

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:
POLITICAS DE PROGRAMACION RADIOFONICA
CICLO LECTIVO 2017**

- ⑥① **Año en el que se ubica en el Plan '93: 5to**
- ⑧① **Cuatrimestre al cual pertenece la asignatura: Segundo**
- ⑨① **Ciclo al que pertenece la asignatura (Ciclo Básico/Ciclo Superior):**

Orientación/es

- Investigación
- Institucional
- Gráfica
- Audiovisual
- Radiofónica

- ⑩① **Equipo de Cátedra: Mencionar a todos los docentes integrantes de la Cátedra**

- **Apellido y Nombre: Pablo Ramos**
- **Cargo: Profesor Adjunto**
- **Dedicación: SE**
- **Titulación: Doctor**
- **Apellido y Nombre: Eugenia Gomez, Maria Quiroga, Paola Pignata**
- **Cargo: Adscriptas**
- **Dedicación: S**
- **Titulación: Lic.**

1. Objetivos de aprendizaje:

General:

Proveer de conocimientos teóricos y metodológicos para describir y evaluar las características dominantes del contenido de la radiodifusión y su influencia en la audiencia: el rol y el poder de la empresa en el mercado radiofónico.

Específicos:

- Identificar las modalidades y los fundamentos que determinan las políticas de programación dominantes y subalternas en el escenario radiofónico.
- Evaluar la incidencia de las programaciones radiofónicas en la constitución de los públicos radiofónicos y del tejido social en general.
- Diseñar políticas de programáticas en radio de acuerdo a objetivos comunicativos, sociales y económicos.

2. Unidades y contenidos:

Unidad I

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reconocer y manejar los criterios, métodos y elementos que intervienen en la construcción de las programaciones radiofónicas.

TEMAS A DESARROLLAR:

CREACIÓN Y ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS DE PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA

Concepciones de la programación. Planificación de las programaciones. Recursos humanos, económicos, materiales y técnicos. Sistematización y organización de los contenidos: coherencia e identidad. Selección de los contenidos: programaciones generales y especializadas. Dosificación de los contenidos: informativos, culturales y de entretenimiento. Segmentos de la programación. Ordenación de los contenidos: programas y horarios. Programación mosaico. Programación por bloques. Programación en continuidad. Programación según temporadas o períodos estacionales. Según cadencia semanal. Según los destinatarios. Los programas radiofónicos.

Unidad II

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Discernir las formas y las condiciones sobre las que se producen las interacciones entre la audiencia y la radio, en el contexto de las sociedades actuales.

TEMAS A DESARROLLAR:

LA RADIO, SUS PROGRAMAS Y LOS OYENTES.

Tipos de emisoras. AM-FM. Estatal-Privada. Local-Nacional. Generalista-Especializada. Comercial-Alternativa-Comunitaria-Popular. Identidad y objetivos. La programación como servicio y como producto. Relación entre la empresa de radio y su audiencia. Interacciones entre los emisores y receptores. Influencia de las audiencias en las programaciones. Investigación de las audiencias. Estudios cualitativos y cuantitativos. La fragmentación de las audiencias. La autoprogramación de los

receptores. La influencia de las nuevas tecnologías en las programaciones radiofónicas. El escenario radiofónico en Córdoba y Argentina.

UNIDAD III

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Evaluar y analizar desde diferentes perspectivas teóricas las políticas programáticas configuradas en un contexto social, local y global.
2. Valorar la importancia que adquieren las políticas de comunicación en los medios radiofónicos.
3. Diseñar y crear estratégicamente políticas de comunicación radiofónica.

TEMAS A DESARROLLAR:

SUSTENTOS POLITICOS, ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES PARA LA ELABORACION Y PLANIFICACION DE PROGRAMACIONES.

Criterios económicos y políticos para la elaboración de las programaciones radiofónicas en las sociedades capitalistas. La perspectiva de la economía política. Propiedad y control de los medios de comunicación. Concentración de las emisoras. Monopolios, Oligopolios y Transnacionalización. Multimedios y Cadenas. La radio como espacio de confrontación político, social y cultural. La perspectiva sociosemiótica.

3. Bibliografía básica y complementaria para cada unidad:

BIBLIOGRAFIA BASICA

UNIDAD 1

GARCÍA DÁVILA y MEZA TOVAR. *De radio en radio: el escenario radiofónico*. Revista Latina de Comunicación Social N° 20, La Laguna (Tenerife), España, 1999.

BUENAVENTURA, Juan Guillermo: *Programación Radial: ¿mapa o palimpsesto?*. Revista Diálogos N° 38, FELAFACS, Lima, Perú. 1995.

MUÑOZ, J.J. y GIL, C.: *La Radio: Teoría y Práctica*. Instituto Oficial de RadioTelevisión Española, Madrid, España, 1994.

CEBRIAN HERREROS, Mariano: *Información Radiofónica. Mediación, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, España, 1994.

FERNÁNDEZ, J. L.: *Los lenguajes de la radio*. ATUEL, Buenos Aires, 1999.

UNIDAD 2

ALFARO, Rosa Ma.: *La interlocución radiofónica: Una red compleja de interacciones. Curso a distancia*. UNDA-AL, Quito, Ecuador, 1994.

ALFARO, Rosa Ma.: *Un enfoque político de la participación en la comunicación popular*. Revista Diálogos, N° 12., FELAFACS, Lima, Perú. 1989.

BUMBA, Lincoln J.: *Planificación estratégica de medios. En Resumen de Conferencias "Los medios del futuro y el futuro de los medios"*. Clarín, Buenos Aires, Argentina, 1993.

CASAS PEREZ, María de la luz: *Reflexiones sobre política y medios de comunicación al final de una era*. Revista Diálogos N° 44, FELAFACS, Lima, Perú, 1998.

ESTEINOU MADRID, Javier: *El nuevo escenario de las comunicaciones en el proyecto neoliberal*. Revista Diálogos N° 40, FELAFACS, Lima, Perú. 1997.

GÓMEZ VARGAS, Héctor: *Procesos históricos de recepción: biografías radiofónicas y mundos sociales paralelos*. Signo y Pensamiento N° 33, Bogotá, 1998.

GEERTS, Andrés y OEYEN, Víctor Van: *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. ALER, Quito, 2001.

LÓPEZ GARCÍA, X.: *Estrategias locales en tiempos de globalización*. Revista Latina de Comunicación Social N° 21, La Laguna (Tenerife), España, 1999.

MASTRINI, G. (editor): *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2005.

MATA, Ma.Cristina: *Investigación radiofónica: de las palabras a los hechos*. ALER, Quito, Ecuador, 1995.

MATA, Ma. C.: *Rádios y públicos populares*. Revista Diálogos N° 30. FELAFAC: Lima, Perú, 1992.

UNIDAD 3

AA. VV.: *La Tribu: comunicación alternativa*. Ediciones La Tribu, Buenos Aires. 2000.

ANGENOT, Marc: *Intertextualidad, interdiscursividad, discurso social*. Texte, Revista de Crítica y de teoría literaria, Canadá, 1984.

BERLIN VILLAFANA, Irving: *Tipologías radiofónicas y una propuesta sistémica*. Revista Latina de Comunicación Social N° 3, La Laguna (Tenerife), España, 1998.

BOURDIEU, Pierre: *Le marche del biens symboliques* (en "L'Année Sociologique"); París, (1972). Reseña de la Cátedra.

LAMAS, E. Y VILLAMAYOR, C.: *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. FES-AMMARC, Quito. 1998.

MATA, Ma C. y SCARAFFIA, S.: *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. ALER; Quito, Ecuador, 1993.

MIER, R.: *Radiofonías: hacia una semiótica itinerante*. Universidad Autónoma Metropolitana, D.F., México, 1987.

RAMOS, P.: *Los saberes que sustentan las políticas de programación*. En: "...", Autores Varios, Resumen de la Primera Jornada de Investigadores en Comunicación de Córdoba, Editorial de Comunicación, Escuela de Ciencias de La Información, U.N.C., Córdoba. 2001

VERON, E.: *Fragmentos de un tejido*. Gedisa, Barcelona. 2004

ZELLER, Carlos; GIORDANO, Eduardo: *Economía y políticas de comunicación en un mercado "abierto"*. Revista Voces y Culturas. Fundación Jaime Bofill, Barcelona, España, 1991.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BALSEBRE, Armand: *La credibilidad de la radio: Aproximación al carácter multidimensional del concepto "credibilidad"*. Revista Area5inco, N°2, Madrid, España, 1993.

BOURDIEU, Pierre: Le marche del biens symboliques (en "L'Année Sociologique"); París, (1972)

HAYE, Ricardo. *Hacia una nueva Radio*. Paidós, Bs. As, Argentina, 1995.

HOLZER, H.: *Sociología de la comunicación*.

HORVATH, Ricardo: *¿Qué hacer con la radio?. La trama secreta de la Radiodifusión Argentina III*. Letra Buena, Buenos Aires, Argentina, 1994.

4. Condición académica de los alumnos :

Regular

El estudiante **regular** deberá acreditar el 80% de los prácticos y de asistencia a clase, deberá aprobar las evaluaciones parciales o prácticas, con la posibilidad de recuperar al menos dos instancias, con una nota superior a 3.

Promocional

El alumno **promocional** deberá acreditar el 80% de los prácticos realizados y de asistencia a clase. Además tendrá que aprobar los prácticos evaluables y el parcial, sin recurrir a recuperatorios, con una calificación superior a 6. El examen final consistirá en la presentación de un ensayo individual o una investigación grupal o proyecto de programación, de acuerdo a las temáticas desarrolladas en el programa.

Libre

El alumno libre deberá rendir un examen escrito para demostrar conocimientos suficientes y apropiados sobre los contenidos de la materia en base al programa. Además deberá presentar tres trabajos prácticos que incluyan el análisis de una programación radial, con entrevistas a productores y receptores; y el diseño de una propuesta de programación. En caso de aprobar el parcial escrito deberá defender su propuesta y análisis de programación en un coloquio relacionando el material práctico con las perspectivas y conceptos teóricos de la materia.

Modalidad evaluativa:

TRABAJOS PRACTICOS:

UNIDAD I

Guía de preguntas para abordar la bibliografía.

Elección y escucha de una programación radiofónica.

Presentación de un informe analizando la programación seleccionada.

UNIDAD II

Guía de preguntas para abordar la bibliografía.

Diseño grupal de una programación de acuerdo a la definición de un tipo de relación con una audiencia particular.

UNIDAD III

Guía de preguntas para abordar la bibliografía.

Redacción individual de un ensayo sobre algunos de los temas desarrollados en esta unidad.

Realización grupal de un programa modelo de la programación diseñada por los alumnos.

TRABAJOS PRÁCTICOS incluyen guías de preguntas para abordar la bibliografía, donde se evaluará la pertinencia y el nivel de análisis crítico desarrollado en las respuestas.

El práctico de diseño grupal de una programación de acuerdo a la definición de un tipo de relación con una audiencia particular, será evaluado según la fundamentación teórica y empírica de la propuesta, su creatividad y pertinencia.

Además se realizarán informes grupales en torno a las investigaciones en base a la escucha de las programaciones, los medios y sus audiencias, procurando evaluar según criterios que tengan en cuenta el caudal de conocimiento teórico aplicado al análisis particular de los objetos estudiados.

PARCIAL

Los saberes adquiridos serán evaluados individualmente a través de un parcial escrito que considerará la calidad de lo aprehendido con respecto a una problemática poniéndolo en relación con autores y teorías desarrollados en el ciclo de clases y prácticos.

EXAMEN FINAL

El examen final del alumno **promocional** consistirá en la presentación de un ensayo individual o una investigación grupal o proyecto de programación, de acuerdo a las temáticas desarrolladas en el programa.

En el examen final el alumno **regular** podrá optar por rendir a programa abierta, en forma oral, o presentar un trabajo de investigación o proyecto de programación, y fundamentarlo en una defensa, relacionándolo con un conocimiento integral de la materia.

El alumno que se pretenda rendir el examen en condición de **libre**, deberá presentar 3 trabajos prácticos (2a, 2b y 2c), una vez aprobados estos trabajos, realizará un parcial escrito y, finalmente, la evaluación se completará de forma oral, en un coloquio, que abarquen la totalidad de los ejes programáticos de la materia.

5. Criterios de evaluación

La evaluación considerará la evolución en las competencias de los alumnos en la materia, la participación y el aporte en clase, y el cumplimiento de las actividades programadas.

En el caso del ensayo analítico individual y las investigaciones grupales se evaluará siguiendo criterios de claridad; significación del problema; documentación utilizada; propiedad del método; adecuación de los niveles de análisis, campo o muestra; integridad; comprensibilidad; precisión; utilidad; creatividad.

De esta manera intentamos generar un proceso de aprendizaje donde el alumno vaya incorporando conocimientos al mismo tiempo que los transfiere al análisis y la producción de programaciones radiofónicas. Por lo tanto la evaluación debe tomar

en cuenta todos los momentos de este proceso, favoreciendo y estimulando las propias iniciativas y competencias.

6. Modalidad pedagógica:

La lectura, la reflexión y el debate crítico de la bibliografía seleccionada brindará el sustento teórico de la materia. El abordaje de estos textos permitirá llevar a cabo una investigación de las políticas de programación de las radios locales.

El diseño de los trabajos prácticos, articulado con el programa y las clases teóricas, está basado en la necesidad de generar una apropiación de conocimientos y herramientas metodológicas para la reflexión sobre las políticas que sustentan las programaciones radiofónicas. A través de las guías de trabajos prácticos, se realiza una lectura y comprensión crítica de la bibliografía, que luego era aplicada al estudio concreta de las programaciones de la radio

Mediante la escucha de ciertas radios seleccionadas, -según una tipología de radios y modelos de programación-, entrevistas a los responsables de la programación, (dueños, programadores, productores, conductores) y a los oyentes-destinatarios de los programas-, se analizarán y realizarán informes cuyo objetivo será reflejar los contenidos y las prácticas dominantes en los medios radiofónicos locales, las formas y modos de interacción de la audiencia con la radio, los criterios económicos y políticos que delimitan las estrategias comunicativas en el mercado radiofónico.

A partir de la lectura de la bibliografía seleccionada y el análisis de los contenidos de los medios radiofónicos locales, los alumnos estarán en condiciones de transferir y aplicar los conocimientos teóricos al diagnóstico de las programaciones que fueron objeto de investigación, la confección de un ensayo analítico desde alguna de las perspectivas desarrolladas en el programa, y al diseño de estrategias y políticas de comunicación propias y/o alternativas a las de las emisoras seleccionadas.

Asimismo, podrán ejecutar esas políticas programáticas en el marco de un producto radiofónico modelo realizado integralmente por los alumnos.

CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES DE CÁTEDRA 2017						
ASIGNATURA / SEMINARIO: POLITICAS DE PROGRAMACION RADIOFONICA						
EXÁMENES PARCIALES				1º	2º	3º
Fecha de examen				25/10/17		
Fecha de entrega de nota				7		
				01/11/17		
				7		
EXAMEN RECUPERATORIO				1º	2º	
Fecha de examen recuperatorio				8/11/17		
Fecha de entrega de nota recuperatorio				15/11/17		
TRABAJOS PRÁCTICOS / INFORMES EVALUABLES				1º	2º	3º
Fecha de entrega de Trabajo Práctico						
Fecha de entrega de nota						
OTRAS ACTIVIDADES DESTACADAS (Visitas, jornadas, charlas, etc.)					Fecha	

📎 **Cronograma tentativo de Cátedra**

(Presentar solo en formato digital al mail: academica@fcc.unc.edu.ar)