRAMA:

- Identificar el “para qué” quiero hacer un programa
- A quienes quiero dirigir mi programa.
- Sobre “que” voy a hacer el programa
- Cómo voy a contar el contenido del programa
- Producir los contenidos
- Pensar en los formatos que voy a incluir en el programa.

COmUNiCAción

Hasta acá algunos aportes para que puedas poner el aire una propuesta radiofónica, ahora manos a la obra.

Mis Observaciones:

CAPACITACIÓN RADIO COMUNITARIA CHE

EL SONIDO:

¿Qué es el sonido?



El sonido es algo innegable, está presente en todos lados, difícilmente podamos cerrar nuestros oídos, es imposible darle la espalda a aquello que suena.

Hacer radio es diseñar, construir, manipular, y recrear sonidos. Mediante el conocimiento de la operación técnica sabremos dominar todos los equipos que existen en una radio con el fin de usarlos para lograr una óptima comunicación. La edición nos permite jerarquizar, destacar, fundir y mezclar casi ilimitadamente los sonidos.

Nuestro lenguaje está basado en lo que podamos narrar con la música, la voz, los efectos de sonido y el silencio. Tanto la operación como la edición son una parte central del manejo del sonido, por ende de la radio.

>> Definición del sonido

El sonido son ondas que se propagan por el aire.

La voz, cualquier instrumento musical o ruido generan este movimiento.

Hay un cuerpo que vibra y produce oscilaciones de la presión del aire, se rompe el equilibrio, las partículas se mueven, así las ondas sonoras llegan al oído humano y son percibidas por el cerebro, o sea, hay algo que se escucha.

En el hacer radiofónico no hay nada más importante que saber escuchar.

Oír antes de sonar. Tener la habilidad de discriminar los diversos elementos sonoros que escuchamos y a su vez comprender qué efectos genera los sonidos en la comunicación humana.

>> *Las propiedades del sonido*

El sonido posee cuatro cualidades básicas:

La **Altura**, que está determinada por la frecuencia fundamental de las ondas sonoras, la cual me indica si ese sonido es grave, agudo o medio. La altura de un sonido es medida en ciclos por segundo o hercios (Hz). El oído humano es capaz de percibir aquellos sonidos comprendidos entre el rango de audición de 20 y 20.000 Hz.

Cuando es baja la frecuencia, o sea se produjo una vibración lenta trae como consecuencia un sonido grave. A su vez si lo que vibró lo hizo de manera rápida generando una alta frecuencia generará entonces un sonido agudo.

La **duración** es el tiempo en que se sostiene un sonido.

La **intensidad** como cualidad corresponde a nuestra percepción de un sonido, lo fuerte o suave que es lo que oímos. La cantidad de energía acústica determina la potencia o el volumen de un sonido. Como medida de medición para la intensidad del sonido utilizamos el decibel (dB). La lejanía o proximidad de una fuente sonora determina el plano sonoro.

El **tono o timbre** es la personalidad o particularidad de un sonido, lo específico, lo distinto. Es lo original que nos permite distinguir entre dos sonidos de la misma intensidad y altura.

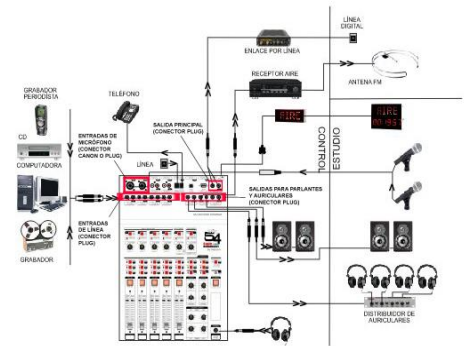
>> El Espectro Radioeléctrico

El espectro radioeléctrico se trata del medio por el cual se transmiten las frecuencias de ondas de radio electromagnética que permiten las telecomunicaciones (radio, televisión, Internet, telefonía móvil, televisión digital terrestre, etc.), y es administrado y regulada por el Estado.

Las ondas electromagnéticas son intangibles e inmateriales, o sea que no ocupan un lugar determinado. Están, existen, pero no se tocan ni se ven. Ahora sino se ordena el tráfico de ondas electromagnéticas es posible que se generen interferencias que afecten la calidad de las emisiones. Bandas de frecuencias se llama a las franjas o secciones en que está dividido el espectro radioeléctrico. Cada emisor tiene adjudicado una frecuencia para su uso.

El Espectro Radioeléctrico es un recurso natural de dominio público y de carácter limitado sobre el cual el Estado ejerce su soberanía. Esto está especificado en el Capítulo II, Artículo 7 de la Ley de Srvicios de Comunicación Audiovisual Número 26.522

TÉCNICA, parte I: DE LA VOZ A LA ANTENA



I) LA VOZ ES EL CUERPO.

En la radio, la voz es la evidencia sonora más rigurosamente humana. A través de la voz el sonido de la radio tiene forma humana, cuerpo. De hecho, en la radio, la voz es el cuerpo. O el canal que expresa a un cuerpo (que habla, respira, se mueve, se emociona, se inquieta...) Sin embargo esto no siempre sucede y las voces pueden educarse para ocultar la humanidad del cuerpo, y ser eso, voces sin cuerpo, sin volumen, sin imagen. Pueden educarse con los viejos cánones de la locución desde los cuales cuanto más “neutra”, insípida, impersonal, impostada, sea la voz del que habla, mejor.

De este modo, la técnica vocal se puede aprender y aprehender desde lo exterior, superficial, indistinto. Pero la voz, en esencia, es como una casa que alberga de nosotros lo más íntimo. Es una construcción de materiales combinables: percepciones, razones, sentimientos, imaginación y experiencia. Y el ejercicio de la sensibilidad aportará lo propio, lo singular, lo diferente.

La pregunta que cabe hacerse al margen es: ¿hay lugar para voces diferentes en la radio hoy? Sin detenernos en un debate, por cierto amplio, sobre pluralidad de voces en la radio, la pregunta nos sirve para indagar sobre qué escuchamos cuando escuchamos una voz, o mejor, qué vemos, sentimos, tocamos, olemos, cuando escuchamos una voz. Es decir, qué imágenes sensoriales aparecen.

Si de contar historias se trata, (o de trasladarnos a los mundos que las historias proponen), la pregunta sobre qué sucede con nuestros sentidos al escuchar una voz adquiere particular atención, ya que será muy difícil como oyentes trasladarnos a esos mundos, cuando la voz que nos intenta conducir no está allí (aunque sólo sea con su imaginación) si no, por el contrario, está atenta a cómo

suenan su voz, a la distancia entre su boca y el micrófono o a la hoja de papel que lee.

Por lo tanto, quien use su voz para generar imágenes en los oyentes, deberá primero generarlas para sí mismo, habitarlas, para que su voz nos allane el camino hasta allí.

Y en el decir, la voz irá construyendo ambientes más o menos habitables. Los sentidos darán señales, las preguntas orientarán el camino, la comprensión utilizará distintas perspectivas, elegirá las formas y las texturas, colores (ritmos de tonalidades) y climas sonoros.

“La dureza y la rigidez son cualidades de la muerte. La flexibilidad y la blandura son cualidades de la vida”.

Lao Tse.

II) Los micrófonos:

1) Principales diseños de micrófonos

Existen seis diseños comunes de micrófonos:

- De mano - tipo de micrófono que usa en la mano el talento o en entrevistas en locación
- Lavalier - Solía colgar de un cordel alrededor del cuello. Una variación más actualizada es el micrófono personal (de corbata o solapa) o de clip
- Cañón (shotgun) - usado en producciones en locación para captar sonidos a distancia de la cámara
- Micrófono piezoeléctrico - llamado PZ o PZM, este tipo de micrófonos ofrecen una óptima captación de sonidos transmitidos a través de superficies duras, como por ejemplo una mesa

- Micrófonos de contacto - captan el sonido en contacto directo con la fuente sonora. Este tipo de micrófonos se encuentran generalmente montados en instrumentos musicales.
- Micrófonos de estudio - es la categoría mas grande de micrófonos e incluye varios diseños según su aplicación

Estas seis categorías poseen diferentes tipos de transductores o elementos encargados de convertir las ondas sonoras en energía eléctrica.



Micrófonos dinámicos

Los micrófonos dinámicos (también llamados de bobina móvil) son considerados como los micrófonos profesionales mas resistentes. Este tipo de micrófono es una buena elección para la labor periodística (ENG) donde comúnmente se encuentra una variedad de condiciones difíciles.

En un micrófono dinámico las ondas sonoras golpean un diafragma soportado en una bobina de cable fino. La bobina se encuentra suspendida en un campo magnético permanente.

Cuando las ondas sonoras golpean el diafragma este hace vibrar la bobina en el campo magnético. El resultado es una pequeña corriente eléctrica generada por la fricción, esta corriente tendrá que ser después amplificada miles de veces.

Una de sus mayores ventajas es que no requieren de una fuente externa de energía para operar y son particularmente resistentes al abuso físico. Sin embargo su fidelidad no siempre es la mejor. Cuando se requiere de menor tamaño, excelente sensibilidad y la mejor calidad de respuesta, otro tipo de micrófono es preferido: el micrófono de condensador.

Micrófonos de condensador / capacitor

Los micrófonos de condensador (también llamados capacitores o micrófonos de



condensador eléctrico) poseen una incomparable calidad de respuesta. Además pueden ser tan pequeños que son fáciles de esconder. Sin embargo, la mayoría de los micrófonos de condensador no son tan resistentes como los dinámicos y el trabajo en condiciones climáticas adversas puede resultar un problema.

Los micrófonos de condensador funcionan bajo el principio de un condensador eléctrico o capacitor. Un diafragma de metal ultra delgado es fuertemente estirado sobre una pieza plana de metal o cerámica. En la mayoría de los micrófonos de condensador una fuente de poder provee una carga eléctrica entre ambos elementos.

Las ondas sonoras que golpean el diafragma causan fluctuaciones en la carga eléctrica que deben ser posteriormente amplificadas en el preamplificador (pre-amp). Dicho preamplificador puede estar integrado al cuerpo del micrófono o estar ubicado en un dispositivo separado.

Debido a que estos micrófonos requieren de un preamplificador ello implica que, a diferencia de sus contrapartes dinámicas, la mayoría de los micrófonos de condensador requieren de una fuente de poder, ya sea de corriente o baterías.

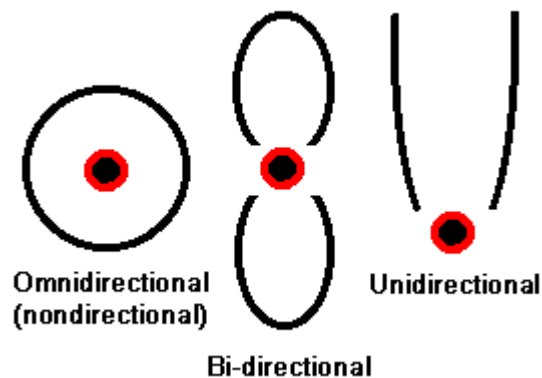
Para proveer de corriente AC a un micrófono de condensador usualmente la fuente está integrada en la mezcladora de audio. A esto se le conoce como fuente fantasma (phantom power). Cuando se utiliza este tipo de alimentación el cable del micrófono sirve a dos propósitos: entrega la señal captada por el micrófono a la consola y lleva la energía de la consola al preamplificador del micrófono.

El uso de baterías como alimentación del preamplificador es más conveniente (no se tiene que utilizar un mezclador especial u otro dispositivo de alimentación de corriente), pero también representa un problema: al final de su ciclo de vida las baterías se "mueren" sin previo aviso.

Para evitar esta situación en plena producción, especialmente en vivo, suele colocarse dos micrófonos miniatura de condensador juntos al talento. Si alguno de los micrófonos falla, el otro puede ser inmediatamente activado. Esta técnica del micrófono doble es conocida como cobertura dual (dual redundancy).

Existe otro tipo de micrófonos en uso como el micrófono de cinta (ribbon), que es mucho más sensible, pero aún así los de tipo dinámico y de condensador son los más usados en la producción de televisión.

2) Características direccionales



Existen tres categorías direccionales básicas:

- Omnidireccional
- Bi-direccional
- Unidireccional

Micrófono omnidireccional

Los micrófonos omnidireccionales (también llamados no-direccionales) son igualmente sensibles a los sonidos que provienen de cualquier dirección.

Aunque este atributo posee ventajas en la radio donde varias personas pueden estar alrededor del micrófono, en la producción de video casi siempre es mejor utilizar alguna forma de micrófono direccional.

Ello permite eliminar sonidos no deseados (ruido detrás de cámaras, ambiente en locación, ruido, etc.) mientras captamos el sonido proveniente del talento.

Micrófono bi-direccional

En un patrón sensitivo bi-direccional (patrón polar) el micrófono es receptivo a los sonidos que provienen de dos direcciones.

Aunque son frecuentemente utilizados en entrevistas radiofónicas (para personas sentadas una frente a otra en una mesa) y con la ventaja del estéreo, el micrófono bi-direccional (también llamado figura ocho) tiene un uso muy limitado en televisión. Hablaremos de estéreo y la necesidad de este tipo de patrón direccional en un módulo posterior.

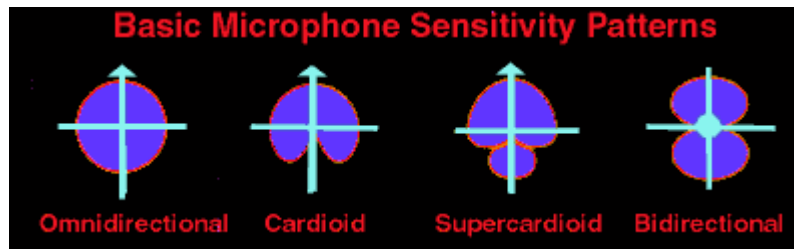
Micrófono unidireccional

El término unidireccional se refiere simplemente a la clasificación general de micrófonos que son sensibles a los sonidos que provienen primordialmente de una sola dirección.

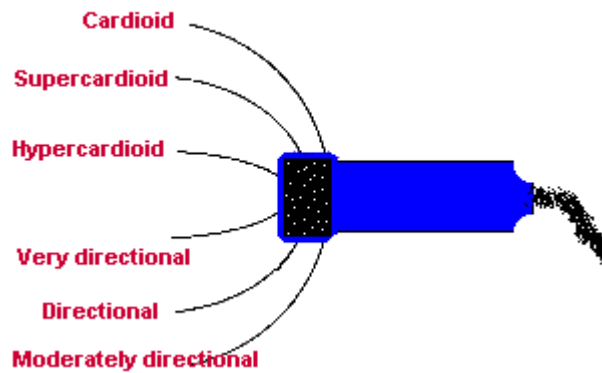
Existen cuatro subdivisiones en esta categoría:

- **Cardioide.**
- **Supercardioide.**
- **Hypercardioide.**
- **Parabólico.**
-

Estos términos se refieren simplemente a que tan estrecho es el patrón de captación (ángulo de audición).



Cardioide



El cardioide es denominado así por su patrón de sensibilidad que se asemeja un poco a la forma de un corazón.

Los cardioides son sensibles a los estímulos sonoros en un rango amplio al frente del micrófono, pero relativamente insensibles a los sonidos detrás del mismo.

Aunque este patrón puede ser muy útil para sonorizar un coro en un estudio, la amplitud de la zona de sensibilidad del cardioide es sigue siendo demasiada para muchas las

aplicaciones en TV. por ejemplo, cuando se encuentra colocado a 2 o más metros del locutor puede registrar sonidos incidentales no deseados, incluyendo la reverberación de las paredes. Sin embargo este tipo de micrófonos son útiles en micrófonos de mano y cuando los micrófonos pueden estar cerca del talento (cantantes, presentadores, etc.)

Supercardioide

El supercardioide es mas direccional que el patrón sensitivo del cardioide. Cuando este tipo de micrófono es apuntado hacia una fuente sonora la interferencia de los sonidos fuera del foco de percepción es eliminada.

Este patrón polar es muy similar al de nuestros oídos, cuando giramos la cabeza hacia un sonido tratamos de escuchar ignorando la interferencia de otros sonidos que consideramos sin importancia.

Los micrófonos de cañón son un tipo de supercardioide ampliamente usado en las producciones en locación (sobre todo en deportes) . Debido a su gran direccionalidad proveen una buena captación usados a una distancia entre 2 y 5 metros del talento.

Hipercardioide y Ultradireccional

Los micrófonos conocidos como hipercardioide y ultradireccional poseen un patrón de respuesta aún mas direccional.

Aunque su estrecho ángulo de respuesta significa que los sonidos fuera del rango serán eficientemente eliminados, esto también significa que deben ser precisamente apuntados a la fuente sonora.

Frecuentemente se tienen que realizar ajustes si el talento se mueve. Algunos micrófonos de escopeta de alta direccionalidad se encuentran incluidos en esta categoría.

Micrófonos de Mano

Normalmente los micrófonos de mano son dinámicos ya que estos controlan mejor las saturaciones de algunos cantantes.

Debido a que estos micrófonos son utilizados a muy cortas distancias, algunas consideraciones especiales deben ser mencionadas. Primero, es aconsejable que el micrófono esté inclinado unos 30 grados (como se muestra aquí) y no completamente perpendicular a la boca.

Hablar o cantar directamente al micrófono frecuentemente crea un seseo indeseable (una exageración o distorsión del sonido "S"); popeo de sonidos explosivos (palabras que inician en "p, s, t y b) y el indeseable efecto de proximidad (la exageración de las frecuencias bajas).



La mayoría de los micrófonos de mano están diseñados para usarse a una distancia de 8 a 16 pulgadas, pero esta distancia puede tener que ser reducida en situaciones ruidosas. Muchos micrófonos de mano tienen integrado un filtro de poppeo diseñado para reducir el impacto de consonantes explosivas.

Cuando un micrófono es usado muy de cerca es recomendable colocar un escudo de viento sobre el micrófono para reducir más el efecto de sonidos explosivos.

Estas protecciones ayudan en el trabajo en locación a solucionar un problema común: el efecto del viento sobre la membrana del micrófono. Incluso una suave brisa puede crear una turbulencia que estorbe al sonido de una voz.

Micrófonos

inalámbricos

Los micrófonos inalámbricos pueden resolver muchos problemas de audio durante una producción, especialmente cuando el talento debe estar libre de cables que entorpezcan el movimiento.

En un micrófono inalámbrico un micrófono de condensador se conecta a un radio transmisor miniatura de frecuencia modulada. Debido a que la señal de audio es convertida en una señal de radio frecuencia estos micrófonos también son conocidos como RF mics.



Existen dos tipos de micrófonos inalámbricos: el integrado (todo en una pieza) o el de dos piezas.

En el integrado de mano se encuentran el micrófono, el transmisor, la batería y la antena contruídos en un mismo cuerpo como el que se muestra a la izquierda.

Cuando se desea utilizar un micrófono pequeño de clip, un sistema de dos piezas es la mejor opción. En este caso el micrófono se conecta a una unidad separada de tansmisión que puede estar sujeta en un cinturón, colocada en un bolsillo, o incluso ocultada bajo la ropa.

Muchos de los problemas de interferencia, señal débil y otros que presentaban los primeros micrófonos inalámbricos han sido resueltos y eliminados. Actualmente los micrófonos RF son ampliamente usados en estudio y locación. Incluso las cámaras-grabadoras poseen un receptor integrado para usar micrófonos inalámbricos eliminando el fastidioso cable que normalmente conecta al reportero con la cámara.

Efecto de Proximidad

¿Porque será que aún con los ojos cerrados podemos fácilmente percibir si la persona que nos está hablando se encuentra a dos o quince piés de nosotros?

Primero podemos suponer que la voz de una persona a dos piés de distancia se escucharía mas fuerte que la de alguien a 15 piés. Esto es parte de la respuesta, pero

existen otras razones. Podríamos pensar que la voz de una persona de cerca suena diferente a una persona a distancia.

Esta diferencia se acentúa significativamente cuando tratamos de editar escenas diferentes. Para montar el audio en escenas que tienen notables diferencias de audio debemos entender como cambia el sonido con la distancia.

El sonido al viajar por la distancia pierde frecuencias bajas (graves) y en el extremo del recorrido frecuencias altas (agudo). Es por esto que los micrófonos usados a distancias cercanas normalmente sufren lo que llamamos efecto de proximidad -- o sea respuesta exagerada a frecuencias bajas. Algunos micrófonos poseen filtros que reducen las frecuencias graves no naturales provocadas por las distancias cercanas.

Cuando son usados micrófonos direccionales a diferentes distancias la perspectiva sonora o presencia de audio (balance de frecuencias sonoras y otras características acústicas) cambia en correspondencia con cada distancia diferente.

Es posible tratar de corregir este defecto durante la fase de post-producción donde varios sistemas para mejorar el audio son utilizados como ecualizadores gráficos (discutidos antes) para tratar de empatar el audio de escenas sucesivas.

De cualquier forma es preferible evitar el efecto de proximidad desde la fuente original.

Además diferentes micrófonos y diferentes locaciones poseen características diferentes de audio lo cual complica el proceso de edición.

3) Colocando los Cables de los Micrófonos

Colocar los cables de los micrófonos junto con los cables de corriente ocasionalmente crea vicios e interferencias. La solución es simplemente apartar los cables.

Las luces fluorescentes también inducen un zumbido en el audio. Las computadoras y ciertos equipos médicos cercanos al equipo, pueden interferir en la calidad del audio y provocar ruidos indeseables.

III) Conexiones



Para asegurar la fidelidad de los micrófonos y equipos de audio en general los conectores deben mantenerse limpios, secos y en buen estado, sin dobleces o partes sueltas.

Los principales conectores utilizados en instalaciones radiofónicas son:

XLR (se los conoce popularmente como Canon): generalmente, para conectar micrófonos. Cuentan con una alta protección contra ruidos parásitos. Estos conectores son siempre mono.



XLR

TS y TRS (también conocidos como Plug o 1/4"): son utilizados generalmente, en las entradas y salidas de las consolas. También es común verlo en instrumentos musicales eléctricos. Hay de este tipo de conectores tanto estéreos como mono, la manera de identificarlos es por la cantidad de marcas que tienen (dos marcas estéreo, una marca mono).



TS



TRS

Miniplug: podemos hallar este conector en las entradas y salidas de la tarjeta o placa de audio de la computadora, en los grabadores de periodistas y los auriculares. Hay fichas miniplug mono o estéreo (se diferencian por las rayas, al igual que el conector plug).



MINIPLUG MONO

RCA: comúnmente se usan en la salida de los reproductores de CD y en caseteras. Se utilizan de a pares para logra señales estéreo



RCA

Hay una manera sencilla para conectar correctamente los equipos, recordando que todo lo que parte de una línea de entrada termina en una línea de salida y viceversa, si sale de una salida debemos concluir en una entrada.

Al momento de enchufar equipos a la red de energía eléctrica siempre recordar que los equipos preparados para 110 Volts nunca conectarlos a 220 Volts (de lo contrario se quemaría ya que le estaríamos enviando mayor tensión eléctrica de la que soporta). Si un equipo de 220V es conectado a 110V, no va a recibir la corriente necesaria para funcionar correctamente.

Cuando se usan en locación los conectores de audio deben mantenerse secos, sin embargo los cables de los micrófonos pueden encontrarse sobre pasto mojado o incluso cruzar por agua (nada recomendable) sin efectos dañinos (asumiendo que la cobertura plástica no esté dañada).

Si usted debe trabajar en lluvia o nieve la humedad puede evitarse envolviendo los conectores en bolsas plásticas bien selladas.

Debe enfatizarse que esto solo se aplica a cables de micrófonos. Si un cable de poder (corriente AC) es usado para la cámara, luces o aparatos de grabación, los cables y las conexiones deben mantenerse secos.

IV) la consola de sonido:



la función de la consola de sonido es mezclar todas las fuentes sonoras que nosotros tengamos y poder sacarlas al aire todas juntas. Para eso, la consola tiene entradas y salidas. Además, la consola está compuesta por algo llamado **CANALES**. En las imágenes, los canales son las diferentes "columnas" que incluyen entradas, perillas, botones y el fader o potenciómetro. Cuando hablamos, por ejemplo, de una consola de 12 canales, significa, en principio, que tenemos 12 entradas diferentes de fuentes sonoras. Cada consola se compone por canales, y por Másters. En **los canales**, lo que yo hago es tomar la fuente sonora, y manipularla como más me convenza. **Los másters** son los encargados de tomar el "producto final" de esa manipulación (o configuración) y sacarla de la consola. (A un amplificador, y luego al procesador o transmisor).

1)

CANALES:

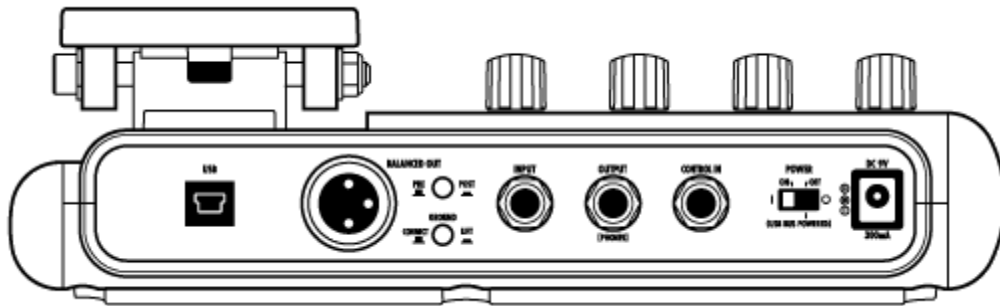
Ahora voy a explicar la función de cada componente del canal.



Si vemos las imágenes, primero notaremos que al comienzo de cada canal, están las entradas. Éstas, varían según lo que vayamos a conectar. No es lo mismo la entrada de

un micrófono, que la entrada de una compactera, por ejemplo. Por eso podemos encontrar, arriba, o detrás de la consola, una serie de entradas de diferentes tipos y tamaños.

Por la entrada, le estamos enviando señales eléctricas a la consola.



Lo que sigue a las entradas, es la perilla de **GANANCIA**. En muchas consolas leerán que dice GAIN. ¿Para qué sirve esto? La ganancia es para aumentar o reducir los impulsos eléctricos que mandamos a la consola. Puede ser que el aparato que conectemos, como una compactera, no envíe suficiente potencia. Entonces, por medio de la ganancia, le aumentamos la energía. (Al lado de la ganancia, suele haber una lucecita, que si se pone roja, nos indica que le enviamos demasiada energía, y el sonido está SATURANDO).

Luego de la ganancia, tenemos el **ECUALIZADOR (EQ)**. Éste se compone por al menos 3 perillas, aunque suelen haber 4 o más según el tipo de consola. La primera maneja los agudos, la o las del medio maneja(n) los tonos medios, y la última (abajo) maneja los graves. Con esto ecualizamos el sonido como nosotros querramos. * De todos modos, para evitar los caprichos de cada operador, en las radios existe junto al procesador un ecualizador mayor, que corrige los errores o excesos que cometan los operadores al ecualizar en la consola. Para evitar que la radio se escuche mal. En la consola podemos encontrar las siguientes abreviaturas o palabritas: Agudos (HIGH), Medios (MID) y Bajos (LOW).

Siguiendo con la descripción, siguen las perillas de **EFFECTOS (FX)**, que sirven para aplicar efectos al sonido que sale por el canal en el cual estamos actuando. Por ejemplo: Estamos en el canal del micrófono del operador. Por medio de la perilla de FX podemos producir un ECO o una REVERBERANCIA a la voz del locutor. Para eso necesitamos que

la consola se conecte a una caja de efectos. (Hay consolas que vienen con efectos incorporados, aunque no suelen ser muy buenos).

Más abajo en la consola, encontramos las perillas de **AUXILIARES (AUX)** y sirven para cuando se conecta a la consola algo externo. Un ejemplo más que claro de esto, es si queremos grabar un programa de radio. Si conecto la consola a una pc para grabar el programa de radio, con los auxiliares, puede cambiar algunas cosas que me gustaría que no se graben. Por ejemplo puedo grabar las voces y quitar las cortinas. (Utilizo la perilla aux del canal por donde estoy sacando la cortina, y la bajo a cero, pero SIN bajarla en el programa de radio. Osea, la cortina se escucha, la oye la gente, pero en la grabación no va a salir).

Por último, en cuanto a perillas, está la de **PANEO** o BALANCE (PAN), y sirve para elegir por donde quiero que se escuche el sonido. Izquierda o derecha. Todos sabemos que estéreo significa escuchar el sonido desde dos perspectivas. Entonces, podemos llevarlo a la izquierda o a la derecha, pero lo conveniente es dejarlo en el medio.

Después encontramos unos botones muy importantes, al momento de hacer radio. **EI ON y el PRE.**

ON, como ya deben estar imaginando, es el botón que le da salida al aire al sonido que tenemos en ese canal. Se prende una lucecita, y de ese modo sabrás que estás sacando eso al aire. Pero te puede tocar una consola vieja, o que no tenga luz, y en ese caso tenés que fijarte la diferencia entre un botón apretado y uno suelto. Además la consola podría y tendría que estar conectada a la luz de aire del estudio.

PRE, es para "chequear por previa". Quienes trabajan de DJ o conocen consolas, suelen llamarle a este botón CUE. Presionando este botón, podemos escuchar sin que salga al aire, pero POR LAS DUDAS, bajar el pote. Un ejemplo: Estoy preparando un tema o una cortina, pero quiero que suene desde el estribillo, antes de sacarlo al aire, lo escucho por PRE y se si está bien en puerta para salir.

Finalmente llegamos a lo mágico en la consola, al lugar por donde nosotros decidimos si algo sale o no al aire. Puede estar el botón ON pulsado, pero sin esto, no tendrá sentido. Estoy hablando del FADER o POTE.

En el lugar del POTE, suele haber líneas y números que indican la intensidad sonora (La cual se mide en decibeles db). Algo para tener en cuenta es que 0db NO SIGNIFICA AUSENCIA DE SONIDO. Significa que estamos en el sonido óptimo para ser captado por nuestro oído (Por el oído humano promedio).

En el canal del MICRÓFONO, el pote prácticamente NO SE MUEVE. Se deja en un cierto nivel, entre 0db, o quizás un poco más arriba. Ese canal, simplemente se utiliza pulsando ON. Entonces sacás o no al aire al locutor.

En los canales en donde tengas música (PC, Compactera,etc), si vas a tener que mover el fader. Porque para escuchar un tema, el pote debe estar alto, pero al momento de la entrada al aire del locutor, tendrás que bajar la música (el pote) y a lo sumo dejarla de cortina. Esto quiere decir, bajarla a un tercio de su volumen.

Luego es parte de la práctica de cada uno. Siguiendo los consejos dados con anterioridad, y practicando, se puede uno adaptar al movimiento de las manos y al manejo de la consola.

MÁSTER

Es el otro componente importante de la consola. Por medio de este, se lo que está saliendo al aire, y cómo lo está haciendo. La consola puede incluir sub-másters. En el máster encontramos controles para manejar izquierda y derecha, las barras de medición de sonido, y salidas de auriculares, entre otros detalles. Desde el máster se realiza la conexión, por la cual la consola enviará al amplificador, todo lo que estamos mezclando para sacarlo al aire.

**** Las consolas de radio, no contienen tantas cosas, simplemente potes. Pero, al ser más caras, lo más probable es que en las radios, encuentres más consolas mixer, que broadcast.**

V) Tarjetas de audio

Las computadoras multimedias vienen siempre con una tarjeta de audio. La tarjeta de audio sirve para que se puede escuchar sonido, música etc. Existen muchos tipos de tarjetas de audio con varios precios. Hemos elegido tarjetas de 4 diferentes empresas;

Sound Blaster, Turtle Beach, Digital Audio Labs y Antex. Abajo hay una tabla de comparación más amplia pero vamos a hacer una comparación de las varias tarjetas.

La función de una tarjeta de audio es la conversión del sonido análogo a sonido digital y pueden tener 16 bits y 22 bits. La resolución de una tarjeta de 22 bits es mayor entonces la calidad del sonido es mejor. Hay tarjetas de audio que son muy baratas y hay tarjetas de audio que son caras.

La tarjeta de sonido es un componente crítico en la computadora. Para ser efectivo tiene que ser un "full-duplex". Eso significa que se puede grabar un sonido y reproducir otro archivo de sonido al mismo tiempo. Muchas tarjetas de sonido de multimedia como Soundblaster live, Monster, Turtle Beach y otros compatible de Soundblaster pueden grabar "full-duplex". Otras tarjetas de sonido que están dedicadas a grabar sonido como M Audio/ Midiman Delta Series, Echo line, Gadgetlabs, Mark of the Unicorn y Yamaha son mucha más caras.

Todos las tarjetas mencionadas pueden grabar una buena calidad de audio. Algunas un poco mejor que las otras. Es importante de saber que no todas las tarjetas están construidas iguales cuando hay que grabar digital. El elemento crítico es la conversión de análogo a digital A/D y al revés D/A y como graban y reproducen el audio. Otro elemento crítico cuantos "tracks" una tarjeta de audio puede grabar y reproducir de una vez. También es importante cuanto es la velocidad de muestra (sample rate) de cada tarjeta. Mas velocidad de muestra mejor calidad de sonido. Otro aspecto importante es el nivel de señal/ruido. La tarjeta de sonido tiene que ser lo más quieta posible. Cuando la tarjeta no esta grabando tiene que tener menos ruido posible. Si se tiene un nivel de señal/ruido de más que 70 dB ya el oído humano no puede escucharlo.

Una manera para comparar tarjetas de audio es ver las especificaciones publicadas por la empresa. Pero hay que tener cuidado porque algunas especificaciones son exageradas y eran experimentadas en un laboratorio.



VI) RETORNO:

El retorno en la radio sirve para escuchar lo que está saliendo al aire, generalmente se utiliza un equipo de audio en el cual sintoniza nuestra emisora para lograr así escuchar que sale REALMENTE por nuestra radio.

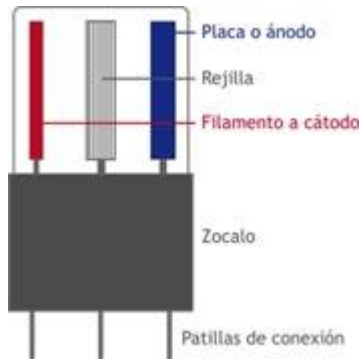
También podemos tener retornos que salen de nuestras consolas, los cuales resultan menos confiables ya que no sabremos con exactitud la salida que estamos teniendo al aire. (volumen, acoples, interferencias, etc)

Es conveniente tener buenos retornos y de ser posible ambos retornos, de aire (equipo de sonido sintonizando nuestra radio) como así también los retornos que nos ofrecen nuestras consolas, vale la pena recordar que en la actualidad encontramos DISTRIBUIDORES DE AURICULARES, los cuales son de gran utilidad al momento de brindar retorno en la cabina de locución, ya que desde estos cada locutor/a puede manejar por sí mismo el volumen en el que desea escucharse y escuchar a los demás.

VII) TRANSMISOR:

En un auto, cada pieza es fundamental, desde la rueda hasta el volante. Todos los componentes hacen posible que el vehículo se mueva. Pero el motor tiene el papel principal, es el alma que lo impulsa. Con la radio pasa algo similar. Las computadoras y

los micrófonos se necesitan, pero el motor de la radio, el que genera las altas frecuencias para que salgan por la antena rumbo a nuestros receptores es el transmisor. Los actuales distan mucho del primer transmisor de ondas inventado por Hertz. Pero el fundamento sigue siendo el mismo.



Algunos transmisores siguen usando el invento de Lee de Forest, el triodo o audion, conocidos como válvulas o tubos, cuya función es transformar pequeñas corrientes eléctricas en potentes señales de alta frecuencia. Esas corrientes son las llamadas radiofrecuencias que nos sirven de portadoras y aplicadas a la antena irradian al espacio las ondas

electromagnéticas. Los nuevos transmisores ya no se fabrican con tubos o válvulas. Al triodo le salió un duro rival que le restó protagonismo. Se llama transistor y está construido con silicio, un semiconductor abundante en la naturaleza.(1)

Válvula o triodo.

Los transistores han revolucionado la electrónica y llevaron las válvulas casi a su extinción. Y digo casi, porque para muchos músicos es todavía preferible tener un “amplificador a tubos” para su guitarra que uno de transistores. La calidad del sonido, para los que tienen un oído privilegiado, es mucho mejor.

Pero en radiodifusión, los nuevos transmisores usan transistores y reciben el nombre de transmisores de estado sólido. Se construyen con transistores de tecnología MOSFET(2) y son los encargados de amplificar las señales al igual que hacen los tubos o válvulas triodo.



La primera pieza que encontramos es el oscilador que, como su nombre indica, oscila o vibra generando una señal constante de alta frecuencia que usaremos como portadora.

Como la señal que genera el oscilador es muy pequeña, necesitamos aumentarla con un amplificador de radiofrecuencia (RF). Ahora ya tenemos la portadora lista para recibir la señal moduladora que llega de los estudios, es decir, para ser modulada.

El modulador une la moduladora y la portadora. Esto lo puede hacer en frecuencia (FM) o en amplitud (AM), dependiendo del transmisor.

La señal resultante será una portadora con una frecuencia entre 88 y 108 megahercios, si se modula en FM o entre 500 y 1600 kilohercios⁽³⁾ si lo hace en AM. Por eso, los diales de las emisoras, lo que indican es la frecuencia de la señal portadora.

Estos primeros componentes reciben el nombre de *excitador*, aunque si después no tiene amplificadores, se le denomina directamente *transmisor*. Los pequeños transmisores de muchas radios son sólo excitadores que salen al aire con potencias de 10 a 50 watts.

Si hay amplificación para aumentar la potencia de la señal de salida del excitador, por ejemplo en los grandes transmisores de 1 o 5 kilowatts, decimos que el transmisor está compuesto por el *excitador más la etapa de potencia o amplificador*.

Una vez que la portadora ha sido modificada por la señal que llega de los estudios (la moduladora) *amplificamos* ambas. La potencia de amplificación dependerá del permiso que tengamos y de la capacidad del transmisor, si es de 50 watts, de 5.000 watts... Cuando hay varias etapas amplificadoras necesitamos sumar las potencias de cada uno de los módulos. Eso lo hace la *sumadora*.

Por último, llevamos la señal eléctrica de alta frecuencia desde el transmisor a

la *antena*. En este paso, vigilaremos que el cable no sea excesivamente largo, ya que la señal sufrirá grandes pérdidas. En caso de que la torre de las antenas sea muy alta o esté muy lejos, emplearemos cables gruesos especiales como el tipo Cellflex. Hay también que prestar especial atención a la *impedancia* del cable, pero eso lo veremos en el capítulo de las antenas.

Nunca jamás pongas a funcionar un transmisor sin tener colocada la antena o una carga fantasma, que simula serlo. [\(4\)](#) Si lo haces, el transmisor quedará totalmente inservible. Es como abrir el grifo sin tener conectada la manguera. Esparciremos agua por todo el suelo. En este caso, al no tener por dónde disiparse la corriente de alta frecuencia del transmisor, es como si regresara de nuevo a los componentes dañando irreversiblemente el equipo de transmisiones.

VIII) ANTENA:

La antena es un conductor eléctrico de características especiales que debido a la acción de la señal aplicada genera campos magnéticos y eléctricos variables a su alrededor, produciendo la señal de radio en forma de ondas electromagnéticas.

Estas ondas se transmiten desde un punto central (la antena emisora) de forma radial y en todas direcciones, pero podemos diferenciar tres formas de transmisión:

- Onda de tierra: en principio las ondas de radio se desplazan en línea recta, atravesando la mayoría de los objetos que estén en su camino con mayor o menor atenuación. Las pérdidas por dicha atenuación dependen de la frecuencia de la transmisión y de las características eléctricas de la tierra o el material atravesado. En términos generales a menor frecuencia mayor es el alcance de la onda y cuanto menor sea la densidad del material más fácil será atravesarlo.

Parte de esta onda es reflejada por la superficie terrestre.

- Onda visual o directa: es refractada en la baja atmósfera (refracción troposférica) debido a los cambios en la conductividad relativa en sus capas.
- Onda espacial: la atenuación en el aire es muy pequeña, lo que hace que la onda pueda alcanzar las capas altas de la atmósfera (ionosfera) y ser reflejada en su mayor parte de vuelta a tierra.



1) TIPOS DE ANTENA:

A)- ANTENA PARAGUITA

Mirando las especificaciones de una antena tipo Ringo para FM, con plano tierra de 4 elementos e irradiante de 5/8 de onda, dice: Omnidireccional, ganancia 3dB, impedancia 50 ohms, potencia maxima 500W.

B)- DIPOLOS:

La antena de 2 dipolos abiertos de 1/2 longitud de onda ,de polarizacion vertical con las siguientes características: Omnidireccional, ganancia 3dB, impedancia 50 ohms, potencia maxima 500W.



Ambas antenas son de aluminio.

Cuadro comparativo:

Es difícil precisar cual de estos tipos de antena (las dos más usadas en radio) son mejores para FM, ambas poseen características diferentes entre las principales estan:

Tipo de antena	Paraguaita o ringo	dipolos
Dirección en la que transmiten	Omnidireccional	Si bien en las referencias dice que es omnidireccional lo cierto es que se precisan 4 dipolos para que irradie de ésta forma y baja considerablemente la distancia de cobertura.
Altura de la torre	A este tipo de antena lo tenemos que ver como un foco de luz, a mayor altura ya mejor y de distancia mas lejos se va a ver. En este caso a escuchar.	En el caso de los dipolos la altura tiene gran importancia ya que la cantidad de dipolos que podamos instalar en nuestra radio dependerá de la altura de la torre.
Posibilidades futuras	Las limitaciones de esta antena son las que marcan las caracteriscas tecnicas, ya que podremos superar la potencia maxima.	En el caso de los dipolos , podremos ir sumando y ensamblando dipolos para lograr mas alcance.
frecuencia	Podremos cambiar de frecuencia con pequeñas modificaciones.	La frecuencia dependerá de la medida de los dipolos y se logra haciendo algunas cuentas matemáticas, se requiere de gran presición y conocimiento.

Las emisoras transmiten sus programas en una frecuencia que se llama “radiofrecuencia” y es **la portadora de la información**. Esta portadora es una vibración eléctrica de frecuencias altas que no tienen que ver con el sonido. La antena transforma la señal eléctrica en ondas electromagnéticas (la onda portadora) que se transporta libremente en aire pero también en un vacío, como en el espacio. Hay un parte eléctrico y un parte magnético. Los dos tienen una dependencia mutua que origina la onda y lo propaga. Esta portadora lleva la señal de audio, es decir la señal de audio está cambiando la portadora o en su amplitud (AM) o en su frecuencia (FM) y así se puede transmitir un transmisor. La portadora solamente tiene la función de transportar la información. El receptor recibe la portadora modulada con el audio y separa el audio de la portadora y elabora solamente el audio (la información) que estaba pegada en la portadora.

Las ondas electromagnéticas tienen una velocidad de 300.000 Km por segundo en el vacío, un mejor ejemplo que se pueden dar la vuelta al mundo 6 veces por segundo.

En primer lugar, e independientemente de las características de cada sistema, poca gente solicita ya permisos de transmisión en Amplitud Modulada. Hay una concepción generalizada de que la AM es anticuada, de mala calidad y para un público adulto-mayor con programas tradicionales e informativos.

Esto es fácil de explicar. La modulación en amplitud fue la primera que se usó para hacer radio. Por ello, las emisoras pioneras comenzaron en AM. Al aparecer la modulación en frecuencia (FM) por los años 30, las radios fueron reticentes a cambiarse a este sistema del que todavía desconfiaban. Fueron las radios musicales las que se adueñaron de la nueva banda de radiodifusión por la mejor calidad de las transmisiones. ¡Era ideal para la radio-fórmula que invadía los diales con sus jóvenes discjockeys!

Años después, algunas AM comenzaron a migrar a canales FM, aunque muchas siguieron, hasta hoy, manteniendo ambas frecuencias: por Amplitud Modulada mantienen programas de corte informativo y en Frecuencia Modulada programas juveniles y musicales.

Más allá de los aspectos asociados al público, hay algunas características técnicas que hacen más conveniente la instalación de radios AM que FM y viceversa.

CALIDAD

En este punto, hay poco que decir. La AM está muy por debajo de la modulación patentada por el neoyorquino Edwin Howard Armstrong en 1933, la FM. De hecho, la mayor preocupación para muchos inventores desde que surgió la radio, fue precisamente ésa, mejorar la calidad de la transmisión. Esta búsqueda de una mayor fidelidad se logró con la llegada de la FM. Por fin, la radio se escuchaba con un sonido limpio y nítido. Aunque modular en amplitud resultaba más sencillo que en frecuencia, por la mejor calidad merecía la pena el esfuerzo técnico.

Y la calidad, en radiocomunicación, se gana a base de espacio. Mientras que el canal de AM tiene un ancho de banda de 10 KHz en el continente americano y de 9 KHz en el resto del mundo, el canal de las FM está, por lo general, en 200 KHz. A mayor ancho de banda, mayor cantidad de información y mejor calidad.

Si te fijas, ésta es la diferencia entre los canales que se asignan en FM. Una emisora, por ejemplo, transmite en 91.9 MHz (que son 91.900 kilohercios), mientras que la anterior en 91.7 Mhz (igual a 91.700 kilohercios) y la siguiente en 92.1 Mhz (que son 92.100 kilohercios). Entre un canal y otro hay una distancia de 200 kilohercios(100 kilohercios de margen a cada lado de cada canal). En muchos países incluso dejan un canal completo intermedio libre, es decir del 91.9 pasan al 91.5 y 92.3.



Esta mayor anchura del canal en FM nos permite enviar el doble de señal, es decir, señales estéreo. Igualmente, podemos enviar un mini canal de datos, para

mostrar en el dial del receptor el nombre de la emisora u otros textos. El servicio se llama RDS, siglas de Radio Data System.

Este es el presente, pero si hacemos el esfuerzo de imaginar el futuro, se viene halagüeño para las AM. La migración de las señales analógicas a digitales permitirá que la AM llegue a nuestros receptores con la calidad de las actuales FM, y éstas se escucharán en calidad CD.

RUIDO

Es otro de los inconvenientes de las transmisiones en AM. Si vas en el auto escuchando el noticiero, cada vez que aceleras, parece que el locutor acelerara contigo. El ruido del motor se filtra en la emisora anulando la transmisión. Lo mismo ocurre si vas caminando con un radio portátil oyendo una AM y pasas por debajo de un tendido eléctrico de alta potencia, o si llueve y relampaguea con dureza.

Las ondas electromagnéticas de baja frecuencia son más vulnerables a los ruidos, que poco afectan a las bandas más altas. El motivo es sencillo. Los ruidos se producen en las amplitudes de las ondas. Por eso, se ven más afectadas las radios que modulan en amplitud.

El problema del ruido también mejorará cuando las transmisiones de AM se hagan con señales digitales.

COBERTURA

Si la FM supera con creces a la AM en lo que a calidad se refiere, en cuanto al alcance de la señal es lo contrario. La clave está en las diferentes formas que tienen las ondas al desplazarse. Las radios que transmiten en FM trabajan en frecuencias entre 88 y 108 Megahercios. Si echamos una ojeada a la tabla que divide el espectro radioeléctrico, veremos que estas frecuencias están dentro del rango de las Muy Altas Frecuencias (VHF).(2)

Las ondas electromagnéticas de este rango tienen longitudes bastante pequeñas y se desplazan por el espacio en línea recta. Esto significa que, como no tienen lugar para “apoyarse” y rebotar llegando más lejos, se atenúan rápidamente y las distancias que cubren no son muy grandes. Al contrario, las AM son de frecuencias más bajas, por lo que tienen longitudes de onda más largas. Eso les otorga una doble ventaja respecto a la FM en cuando a la cobertura:

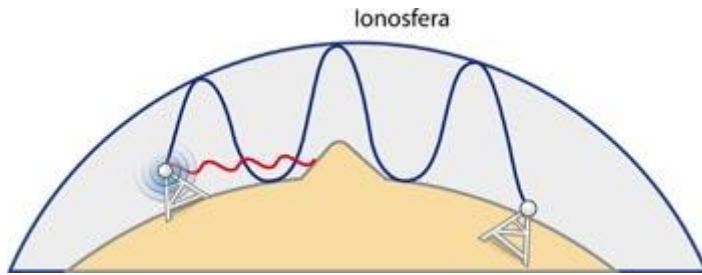
1. ONDAS “GIGANTES”

Las ondas de FM serían como cualquier persona que, caminando la ciudad y topando con un alto muro, no puede saltarlo y ahí queda detenida. Las ondas de AM, por el contrario, serían como un gigante de piernas largas. Por su altura, puede caminar sin problemas sobre los edificios y saltar obstáculos, sin que nada lo detenga. La diferencia entre la longitud de onda de la FM y la AM es muy grande. Mientras que las ondas medias, dentro de las que se encuentra la AM miden entre 100 metros (3.000 Khz) a 1.000 m (300 Khz), las ondas de VHF, entre las que se encuentran las de FM, están entre 1 metro (300 Mhz) y 10 metros (30 Mhz).

2. PROPAGACIÓN IONOSFÉRICA

Estas ondas gigantes de AM, además de tener “piernas” largas y poder saltar edificios, se desplazan rebotando en la ionosfera. Este tipo de propagación les permite alcanzar mayor cobertura, especialmente durante la noche, debido a los cambios que sufre esta capa de la atmósfera.⁽³⁾

Tomando en cuenta estas diferencias, el tamaño de las ondas y la forma de propagación, una emisora AM es conveniente en zonas con montañas y valles, mientras que la FM servirá más en zonas planas donde no hay muchas barreras para las ondas.



Mientras la AM (color azul) es capaz de “saltar” las montañas, la FM (color rojo) choca contra ellas por propagarse de forma directa.

COSTOS

Las FM son más económicas que las AM, tanto en el costo de los equipos como en la instalación de los mismos. La mayor parte de la inversión en AM se la lleva la antena, que supone un terreno amplio para levantar la torre y enterrar los radiales. Los transmisores también son mucho más caros que los de FM, que inclusive los podemos fabricar nosotros mismos.

Igualmente, los costos de electricidad siempre son mayores cuando se modula en amplitud. Si nos ponemos a sumar la diferencia en un año, para potencias similares, puede superar con creces dos o tres mil dólares en los recibos eléctricos.

Además de las ventajas o inconvenientes técnicos están los legales. No en todos los lugares se puede escoger una frecuencia. Hay poblaciones que tienen saturado el espectro de FM y los nuevos solicitantes deben conformarse y concursar por una AM. En otros países, a unos tipos de emisoras, como las comunitarias, sólo se les permite ocupar el espectro de FM. Por eso, la elección entre una y otra, no es siempre una cuestión de preferencias personales o ventajas técnicas.

SEÑAL MONO Y STEREO

Es muy importante partir de la diferenciación entre una señal mono y una estéreo.

La señal estéreo es aquella formada por dos señales independientes (canal izquierdo y derecho, generalmente en los equipos solemos encontrarlos en inglés, o sea, Right y Left y siempre discriminados en dos colores distintos) que nunca se juntan, es decir que cada canal contiene información diferente al otro. En la suma de ambas señales es que se construye el sonido deseado. En radio sólo los transmisores de FM cuentan con la posibilidad de la emisión en estéreo.

La señal mono es una única señal. Puede darse el caso de que tenga una conexión estéreo pero si en ambos canales tengo la misma señal eso quiere decir que estoy trabajando en mono. El hecho de tener dos señales no significa que ese sonido sea estéreo, debo tener distinta información en cada canal para que así sea. De no ser así estaré reproduciendo una señal mono con un equipo estéreo.

La Edición

Edición Digital de Sonido

Digitalizar, grabar, cortar, pegar, mezclar, son las funciones básicas que me permiten realizar los editores de audio digital. Hasta hace no mucho tiempo había serías limitaciones para la manipulación sonora, la era digital abrió una oportunidad para potenciar el relato radiofónico.

La edición de audio se puede definir como el proceso de selección, jerarquización y combinación (en tiempo y planos) de distintos sonidos o partes de él con el objetivo de lograr un relato radiofónico. Es la manera que tengo para llevar una idea al plano de una realización sonora. Se debe tener un pleno manejo de las herramientas y dispositivos (programas de computación y equipos) así como tener una clara conciencia de las leyes del lenguaje radiofónico.

Distintos programas son utilizados en la edición digital de sonido para radio. Se recomienda comprender los criterios generales, las lógicas, en los que están basados, eso ayudará a no depender de ellos y poder siempre adaptarse a las distintas realidades que existen en cada radio o configuración técnica.



Audacity es un programa de grabación y edición de sonido. Se usa para grabar, reproducir, cortar, pegar y mezclar sonidos, además de aplicarles diversos efectos y procesos sonoros.

Audacity es también multi plataforma por ende puede ser instalado en Mac OS X, Windows y GNU/Linux.

>> Forma de instalación del Audacity

Primero debo bajarme, vía Internet, el programa de manera libre y gratuita de esta dirección: <http://audacityteam.org/>

Una vez que tenemos el paquete instalador del programa en nuestra computadora hacemos doble clic sobre el archivo *audacity-win.exe* y seguimos los pasos sugeridos.

De forma predeterminada el programa queda instalado en la siguiente ruta de acceso en nuestra computadora: *C:\Archivos de programa\Audacity*

De esa manera tendremos el Audacity instalado y todo lo necesario para trabajar con él.

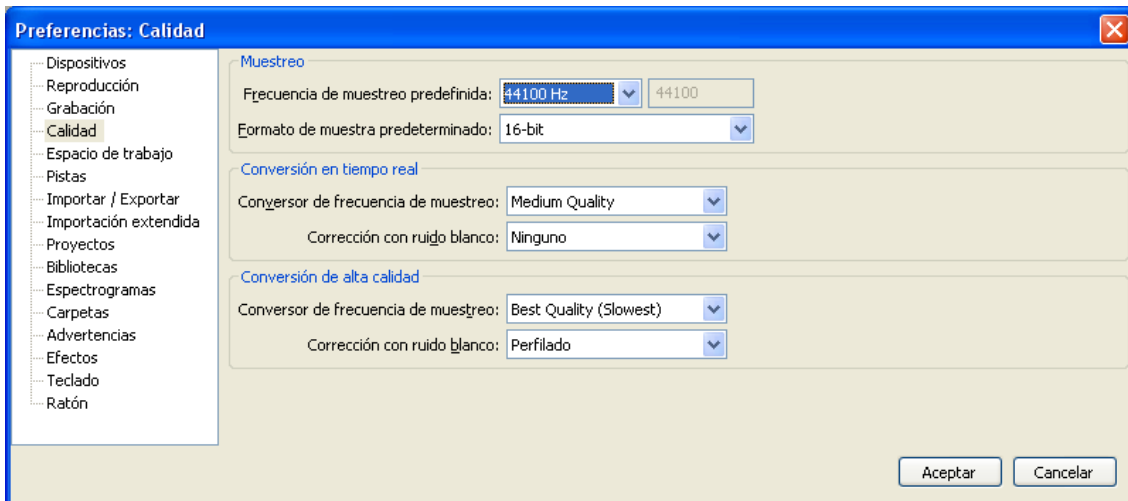
Para poder usar archivos con la extensión .mp3 es necesario bajar el archivo llamado *lame_enc.dll* de la página oficial de programa <http://audacity.sourceforge.net/>

.Luego copiarlo y pegarlo en la siguiente dirección: *C:\Archivos de programa\Audacity\Plug-Ins*

>> La grabación o digitalización de un sonido

Primero debemos identificar la calidad que deseamos para nuestra grabación. Debemos ir a *Editar/Preferencias* (Ctrl + P) y en la solapa *Calidad* determinar la misma. Sugerimos para una óptima calidad seleccionar como Frecuencia de muestreo predefinida 44100hz, como Formato de muestra predeterminado 16-bit.

Para salvar las preferencias, pulsamos en el botón *Aceptar*.



De todas formas, podemos decidir entre las siguientes opciones más importantes:

- 11025Hz – sonido de calidad inferior pero que consigue archivos de poco tamaño. Aconsejable para grabaciones en donde no sea imprescindible la calidad del sonido, sino sólo escuchar lo grabado.

- 16000Hz – sonido de calidad algo mejor, aunque en algunos archivos no se escucha diferencia con el anterior; en esos casos, es preferible siempre un archivo más pequeño (por lo que elegiremos la opción anterior).

- 22050Hz – sonido de calidad normal o básica. Aconsejable para cualquier grabación que no necesite ser profesional.

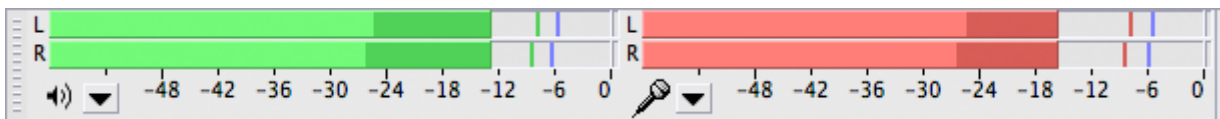
- 44100Hz – sonido de alta calidad. Aconsejable para aplicaciones multimedia, en donde es importante la calidad del sonido, así como en aquellas grabaciones en las que se tenga especial interés (a costa de un gran tamaño).

Para poder digitalizar sonidos, según lo que prefiera, es necesario tener un micrófono conectado o algún equipo en la línea de entrada de la tarjeta de sonido de mi computadora.

Para seleccionar que dispositivo deseo grabar debo ir a la siguiente herramienta que se encuentra en el escritorio de trabajo del programa para elegir qué entrada de audio prefiero grabar y el dispositivo de salida dentro de los menús desplegables.





El programa cuenta con dos Vúmetros, uno mide el nivel de audio de la entrada seleccionada (que puede ser una línea de audio o un micrófono) y el otro es para el nivel de salida.



Ambos poseen volúmenes controladores de esas señales.



Para comenzar la grabación pulsamos sobre el botón de grabar  (el rojo que se encuentra en la Barra de herramientas) y comenzamos a locutar, en el caso de que estemos grabando una voz o sino a reproducir lo que queramos digitalizar.

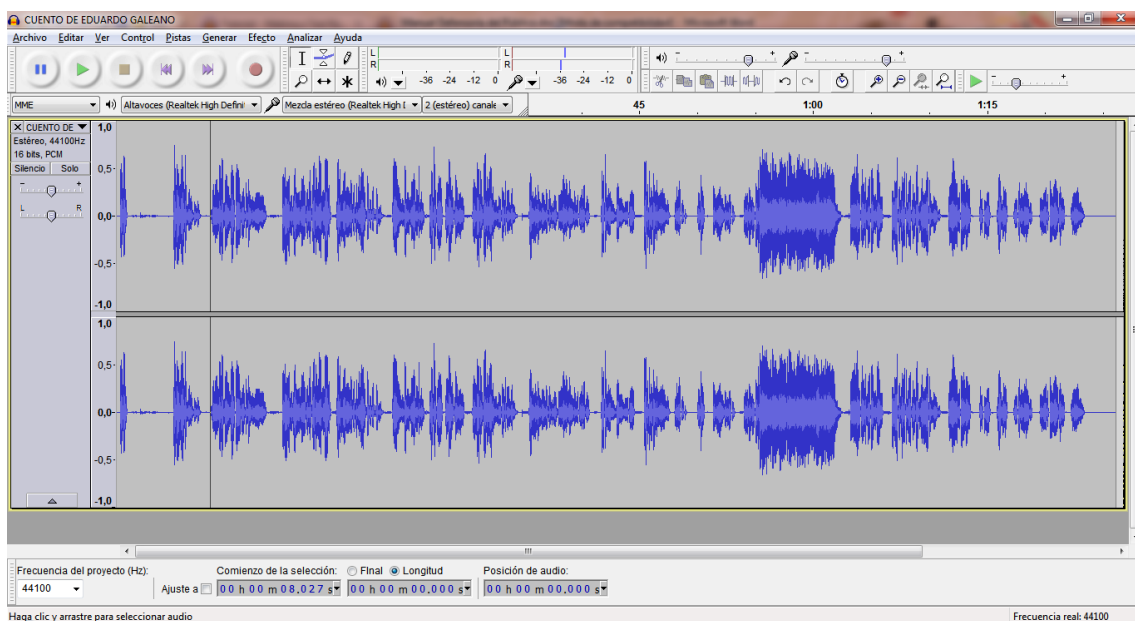
Cuando terminemos el registro pulsamos sobre el botón parar  (el amarillo).

En el caso de que quisiéramos seguir grabando en la misma pista debemos apretar (Shift + R).

Sólo nos queda guardar el archivo grabado, antes de pensar siquiera en editarlo (para mejorar algunos aspectos del mismo) ya que, de otro modo, podríamos perder nuestra grabación y tendríamos que volver a empezar.

Para ello, pulsamos en el menú *Archivo > Exportar* o (Ctrl + Shift + E)

En la ventana emergente, nos pedirá que introduzcamos un nombre para este archivo y que seleccionemos la carpeta donde vamos a guardarlo así como el tipo de archivo de audio con el cual prefiero trabajar.



Para lograr una buena digitalización del sonido es fundamental que el nivel de entrada de dicha grabación sea óptimo. Sugerimos usar como parámetro que el grueso de la información oscile entre los -9 y como pico máximo los -3 dB.

>> **La importación de un audio al programa**

Hay diversos formatos de archivo de audio compatibles con Audacity. Como formatos sin compresión de audio lo más populares son .WAV y .AIFF y como Formatos de audio comprimido están .Ogg Vorbis, .FLAC, .MP3.

El tipo de extensión de archivos de audio a utilizar es decisión del usuario

Para importar un archivo debo seleccionar *Archivo> Importar> Audio ...* y a continuación, seleccionar uno o más archivos que deseo abrir en el programa. También se puede hacer la misma acción si arrastro y suelto uno o más archivos de audio en el ícono de Audacity.

Herramientas de control



Selección: sirve para seleccionar fragmentos de audio y puntos temporales concretos.

Envolvente: nos ayuda a modificar la variación de volumen de la pista de forma gráfica.

Dibujo: es para cambiar cualquier punto de la pista de sonido.

Zoom: sirve para acercar o alejar dinámicamente la vista de las pistas.

Desplazamiento: es para mover para adelante o atrás la pista con respecto al tiempo.

Multi-herramienta: permite el acceso a cualquiera de las otras herramientas en función de la posición o lugar en el que esté el cursor.

Herramientas de edición:



Primer grupo: cortar, copiar, pegar y silenciar los fragmentos de pista de audio que tenemos seleccionados.

Segundo grupo: deshacer y rehacer la acción.

Tercer grupo: enlazar pistas para permitir que un grupo de pistas y/o etiquetas mantengan su sincronización cuando cambia su duración

Cuarto grupo: diferentes niveles de zoom sobre las pistas de audio. Los dos últimos sirven para ajustar la selección o la pista completa al tamaño de nuestra ventana.

>> La aplicación de procesos y efectos

Audacity incluye muchos efectos y procesos incorporados y también le permite utilizar una amplia gama de efectos plug-in.

Un plug-in es una herramienta extra que ofrece el programa y que para estar disponible debe ser descargada e instalada. Esencialmente los plug-ins amplían las posibilidades y funciones dentro de la familia de efectos.

Puede descargar muchos plug-ins gratuitos para Audacity desde <http://audacity.sourceforge.net/download/plugins> y enlaces sobre el mismo.

Para aplicar un efecto, sombree parte o la totalidad de las pistas que desee modificar y seleccione el efecto en el menú. En títulos que terminan en puntos suspensivos (...) se le abrirá un cuadro de diálogo que le pide más parámetros.

La mayoría de los efectos incorporados tienen un botón de "Vista previa". Esto le permite escuchar cómo los tres primeros segundos del audio seleccionado sonarán con el efecto aplicado.

Entre los efectos más usados se encuentran:

Amplificar: Aumenta o disminuye el volumen del audio que ha seleccionado. Al abrir el cuadro de diálogo, Audacity calcula automáticamente la cantidad máxima que podría amplificar el audio seleccionado sin causar clipping (distorsión causada por tratar de hacer que el audio demasiado fuerte).

Aparecer/Desvanecer progresivamente: sirve para hacer que el sonido aumente de menor a mayor o viceversa. La rapidez del fundido de entrada o salida depende enteramente de la duración de la selección.

Cambiar ritmo: cambia la duración sin cambiar el tono.

Cambiar tono: Cambia el tono de una pista sin cambiar su tempo.

Ecuilización: como su nombre indica es un ecualizador, se puede operar mediante las envolventes o de forma gráfica.

Eliminación de ruido: Elimina el ruido de fondo constante, como ventiladores, ruido de la cinta, o zumbidos. No funciona bien para quitar conversación o música de fondo.

Graves y Agudos: Aumenta o disminuye las frecuencias bajas y altas frecuencias de audio de forma independiente. Se comporta igual que los graves y agudos en un sistema estéreo doméstico.

Eco: Este efecto repite el audio que haya seleccionado una y otra vez, por lo general cada vez más suave o de forma decreciente.

Reverberación: sitúa el audio en un ambiente del tipo habitación, salón, iglesia, etc.

>> **El proceso de la mezcla**

Para mezclar dos archivos o más, basta con importarlos en Audacity.

Los archivos aparecerán en pistas separadas y serán mezclados al pulsar el botón *Reproducir*. Esto significa que la mezcla se da por simple superposición de archivos. Se puede usar la herramienta de desplazamiento en el tiempo para modificar su posición o utilizar las otras herramientas de edición para alterar cualquiera de las pistas.

La sugerencia es que mientras estoy editando vaya guardando el proyecto de trabajo que estoy desarrollando. Para eso debo ir a *Archivo/Guardar proyecto* o (Ctrl + S). La extensión de los archivos que guardan la información de un proyecto es.aup.

Audacity almacena todas las partes en una carpeta *_data* con el mismo nombre del archivo .aup. Por ejemplo "cancion.aup" abriría las partes dentro de la carpeta "cancion_data". No debe modificar los archivos .aup, ni mover o renombrar la carpeta *_data*.

Simplemente cuando quiera recuperarse el proyecto de trabajo se debe abrir el archivo .aup, y Audacity cargará los archivos en la secuencia correcta de forma automática.

Entre las funciones más utilizadas durante el trabajo de mezcla esta la que permite dividir un archivo. Se hace apretando (Ctrl + I), la que me ayuda a unir (Ctrl + J) o la que selecciona todo (Ctrl + A).

Al finalizar una edición se deben unir todas las pistas para generar un nuevo archivo de audio, ese será el trabajo finalizado y listo para ser emitido por la radio. Esta función se encuentra en *Archivo/Exportar* o (Ctrl + Shift + E).

Esta función se ejecuta para mezclar todo lo que está en mi proyecto o tan sólo un fragmento, en ese caso es *Exportar selección*.

Hay que identificar la nueva pieza, elegir qué tipo de archivo de audio y en qué calidad y también en qué lugar de la computadora quedará guardado.

Automatización del aire de la radio

Un programa automatizador es un software que se puede programar para que emita al aire música, programas o lo que le indiquemos, sin necesidad de ayuda externa y a la hora que le digamos. Esta función de programación es la que se diferencia de los reproductores de audio, que sólo nos dejan colocar una larga lista de canciones que se van reproduciendo consecutivamente.

Introducción a ZaraRadio

ZaraRadio es un programa gratuito para automatizar emisiones de radio y funciona sobre la plataforma Windows.

ZaraRadio no es un programa de emisión por Internet, sino que se trata de un reproductor de audio. Para emitir por Internet existen otros programas gratuitos, que se pueden utilizar

conjuntamente con ZaraRadio. Tampoco es un programa de grabación. Para grabar también existen alternativas gratuitas, como Audacity.

ZaraRadio permite automatizar la emisión de música, de publicidad y de programas grabados o redifusiones. También es posible conectar con otras radios a través de la línea de entrada de la tarjeta de sonido o a través de Internet.

Como crear una lista

1. Presione para crear una lista vacía.
2. Para añadir temas a la lista basta con pulsar en la barra de herramientas o ejecutar el comando Lista > Añadir pistas... Ésto abrirá un diálogo que permite seleccionar múltiples ficheros a la vez. Para ello hay que presionar Ctrl mientras se seleccionan uno a uno o presionar Shift mientras se presiona el primero y después, sin soltar, presionar sobre el último.

Como alternativa, también es posible haciendo Drag-and-Drop con el árbol de directorios que está debajo de la lista de eventos. Para ello, seleccione un fichero con el ratón y arrástrelo hasta la lista de reproducción.

Automatización de radios ZaraRadio

Como utilizar la lista

- Cuando la lista está en STOP, hay siempre una pista marcada de color verde. El color verde indica siempre que una pista va a ser la próxima en reproducirse. Por tanto, al pulsar PLAY, se reproducirá la pista marcada en color verde.
- Cuando la lista está en PLAY, el color verde indica lo mismo. Además, hay una pista marcada en color rojo. Esto indica que es la pista actual.

En cualquier momento es posible cambiar la próxima canción. Para ello, basta con hacer doble clic sobre una pista (salvo cuando está activada la opción de lanzar los temas con

doble-clic, en cuyo caso hay que recurrir al menú contextual). De este modo, quedará marcada en color verde indicando que es la próxima. También es posible decir que no hay siguiente canción pulsando el botón . Al hacer esto, ZaraRadio detendrá la reproducción al finalizar la canción marcada en rojo.

- **Autoborrado** (borrar al reproducir): Cuando este botón está presionado, ZaraRadio borra cada tema de la lista justo después de reproducirlo.
- **Cíclico**: Cuando este botón está presionado, ZaraRadio volverá a reproducir el tema actual cuando termine de reproducirlo.

Modos de reproducción

La lista puede reproducirse en cinco modos distintos. El modo puede cambiarse con la combo que está en la barra de herramientas superior:

Automatización de radios ZaraRadio

- **Normal**: La lista se reproduce secuencialmente y se para al llegar a la última pista.
- **Repetir**: Igual que el normal, salvo que vuelve a empezar cuando termina.
- **Barajar**: Igual que el repetir, salvo que reordena aleatoriamente la lista antes de volver a reproducirla.
- **Manual**: Se reproduce la canción seleccionada y se detiene.
- **Aleatorio**: Reproduce la lista en orden aleatorio, es decir, el marcador verde se desplaza a un tema al azar cada vez que se reproduce un elemento de la lista. No asegura que no se repitan los temas.

Menú contextual

La lista de reproducción dispone de un menú contextual, al cual puede acceder pulsado el botón derecho sobre la misma. Mediante este botón, puede acceder, entre otras funciones, al Cue, que le permite preescuchar una canción sin emitirla.

Eventos

Un evento es un fichero que debe reproducirse a una hora y una fecha determinadas. Los eventos son útiles para reproducir ficheros o ejecutar comandos de forma asíncrona respecto a la lista de reproducción. Pueden utilizarse para programar publicidad, indicativos de la emisora, etc.

La figura muestra la lista de eventos próximos de la ventana principal de ZaraRadio, concretamente los que van a ejecutarse en los próximos 15 minutos.

Encima de la lista de eventos próximos, hay cuatro botones cuyas funciones son:

1. Play: reproduce los eventos pendientes, es decir, eventos retardados que todavía no han sido reproducidos por estar en modo STOP o por estar una canción reproduciéndose.
2. Descartar eventos: elimina de la lista los eventos pendientes. Tanto este botón como el anterior, sólo se activan cuando hay eventos pendientes.
3. Activar eventos: Activa o desactiva la reproducción de eventos.
4. Planificar eventos (reloj): Abre una ventana que permite definir nuevos eventos.

Automatización de radios ZaraRadio

Para añadir eventos, pulse el botón cuyo icono es un reloj. Al hacer esto, aparecerá esta ventana:

Cada evento tiene a su izquierda un tick, que sirve para activar o desactivar los eventos individualmente.

Nuevo

Ahora, para añadir un nuevo evento, basta con presionar el botón Nuevo.... Acto seguido, veremos el siguiente diálogo:

Automatización de radios ZaraRadio

Los parámetros configurables de un evento son:

- Fecha y hora de inicio Indica la fecha y hora en la que se reproducirá el evento por primera vez. Se reproducirá todos los días a la hora seleccionada hasta llegar a la fecha y hora de expiración, momento en el que caduca el evento y no vuelve a sonar. Para crear eventos sin caducidad basta con dejar desmarcada la caja expiración (así por defecto).
- Periodicidad En el apartado fecha y hora veíamos que un evento suena una vez al día a la hora especificada. Sin embargo, es posible hacerlo sonar cada hora. Para ello, basta con marcar la opción Reproducir cada hora. También es posible programarlo para que se reproduzca sólo a determinadas horas. Para ello, basta con presionar la opción Otras horas.... Al presionarla, aparece este diálogo:

Tipo de evento Un evento lo podemos utilizar para hacer sonar un fichero, pero también podemos activar el play o el stop automáticamente, insertar una pista aleatoria, una conexión vía satélite,... El comando de satélite quita el mute a la entrada de la tarjeta de sonido durante el tiempo (en segundos) expresado en el campo que está a la derecha. Para más información consulte el apartado lista de reproducción.

- Modo de espera Un evento puede ser retardado o inmediato. Cuando a un evento le llega la hora de ejecución pueden ocurrir dos cosas: si es retardado, se esperará a que acabe el fichero que esté sonando (si ZaraRadio está en stop, esperará indefinidamente hasta pasar a play); si es inmediato, se interrumpirá el fichero actual y sonará el evento (si ZaraRadio está en stop, pasará a play automáticamente y comenzará a sonar el evento).
- Prioridad Imagine que programa un informativo de 30 minutos de duración con un evento e indicativos cada 5 minutos. Con esta programación, tras el informativo sonarían 6 indicativos seguidos. Para evitar esto, ZaraRadio dispone de un mecanismo de prioridades, que descarta eventos en estos casos. Un evento puede tener prioridad alta o baja. Cuando un evento está sonando y llega la hora de otro evento, pueden ocurrir dos cosas:
 - Que el evento nuevo tenga menor prioridad que el que está sonando. En este caso, el evento nuevo sería descartado y no sonaría.
 - Que el evento nuevo tenga prioridad mayor o igual que el que está sonando. En este caso, el evento nuevo quedaría pendiente en la lista de eventos próximos hasta la finalización del evento actual. El problema del ejemplo anterior, quedaría solucionado asignándole prioridad alta al

informativo y baja a los indicativos. De esta forma, los eventos irían siendo descartados durante el informativo.

- **Espera máxima** En caso de tratarse de un evento retardado, indica el tiempo máximo que el evento puede retrasarse en minutos. Por ejemplo, si un evento a las 13:15 retardado tiene una espera máxima de 5 minutos, si al llegar las 13:20 no se ha reproducido, desaparecerá de la ventana de eventos próximos y no se reproducirá en esa ocasión.

Automatización de radios ZaraRadio

Modificar

Permite modificar uno o varios parámetros de un evento. Para ello, hay que seleccionar previamente un evento en la lista. La misma acción puede llevarse a cabo haciendo doble-clic sobre un evento.

Eliminar

Permite eliminar uno o varios eventos. Para seleccionar varios eventos, basta con mantener pulsada la tecla Ctrl mientras se seleccionan con el ratón. Para seleccionar varios eventos seguidos, se puede hacer clic sobre el primero y después sobre el último, manteniendo pulsada la tecla Shift.

Eliminar expirados

Los eventos que han caducado aparecen de color gris claro para indicar este hecho. Es posible eliminarlos automáticamente presionando el botón Eliminar expirados

Abrir/Guardar

Estos dos botones permiten grabar la lista de eventos en un fichero para poderla recuperar posteriormente o llevarla a otro puesto. De todas formas, al cerrar ZaraRadio, la lista de eventos se almacena automáticamente en el registro de Windows, y se recupera al volver a arrancar el programa.

ANEXO

DOCUMENTACIÓN DE

LA ORGANIZACIÓN

DECLARACION JURADA

La Señora María Luján Lezcano, mayor de edad con domicilio en Complejo Mamá Rosa, Cabaña N° 3 de la localidad de Junín de los Andes, provincia del Neuquén, con DNI 13.094.372, en representación de la OSC Centro de Investigación y Acción Comunitaria Mingaco:

Declara bajo juramento que el proyecto presentado a la OPRI en julio de 2016:

1. No ha resultado ganador de ningún concurso anterior, tanto en el ámbito municipal, provincial, nacional, internacional, ni privado (punto 10 de las Bases y Condiciones=.
2. No es presentado por funcionarios del gobierno municipal, provincial o nacional, como así tampoco por personas de la OSC que son parte en el jurado del presente concurso (punto 16 de las Bases y Condiciones).
3. Cuenta con los recursos necesarios para hacer frente a la contrapartida solicitada en las bases del concurso (Punto 31 y 32 de las Bases y Condiciones).

Y para que así conste a los efectos oportunos, firmo la presente declaración en Junín de los Andes a los 7 días del mes de julio de 2016

FIRMA:

ACLARACIÓN: