



UNIVERSIDAD
FASTA

LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN RADIO

EL VALOR DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA



UNIVERSIDAD FASTA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación Social

Títular de la cátedra: Lic. Pérez LLana, Diego

Autor: Álvarez María del Mar

Octubre de 2016 - Mar del Plata



CAJA CS-03

2016

REPOSITORIO DIGITAL DE LA UFASTA AUTORIZACION DEL AUTOR

En calidad de TITULAR de los derechos de autor de la obra que se detalla a continuación, y sin infringir según mi conocimiento derechos de terceros, por la presente informo a la Universidad FASTA mi decisión de concederle en forma gratuita, no exclusiva y por tiempo ilimitado la autorización para:

Publicar el texto del trabajo más abajo indicado, exclusivamente en medio digital, en el sitio web de la Facultad y/o Universidad, por Internet, a título de divulgación gratuita de la producción científica generada por la Facultad, a partir de la fecha especificada.

Permitir a la Biblioteca que sin producir cambios en el contenido, establezca los formatos de publicación en la web para su más adecuada visualización y la realización de copias digitales y migraciones de formato necesarias para la seguridad, resguardo y preservación a largo plazo de la presente obra.

1. **Autor:** Apellido y Nombre: Álvarez María del Mar
Tipo y N° de Documento: DNI 37.238.216
Teléfono/s: 223 156569709/ 4957269
E-mail: malvarez@ufasta.edu.ar
Título obtenido: Licenciada en Comunicación Social

2. **Identificación de la Obra:**

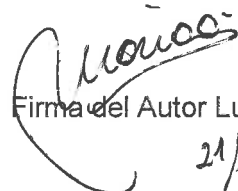
TITULO de la obra (Tesina, Trabajo de Graduación, Proyecto final, y/o denominación del requisito final de graduación)

Los procesos de producción en radio y la formación de los productores

Fecha de defensa 21 / octubre / 2016

3. **AUTORIZO LA PUBLICACIÓN BAJO CON LA LICENCIA Creative Commons (recomendada, si desea seleccionar otra licencia visitar <http://creativecommons.org/choose/>)**

4. **NO AUTORIZO:** marque dentro del casillero **NOTA:** Las Obras (Tesina, Trabajo de Graduación, Proyecto final, y/o denominación del requisito final de graduación) **no autorizadas** para ser publicadas en TEXTO COMPLETO, serán difundidas en el Repositorio Institucional mediante su cita bibliográfica completa, incluyendo Tabla de contenido y resumen. Se incluirá la leyenda "Disponible sólo para consulta en sala de biblioteca de la UFASTA en su versión completa.


Firma del Autor Lugar y Fecha
21/10/16.

BIBLIOTECA

AGRADECIMIENTOS:

Dicen que el agradecimiento, es la memoria del corazón... es por eso que quiero dar gracias ...

A Dios y la Virgen, que como Madre, me llevó de la mano a culminar el trabajo.

A mi familia que me apoyó en toda la carrera y me dio aliento a seguir siempre, ayudándome y siendo un pilar importante en mi vida

Al Lic. Diego Pérez Llana y a la Lic. Ana Lorenzo que fueron muy importantes en este recorrido del proceso de tesis, ayudándome con este trabajo como así también en toda la carrera, dedicándome tiempo y paciencia.

A mis profesores de la carrera de Comunicación Social que aportaron sóildamente a mi formación profesional fortaleciendo mi vocación.

A la Dra. Amelia Ramírez quien me alentó y orientó en los inicios del proyecto.

A todos los productores entrevistados en las radios de Mar del Plata, por compartir experiencias y conocimientos desinteresadamente.

A todo el equipo del Programa Edición Central de Radio Continental, en las personas de Noelia, Cristian, Valentín, que me dan la oportunidad de crecer en el equipo como productora.

Al equipo de Radio Kolbe, de la Universidad FASTA que me dio la oportunidad de participar en sus inicios.

A las personas del equipo de Radio Estación Vinilo que me iniciaron en el apasionante oficio de hacer radio.

A mi compañera y amiga Carolina, con la que compartimos toda la carrera y fue un sostén muy grande en este trabajo, alentándonos mutuamente y siguiendo paso a paso este camino conmigo.

A mis compañeros de facultad, amigos que sostienen y son pilares importantes en la tarea del oficio de estudiante.

A todos, ¡¡¡Gracias!!!

RESUMEN:

Para realizar programas informativos radiales se requiere de una planificación previa y de un orden lógico que guíe toda la emisión. Para llevar a cabo estas actividades está la figura del productor, quién se encarga tanto de planificar el programa, de coordinar la emisión como también de evaluarla. En Mar del Plata hay quienes estudiaron carreras afines y quienes llevan a cabo esta actividad como un oficio, ya que la experiencia es fundamental para ser productor radial.

Objetivo general: Analizar los procesos de producción de los programas informativos radiales de Mar del Plata y comparar los producidos por un productor titulado con lo que son producidos por alguien que no posee formación académica.

Materiales y métodos: Se seleccionó a diez productores de programas informativos de las radios más conocidas de la ciudad, con la condición de que el 50% tuviera título relacionado con el área y la otra mitad realizara el trabajo sólo por oficio, sin contar con formación académica. Se realizó una entrevista a cada uno y se efectuó una observación de su desempeño en el programa.

Resultados: Pareciera que no existen diferencias significativas entre los productores profesionales y los que no tienen título.

Conclusiones: Pareciera que tanto la formación académica como la práctica son fundamentales en este tipo de actividad. Los no titulados cuentan con más experiencia en el medio, explicando quizás estas escasas diferencias entre titulados y no titulados. Sin embargo, con respecto a la planificación del programa se relevó que los titulados se destacan por su valoración y ejecución.

PALABRAS CLAVES: Producción, etapas, formación de los productores, programas informativos, radio.

Índice:

1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 Problema.....	12
1.2 Objetivo General.....	12
1.3 Objetivos específicos.....	12
2. MARCO TEÓRICO.....	14
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	29
3.1 Diseño de investigación.....	30
3.2 Población.....	30
3.3 Muestreo.....	30
3.4 Variables.....	31
3.5 Instrumento.....	31
4. RESULTADOS.....	38
5. CONCLUSIONES.....	54
6. BIBLIOGRAFÍA.....	58
7. ANEXOS.....	61

INTRODUCCIÓN



La radio es uno de los medios que a pesar de que pasen los años sigue vigente. Múltiples razones lo justifican: su alcance prácticamente ilimitado, la inmediatez, la universalidad de sus mensajes, la rapidez, la simultaneidad, y también, su bajo costo de producción, siendo estas características propias de la radio que superan al formato televisivo. Cualquier persona tiene una radio a mano, los autos tienen estéreo en los que se sintonizan las emisoras y así es posible que se pueda escuchar la radio trasladándose de un lugar a otro, como así también hoy en día la mayoría de los teléfonos celulares la poseen. Es el medio que se puede escuchar en cualquier momento del día y en cualquier lugar, ya sea trabajando, estudiando, haciendo los quehaceres de la casa, caminando, etc. Se podría afirmar que la radio es un medio universal, para alfabetos, analfabetos, ricos y pobres ya que mucha gente no tiene acceso a otros medios de comunicación y la radio vendría a ser un medio económico, ya que con poco dinero se puede llegar a miles de oyentes.

En un principio, en la radio sólo se transmitían las noticias más importantes del día. Actualmente al género informativo se le sumaron otros: el musical, el de entretenimiento, el educativo, el de crónica y el de reportaje. Muchas veces en un mismo programa se reúnen varios de estos géneros pero siempre hay uno que predomina. Constantemente aparecen nuevos programas ya sea con una frecuencia establecida u online, pero siempre conservando la magia que caracteriza a este medio y apelando siempre a la razón, a la emoción y a las sensaciones de los oyentes, ya que la radio puede ser considerado como el que más se acerca a su receptor creando así una proximidad emocional y haciéndolo parte del programa. Al momento de realizar un programa se necesitan una serie de recursos entre los cuales se encuentran: los locutores, el personal técnico, los ayudantes y los productores, sin los cuales es inviable.

Dentro de un programa de radio es muy importante la labor de los locutores, quienes le dan vida aportando su voz y el operador técnico, encargado de que se emita correctamente. Pero se debe destacar la figura del *productor* que es una de las más relevantes al momento de llevar adelante un proyecto radial. Sin los procesos de producción, el programa no se podría realizar. Está claro que no es lo mismo producir un programa musical que un informativo.

La producción radiofónica se encarga de determinar las características que tendrá el programa, el diseño y la realización de un producto meramente radiofónico. Esta tarea

exige, sin duda, que quien la ejerce tenga el conocimiento necesario acerca de las técnicas propias de la creación de la programación radial. Sólo el conocimiento permite evaluar cuál es la mejor técnica para el programa que se propone. La producción debe ser la columna vertebral del programa, quien le dé la forma. El equipo que conforma esta área se encarga de organizar la información y la estructura del programa, esto es, establecer cuándo se va a realizar la entrevista, en qué momento se expondrán los títulos, cuando se desarrollará la información. También se debe abocar a controlar los tiempos al momento del aire, debe ser el encargado de velar por la calidad del programa. Además, su labor se extiende a acordar entrevistas, buscar información, preparar la lista de temas musicales, a recolectar audios en determinados casos, etc.

Generalmente los equipos de productores pasan inadvertidos, pero sin ellos, sería imposible lograr un resultado de calidad y perdurable en el tiempo. Tal como reconocen Gutiérrez y Perona (2002) "el producto radiofónico debe ser concebido como un continuum en el que de una manera constante se suceden sustancias sonoras y no sonoras que, fruto de una combinación ordenada, adquieren formas renovadas de significación estética y semántica". Justamente la producción debe ser la encargada de que esta serie de elementos se conjuguen diseñando el producto final y por otro lado, manejar los recursos expresivos que resulten capaz de atraer la atención del oyente.

En este sentido, Rodrigo Alsina (1989: 37) afirma:

"En el mercado de la información, la producción informativa es también la cara oculta de la luna. Los medios de comunicación se presentan como meros transmisores de información. La transmisión se significa como la totalidad de la actuación comunicativa de los mass media. Así, mediante un efecto de ocultamiento, la producción desaparece de la vista del consumidor".

La información que se emite por radio está ya, por así decirlo, procesada por la producción para que los locutores la expresen de tal o cual modo, pero para los receptores esas noticias son las que el locutor decide contar.

Quando hablamos de *Procesos de Producción* nos referimos a las etapas para producir un programa de radio. Son todas las actividades operativas que se realizan antes del programa, durante su emisión y cuando finaliza. El locutor es el encargado de poner su voz, el operador es el que se aboca a la parte técnica de la emisión, a pasar las

cortinas, las publicidades, a cambiar los micrófonos, etc. Y el productor se asemejaría a un director, quien conduce todas las acciones en pos del producto radiofónico. Tres autores, Castro (2001), Villamizar (2005) y Zavarce (1996) consideran que son tres las etapas del proceso de producción: la pre-producción que son las tareas a realizar antes de planificar un programa de radio, la producción que es la elaboración en sí del producto radiofónico y en la post-producción que en el caso de la radio es en vivo generalmente, los productores se encargan de evaluar lo que se emite en ese momento para corregir y mejorar aspectos del programa sobre la marcha, a medida que se emite en vivo.

Hay quienes sostienen que un programa de radio es difundir, otros sostienen que es comunicar y por último otros dicen que es un arte. Si se trata solo de difundir, estaríamos en presencia de una producción pobre, sin creatividad, sin ideas, es más, hasta podría carecer de producción. Si se trata de comunicar, es más complejo, hace reaccionar al oyente, lo hace participe. Aquí la producción alcanza un papel importantísimo ya que con creatividad debe generar contenidos para que el programa sea atrayente para quien lo escucha. Un arte, no porque quienes compongan el programa sean artistas, sino, que es una expresión artística poder combinar y optimizar todos los recursos que nos ofrece el medio.

Al considerar a la radio como un arte, lo que se destaca es que el producir un programa informativo no se tiene que perder de vista que hay que conjugar la parte técnica, el equipo humano, y los recursos necesarios para realizar un buen producto final. Así como en una obra de arte como una función teatral se deben reunir los actores, la escenografía, los papeles de cada uno, los técnicos, el público para poder llevar a cabo dicha obra, el programa radial necesita de alguien que sea el responsable de lograr una eficaz unión de los recursos en pos de hacer el programa más atrayente para los oyentes, para que éste perdure en el tiempo. Para esto es que existe el productor, quién debe informarse de todo lo que pasa en el mundo, debe saber de todo un poco para poder así, enriquecer con su conocimiento el programa. Tal como expresa Mario Portugal (2011) en una entrevista al diario Clarín, un productor puede tener un título universitario o terciario pero "si el resto de las horas no se dedica a capacitarse, va a tener una educación básica, no se va a destacar."

En Mar del Plata existen alrededor de setenta y cuatro radios FM de acuerdo a la información actualizada en 2011 y tres emisoras AM, a éstas se les suman los programas de las radios de Buenos Aires que tienen repetidoras en la ciudad. Lo interesante es comprender que sin el proceso de producción no hay radio, y cómo las radios más importantes hacen su producción ya sea local o de repetidora para que el resultado final sea un producto con mayor audiencia que el resto.

En la actualidad con los portales de internet o los diarios online se ha agilizado mucho el hecho de llegar, encender una computadora y tener la información a mano. Además la radio cada vez más le proporciona al oyente la sensación más intensa de proximidad, por medio del teléfono donde los receptores pueden hacer sus comentarios y que los locutores les respondan al aire, por medio de las redes sociales, por las páginas web de las radios, donde cada uno puede escucharlo en internet en caso de no contar con una radio cerca. En la actualidad la radio crea aún más proximidad con los oyentes incluyendo tecnologías propias de la televisión. Se instalan cámaras en los estudios y mientras los locutores están transmitiendo el programa, los oyentes pueden ver en el estudio. Éstas también son tareas llevadas a cabo por la producción, justamente ésta es la encargada de pensar cómo se puede atraer al oyente para que no prefiera ver televisión antes de escuchar un programa de radio, por ejemplo.

Un programa radial debe guiarse por una planificación previa, tal como expuso Ochoa Guerrero (2006) en su trabajo sobre el "Diseño y producción de la radio revista "Hora Cero", la producción radial es un proceso ordenado y lógico. El orden es fundamental para elevar los cimientos de un programa, en el que todo debe ser realizado en un tiempo determinado, cumpliendo con las pautas publicitarias y la información transmitida, ya que debe ser lo más legible para el oyente, quien no se debería perder en el relato. Cada segmento, cada canción, cada locución debe ajustarse a una planificación, todo con el fin único, que el oyente tenga claro el mensaje transmitido. "También es importante recalcar que el mundo de la radio requiere de investigación, recopilación de información, trabajo y estudio constante de todos los acontecimientos que suceden día a día, para mantener bien informada a la sociedad".

La improvisación en radio muchas veces puede ser un recurso valioso si se lo sabe aprovechar y si se utiliza en el momento indicado, si hay una noticia de último momento es conveniente improvisar y trabajar para poder dar a conocer la noticia con las

entrevistas correspondientes, para darle el énfasis que requiere a dicha nota, dándole seguridad y dominio a la organización del discurso, sabiendo de lo que se habla y atribuyendo confiabilidad a los oyentes. Aunque, al improvisar sin ningún tipo de control, organización o guión, ayuda a que este recurso se convierta en fuente de incoherencias, siendo que la radio es escuchada en todos los sitios y por ello los mensajes emitidos deben ser claros, directos y sencillos.

“En la actualidad muchos programas radiales son simplemente locuciones frías, se colocan canciones, frases sin ningún aporte valioso para los oyentes, provocando que el nivel de cultura de la gente disminuya notablemente” (Ochoa Guerrero, Cristian Fernando 2006). Por este motivo es que la improvisación debe ser utilizada con cuidado y sólo en algunos momentos. Elaborar programas radiales requieren de una correcta planificación y estructura para que el oyente se entretenga y se informe de lo que sucede a su alrededor, para esto debe existir un guión sólido dentro del cual haya lugar para las improvisaciones.

Si bien un programa radiofónico debe ser planificado con anterioridad y se deben ajustar todos los contenidos de modo que el margen de error sea el menor posible, cabe la posibilidad de la improvisación en el vivo. Nina Narváez (2010) realizó un estudio sobre *“la producción de programas radiofónicos en vivo y su relación con la improvisación”* y sus principales conclusiones fueron que la improvisación no solo es aplicable al teatro, las artes plásticas y la televisión sino que es una herramienta ampliamente desarrollada en el ámbito radial, la cual requiere de conocimiento técnico, experiencia y creatividad que permita generar programas de calidad que no desvirtúen la razón informativa y comunicativa de la radio, permitiendo emitir mensajes y contenido de calidad con una visión refrescante que marque diferencias y entusiasme a la audiencia.

La producción en radio debe ser flexible, si bien se debe planificar para lograr un producto ordenado y exitoso, el proyecto debe estar abierto a la improvisación ante cualquier eventualidad y para resaltar el dinamismo del programa.

Si bien no existe un manual de cómo se debe realizar un programa de radio, existen pautas que pueden ayudar a los productores a llevar adelante su proyecto, Araya Rivera (2004) se basó en este presupuesto y realizó un trabajo sobre *“como planear un programa de radio”*. El proyecto consistió en explicar que la planificación en la producción radiofónica es básica para lograr un mayor impacto de los mensajes. Este artículo explica una manera de diseñar un programa o espacio de radio, que pueda transmitirse en una

estación cultural como las emisoras de la Universidad de Costa Rica, una comercial, etc. Se destaca la importancia de la investigación para fundamentar las propuestas, así como los elementos principales de un proyecto de programa radiofónico, que podrán formular profesionales y estudiantes de comunicación o de cualquier otra disciplina.

La producción tiene que seguir un plan para llegar al objetivo del programa, y todo el equipo periodístico debe trabajar en conjunto para lograr lo que se propuso en la etapa de la pre-producción.

La investigación plantea conocer si hay diferencias entre una producción de radio ejecutada por un profesional, con título universitario o terciario, o por una persona que no posee ningún título relacionado con el área, destacando que la organización y la planificación es necesaria para llevar a cabo un programa radial.

PROBLEMA:

¿Cuáles son las similitudes y diferencias de los procesos de producción de los principales programas radiales informativos de Mar del Plata, cuando éstos están a cargo de profesionales calificados y no calificados?

OBJETIVO GENERAL:

Analizar los procesos de producción de los programas informativos radiales de Mar del Plata y comparar los producidos por un profesional titulado con los que son producidos por alguien que no posee formación académica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer la calificación o formación de los productores de los programas informativos seleccionados
- Definir Roles y funciones del productor en un programa radial informativo
- Comparar la planificación de la etapa de pre-producción de los programas informativos

- Identificar el rol del productor en la etapa de la realización del programa de las radios a analizar.

- Releva si los programas informativos tienen instancia de post- producción y analizarla.

MARCO TEÓRICO



Mar del Plata no se quedó afuera del fenómeno radial que se expandió desde su creación en 1920. Apenas dos años después de aquella primera transmisión, se emitió por primera vez una audición local y, para 1926, LU6 Radio Atlántica ya era una realidad. En un principio sólo se emitía la música que se bailaban en los salones y clubes, jazz y típica, pero poco a poco, la radio se afirmó como medio de información y recreación, aumentando la cantidad de aparatos receptores y con ellos los oyentes.

La radio es el medio de comunicación por excelencia, ya que puede ser escuchado en cualquier momento y en cualquier lugar. Es una plataforma elegida para compartir información e impulsar el debate público. También, es un excelente recurso para facilitar el acceso al conocimiento, promocionar el respeto mutuo y el entendimiento multicultural y fomentar la libertad de expresión. Una de las ventajas de la radio es su bajo costo con respecto a los demás medios.

Mar del Plata es líder en todo el país con respecto a la aparición de las radios FM como comunicación alternativa. Con la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009) este fenómeno se consolidó, dándoles más oportunidades a los nuevos profesionales que se insertan en el mercado. Actualmente la ciudad cuenta con setenta y cuatro radios FM y tres emisoras AM y se agregan las radios de Buenos Aires que tienen repetidoras aquí.

Cada medio tiene un lenguaje particular para poder llegar de la mejor forma a sus receptores, así la radio tiene su lenguaje específico. El lenguaje es un conjunto sistemático de signos cuyo uso genera la codificación de mensajes en un proceso comunicativo interactivo entre emisor y receptor. Tal como señala Armand Balsebre (sf):

“la fundamentación de la existencia del lenguaje está en su decodificación, en su percepción e interpretación. Por consiguiente, no existe lenguaje si el sistema semiótico que lo comprende no incluye también su uso comunicativo”.

La radio tiene su lenguaje particular, ya que es la lengua oral, coloquial y conjugada con música y efectos sonoros. Esto es lo que le imprime el carácter de medio de expresión. A propósito del lenguaje radiofónico Fuzellierz (1978: 143) afirma:

“el perfeccionamiento de la técnica no sería suficiente para hacer de él un verdadero lenguaje si no hubiera realizado poco a poco un inventario de la naturaleza misma de los sonidos que transmite (voz, ruidos y música), de su

propio valor y del valor de su mezcla, de la funcionalidad de sus relaciones y de la eficacia de su utilización. Se convirtió en un lenguaje auténtico al definir así empíricamente su gramática y su sintaxis”.

No siempre el receptor interpreta el mensaje tal como el emisor quiso transmitirlo, es por esto que los productores junto con los conductores de un programa de radio deben analizar cuáles son las formas más adecuadas de transmitir un mensaje para que sea entendido lo más parecido al mensaje original, al sentido que le haya querido atribuir el conductor. También se puede tomar desde la perspectiva de que la producción del mensaje nace en el mismo proceso de la interpretación. El locutor debe tener siempre en cuenta que al ser radio donde sólo se escucha la palabra, se tienen que concentrar en que lo que se está diciendo esté siendo comprendido por el público, ya que debido a la rapidez y a lo efímero de la palabra hablada muchas veces se pierde el sentido del mensaje si el oyente no captó a tiempo la idea.

“Los objetos y acontecimientos que se producen a nuestro alrededor carecen totalmente de significado en su simple forma de datos. Somos las personas las que los creamos y les asignamos una significación. La manera cómo situamos conjuntamente unas palabras es un producto de nuestra labor, pero cómo son interpretadas por el receptor es una función de éste y no del emisor” Lee Thayer (1975; 60)

El lenguaje radiofónico comprende cuatro elementos: voz, música, efectos sonoros y los silencios, siendo éstos indispensables para una transmisión en radio, ya que el oyente debe procesar la información que recibe. Estos elementos se combinarán de acuerdo a la intencionalidad del mensaje o al armado de la narración. El productor se encarga de redactar el guión del programa en el que se detalla lo que se va a decir, en cuánto tiempo, la música, las cortinas, las tandas publicitarias, entre otras cosas. El operador debe conocer, guiado por el productor, todos los lineamientos del programa y todos los detalles que conciernen a la imagen de la emisora. A partir de la música establecida por la producción y las cortinas que se emitirán, el operador hace su trabajo.

El lenguaje utilizado en radio se ha convertido en un tipo de lenguaje específico, junto con sus elementos se forma la lengua oral propia de este medio. El sonido es característico de este lenguaje, ya que lo que se emite son mensajes sonoros, que pueden definirse como “una sucesión ordenada, continua y significativa de “ruidos” elaborados por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza, y clasificados según los repertorios/códigos del lenguaje radiofónico (Balsebre.,A. (sf)

El productor debe ser estratégico al momento de saber cómo conjugar la palabra, la música y los efectos sonoros. Se tiene que abocar específicamente a planificar el programa informativo en tanto que es un medio para transmitir la realidad diferente a la televisión que tiene la ventaja de apoyar el discurso hablado en imágenes. El productor debe estar constantemente generando ideas para atraer la atención de los oyentes.

Hace más de cincuenta años Arnheim (1980; 16) expuso que

“la radio está en posesión no sólo del mayor estímulo que conoce el hombre para los sentidos, la música, la armonía y el ritmo, sino que al mismo tiempo, es capaz de dar una descripción de la realidad por medio de ruidos y con el más amplio y abstracto medio de divulgación de que es dueño el hombre: la palabra”.

Una de las características de la radio es que apela no solo a informar a los oyentes sino también a su emoción, crea una cercanía emocional y para lograr esto es que es necesaria la combinación de la palabra con sonidos y silencios. Ricardo Hays (1995) habla de “humanización, que comprende la integración entre la razón, las emociones y las sensaciones. Sin alguna de ellas todo discurso radiofónico será fragmentario”.

La función estética del lenguaje debe estar presente siempre en radio. Yuri Lotman (1995) expone que el lenguaje radiofónico debería producir una emoción estética, considerando que la ficción debe llegar hasta el punto de confundirse con la realidad, y que el conductor debe apelar a la emoción de los oyentes creando así una proximidad que otro medio no puede lograr.

El productor es el encargado de crear un sonido para la emisora que sea recordado fácilmente por todos, asegurando de este modo, el éxito del programa por sobre los demás.

El papel del productor es pocas veces reconocido por los oyentes y por los dueños de los medios, siendo este oficio poco reconocido en el ámbito radial. Sin embargo, es la persona encargada de guiar el programa, es la columna vertebral, quien decide qué temas se van a tratar ese día, el responsable de ordenar y jerarquizar la información seleccionada para ese programa, de proveer de los elementos necesarios al conductor para que el producto final sea exitoso. La persona que se encarga de realizar este trabajo debe ser audaz, creativa, estar bien informada y por sobre todas las cosas debe ser una generadora de ideas para que su programa se distinga de los demás. Muchas veces el productor periodístico es el mismo que invierte el

dinero para obtener un espacio radial, llamado este último como productor ejecutivo que puede o no ser la misma persona.

Para poder llevar a cabo un proyecto informativo radiofónico es necesario que la persona que ocupe el lugar de productor esté informada las 24 horas y conozca sobre los temas a tratar. Las principales herramientas con las que cuenta para realizar su trabajo son conocimientos específicos, conocimientos generales, ingenio y una agenda de contactos.

La labor de un productor es invisible porque es un trabajo que se hace a puertas cerradas y queda opacado por el resultado final. Andrés Franco (2012) destaca que

“El éxito en el show es la combinación del talento del artista con el acertado trabajo del productor. Pero el rol exige estar invisible y que solo el tiempo sea el encargado de reafirmar lo que en algún momento, fue una apuesta segura en el concepto del productor”

“Un buen productor tiene que tener una cultura general muy vasta, sin ese soporte es imposible encarar la actividad, y después todo viene solo, alto nivel de información y sensibilidad” destacó el periodista Víctor Hugo Morales en una entrevista en canal Encuentro. El productor debe generar cierta confianza y complicidad con el conductor, ya que los dos están en pos del mismo objetivo. Además es el encargado de velar por el equipo de trabajo, integrándolo para que todos apunten a los objetivos del programa.

Entre las tareas encomendadas al productor se encuentran las de proponer, documentar, guionar y elaborar los temas a tratar, localizar a los protagonistas o expertos que les interese para ese programa en particular, realizar la previsión de medios para que la emisión sea posible, coordinar a todo el equipo para que el programa sea fluido y estar atentos a los tiempos que se manejan en radio, ya sea para el tiempo de la publicidad o porque la entrevista o nota se hace muy larga. En cierto sentido el productor debe hacer de oyente dentro de la radio, estar alerta por cualquier eventualidad y corregirlo con audacia y eficacia.

Ahora bien, el productor debe tener la capacidad de generar el éxito de su programa, ya sea combinando notas, pensando que se puede mejorar, a quién van a entrevistar al día siguiente, que temas van a ser los más relevantes, interiorizándose en los temas actuales de todos los ámbitos, etc.

“Un productor de radio tiene un papel clave en la creación del contenido de un programa de radio, pero usualmente no están involucrados en la presentación. El productor reúne a todos los diferentes aportes necesarios para un espectáculo, lo que garantiza que la transmisión es de una calidad suficientemente alta y que cumple con todas las normas de radiodifusión aplicables. Los productores de radio funcionan a través de muchos diferentes tipos de programación, tanto de música y basados en voz y el tamaño de la estación, por lo que es un trabajo muy variado.” Alasdair Smith, Demand Media; ¿Qué es un productor de radio?

La labor desarrollada en el área implica un conocimiento amplio sobre los acontecimientos que suceden a diario en la región donde se lleve a cabo el programa y en el resto del mundo. Para construir un programa informativo debe tener además de información, ingenio para transmitir con la mayor claridad posible pero por sobre todo para que el programa sea lo más atrapante para el oyente. Muchas veces esta tarea escapa al productor pero él es el que debería indicar cómo se debería decir, comunicar lo que se va a transmitir y cómo se cumplirán las funciones básicas de informar, formar y entretener.

Los productores de radio no deben perder de vista varios aspectos como la comprensión del público, en la que deben conocer bien el perfil de sus oyentes, una buena creatividad y poseer habilidades de investigación en la que deben llegar a un flujo constante de ideas creativas para las diferentes franjas horarias de los programas de la emisora y que se adapte a diferentes estilos de presentadores y personalidades. “Conocer a la audiencia no es sólo contar oyentes y describir sus comportamientos y gustos, es también comprender el papel que la radio juega con las distintas facetas de su vida”. (Mata, M. C. 2011:24)

Además deben tener buenas habilidades técnicas, esto es la capacidad para planificar, comunicar y coordinar los diferentes aportes necesarios para presentar un programa final, a tiempo y dentro del presupuesto. Se debe atender en todo momento al detalle, un productor debe velar por la relación de todo el equipo de la radio, debe hacer las veces de director del programa, guiando al equipo periodístico en pos de realizar el mejor producto radial posible, ya que “la radio es una industria que prospera con las buenas relaciones personales” (Alasdair Smith, Demand Media.)

Se pueden distinguir distintos niveles en el rol del productor en los que se identifican el productor periodístico, anteriormente mencionado, el asistente de producción, que

generalmente asiste al productor periodístico quien le irá indicando qué debe hacer y hasta cómo debe hacerlo, de esta forma es que los estudiantes o pasantes ganan experiencia para un futuro trabajo en radio como productores.

El productor artístico también se ocupa del contenido pero se aboca más a lo musical, a la elección de cortinas para acompañar la voz del conductor, a la edición de spot publicitarios, en definitiva, a la artística en general que necesita un programa para poder subsistir. Por otro lado, el productor comercial que es el que se encarga de conseguir auspicios para el programa, vender espacios de publicidad para sustentar la radio. La ganancia de una radio es la publicidad, es la fuente de donde se sostienen económicamente. También debe encargarse de armar los juegos o concursos a medida de sus auspiciantes y oyentes, es por esto que muchas veces el productor comercial tiene un papel más creativo e innovador para que los oyentes participen en los concursos e interactúen con la radio, siendo una de las mejores formas para testear si un programa es escuchado.

El productor ejecutivo es el nexo entre el productor general y el equipo de producción, es el que ejecuta, acciona todo lo que los demás productores pusieron en marcha, “desde luego, hace una escucha atenta del programa, orienta, aconseja y propone cambios, hacia el equipo y hacia su jefe inmediato, el productor general” (Vidussi, M. 2007). Por último está el productor general que es el dueño del programa, si se trata de una productora independiente es el que invierte el dinero, pero su rol principal es el que genera la idea del programa. Sugiere ideas de una línea por la cual los demás productores no podrán desviarse.

Actualmente, debido a la baja rentabilidad que tiene una radio, estos distintos tipos de productor se resumen en una sola persona, el productor es el que busca el contenido, consigue la música más adecuada de acuerdo al tipo de programa, se encarga de vender publicidad y lleva adelante todo lo que proponga como idea del programa.

En la promoción de un curso de producción periodística on line, dictado por el docente Aníbal Litvin (periodismo.net) se explica con términos más cotidianos:

“El productor periodístico es el alma del programa ya que su tarea es imprescindible tanto para “la cocina” de las notas como para el impacto de los temas periodísticos hacia el público.”

La analogía con la cocina la hacen muchos de los autores que explican este tema refiriéndose a que la noticia es un “alimento”, y en la producción es dónde se “cocina” la información para determinar cómo se va a decir la noticia y en qué orden.

Toda producción radial debe responder a objetivos propuestos en el proyecto del programa. Para el armado de un producto radiofónico se identifican el objetivo general que es el resultado que busca obtener un productor de la audiencia del programa, y los específicos que son los resultados concretos en áreas específicas. Los objetivos nacen de necesidades definidas que se pretenden cubrir, a saber, las necesidades de la audiencia, la necesidad de la emisora de transmitir contenidos que estén acorde a su filosofía, informar, formar y crear conciencia en la opinión pública y de conseguir los recursos para financiar los programas de la emisora. Todo programa de radio debe cumplir con los objetivos generales de producción, los cuales son, educar, entretener e informar.

Llevar adelante un programa de radio pareciera tarea fácil pero se debe tener en cuenta que para emprender un proyecto de esta índole se necesitan varios recursos técnicos y humanos y su correcta coordinación. Tal como señala el periodista Alfredo Leuco (2008)

“La radio es igual de difícil que la televisión o la gráfica. Hacerla bien requiere de conocimiento, esfuerzo, producción previa y adaptabilidad a sus características como medio”.

Al momento de querer tener un programa de radio, el equipo debe reunirse y desarrollar la idea original plasmándola en un demo escrito por el productor en el que debe indicar el tema, el diseño, los contenidos, el equipo, la emisora en la que habrá que distinguir si el programa es para una radio AM o una FM, la periodicidad con que se va a transmitir y las fuentes previstas para la generación de recursos económicos, es decir, si se vendiera publicidad de qué manera se haría, fijar los precios, las franjas horarias, etc.

Pablo de León coordinador general de La Red sostiene:

“lo correcto sería que una propuesta tuviera que ver con la radio e ingresara por lo artístico para luego evaluarse desde lo comercial; aunque es muy claro que si algo es muy bueno desde lo artístico y no tiene ninguna connotación comercial resultará muy difícil para tener en cuenta, a menos que apostemos a futuro (...)”

Al referirse a los recursos humanos que se necesitan para hacer un programa de radio se hace alusión a que debe haber necesariamente un locutor que lea las noticias y que sea la voz del programa, un operador técnico que sea el que le atribuye su impronta artística y técnica al programa, es el que define la música (junto con el productor), las cortinas, las publicidades, el que calibra los micrófonos y demás. Y una de las piezas más importantes es el productor, el encargado de diseñar el programa en todas sus dimensiones, es el que elige que se va a decir, a los entrevistados, maneja los tiempos al momento del aire, etc.

Hablamos de la producción como de un proceso dinámico que muta de acuerdo a las necesidades, los tiempos, los objetivos y el contexto del trabajo en la radio y del quehacer comunicativo. La producción tiene distintas etapas que se interrelacionan para lograr el producto final.

“La actividad de la producción se sustenta en la originalidad, naturalidad y en la búsqueda constante de significantes y no de una realidad iconográfica que puede desvirtuar la capacidad humana de crear escenarios y visualizar libremente el universo de los imaginarios colectivos” (López Vigil J. I.; 2012)

La producción radial es la adecuada combinación del lenguaje radiofónico en el que se combinan elementos como la música, contenido de un programa, efectos sonoros y creatividad para que se cumplan las tres funciones básicas de un programa informativo: entretener, formar e informar a los oyentes.

El proceso de producción en radio podría dividirse, en primer término, en tres etapas: la pre-producción, la producción propiamente dicha y la post-producción. Estos ciclos deben volver constantemente a la etapa anterior para corregirse entre sí, ya que no es un trabajo lineal sino dinámico.

En la pre-producción se planifica la idea general del programa y la trayectoria que deberían seguir las demás etapas. Es la etapa que le da identidad al programa, realizando un estudio de campo en el que se releva el formato, la duración y la audiencia objetivo del proyecto para poder hacer un producto lo más atractivo para ese público en particular. Se deben contestar preguntas como: por qué lo hacemos, para qué, para quién, cómo, dónde y cuándo.

También se debe planificar sobre el tema que se va a tratar y los recursos necesarios, tanto humanos como técnicos, es decir, cuántas personas integrarán el equipo de trabajo, qué función va a desempeñar cada uno, definir si las entrevistas serán en vivo o telefónicas, si

habrá un cronista que haga móviles en vivo, y los elementos técnicos necesarios para poder llevar a cabo este tipo de programas.

Mario Kaplún (1978) considera necesarios tres tips para la pre-producción, a saber, por un lado, investigar para producir, es necesario realizar una búsqueda organizada de conocimiento y análisis de las ideas ya existentes, observando y combinando datos y así poder reconstruir la forma de comunicar una noticia. Por otro lado, organizar para producir, una vez que se recolectó la información y se correlacionaron las ideas para armar un discurso, se debe buscar la forma de cómo se va a utilizar toda esa información. Los pasos a seguir son: en primer lugar, leer el material recopilado de acuerdo a objetivos, luego seleccionar y fragmentar la información en ejes temáticos y por último redactar un guión y fijarse a qué conclusiones se quieren llegar con dicha información. Por último, tener criterios de selección, dosificación y ordenación de contenidos, en el que se deben priorizar las noticias según su importancia, clasificar en secciones, y pautar el tiempo que debería llevar la transmisión de cada información.

Se debe evitar lo que algunos especialistas denominan el “aluvión informativo”: se busca lanzar al aire en el menor número posible de minutos, el mayor número de noticias, produciéndole al oyente una desinformación debido a que no se explica ninguna y son un bombardeo de información que la persona que está escuchando no llega a asimilar. En esta etapa también se incluyen los tiempos que se deben manejar con las publicidades que auspician la radio, ya que según el acuerdo con el empresario es como se deben acomodar las tandas publicitarias.

La etapa de la producción es la realización del programa propiamente dicha. Se necesita un nivel alto de concentración para estar atento a los tiempos que deben manejar los conductores “al aire” y para saber qué es lo que viene luego, una capacidad de improvisación por cualquier eventualidad y para que el lenguaje radiofónico no pierda la instantaneidad, también es necesario un conocimiento de lo planificado.

Aquí es donde aparece la capacidad de modificar sobre la marcha lo planificado, ya que la radio es espontánea e instantánea y se va modificando a medida que transcurren los minutos. Esto se debe tener en cuenta al momento de planificar para que lo propuesto sea flexible y se pueda cambiar en el momento sin alterar el orden del programa.

Se deben conjugar la improvisación y lo planificado para que de ese modo no se pierda el sentido del discurso, no quede vacío de sentido. Según Mario Kaplun (1978) a un productor

profesional se le exige un conocimiento del hecho a comunicar y de su relación con el contexto físico y cultural, la interpretación exacta de este hecho, poder ordenar los datos con los que cuenta, tener la capacidad de memoria y de comunicación y la facilidad y claridad de exposición que se necesita para que el conductor comprenda la idea exacta de lo que el productor quiere transmitir.

Para producir se debe tener bien en claro la idea que se quiere comunicar, cuál es la razón por la cual se abre un micrófono para decir algo, con que palabras se puede transmitir el mensaje para que el oyente lo reciba con la misma intencionalidad con el que fue emitido como así también mediante qué construcciones se narrará el discurso. No debe olvidarse que lo coloquial, la oralidad y la lengua hablada son la base del lenguaje radiofónico.

No se deben dejar de lado los factores de producción, ya sean los materiales, ya sean cables, micrófonos, sillas, CDs, pen drive, cintas, soportes, las locaciones, es decir, si se graba en un estudio o si se hacen entrevistas en la calle se debe tener en cuenta un móvil y el sonido, considerar la selección adecuada del micrófono, unidireccional u omnidireccional, un conocimiento adecuado del espacio y de la calidad máxima de audio.

La última etapa de la producción es la post- producción en la que se edita el programa si es grabado, por el contrario si es en vivo se realiza una evaluación al término del mismo. Es necesario evaluar críticamente las tareas de cada uno de los que forman parte del equipo, ya que esto va a permitir mejorar los errores de cada rol en particular y así llegar a la mejoría integral del programa. Una de las técnicas que resaltan los especialistas es grabar el programa y escucharlo atentamente detectando las fallas.

Para este ciclo, los tips que propone Kaplun (1978) son: evaluar al personal, la mejor manera de hacerlo es escuchando el programa todos juntos y analizar el producto, siempre teniendo en cuenta las dimensiones comunicativas, culturales y políticas del programa. Se propone un modelo para este tipo de evaluación y es el ICRA, en el que se evalúan la inteligibilidad, la coherencia, la relevancia y la atracción del programa.

. Lo primero a evaluar es la inteligibilidad, esto es, prestar atención al lenguaje, a la locución y a los términos para saber si lo expuesto es entendible para los oyentes. En segundo lugar la coherencia, identificar si el programa tiene una identidad y coherencia propia, si conjuga todos los contenidos de forma ordenada y si se cumplen los objetivos propuestos en la etapa de pre- producción.

Otro de los aspectos a evaluar es la relevancia, si es que es importante lo que se está diciendo, qué importancia tiene para la sociedad lo que se transmite. Y por último la atracción, considerar cuales son los aspectos estéticos, los que se le agregan al programa para que sea más atractivo para el oyente, analizar si se utilizan correctamente los elementos expresivos del lenguaje radiofónico y cuál es la técnica que utilizan para mantener la atención del oyente. Se puede hacer un estudio más profundo sobre cada uno de los recursos que se utilizan como la música, los contenidos si son interesantes o no, el formato y si la locución concuerda con el estilo del programa o no.

Si bien existen estudios universitarios y terciarios para aprender a producir un programa de radio, en esta tarea la experiencia juega un papel importante. La producción periodística es un oficio que con el ejercicio se mejora y se perfecciona, aprendiendo de los errores y generando nuevos contenidos, logrando así un programa de calidad, de renombre y resaltado entre sus competidores. Los estudios pueden proporcionarle al productor las herramientas que debe tener en cuenta al momento de llevar a cabo un programa. Pero si sólo se queda con la teoría el trabajo será pobre y no se permitirá innovar, crear y generar ideas nuevas de acuerdo a las demandas de sus oyentes y de la emisora. Muchos de los productores empiezan trabajando como asistentes en alguna radio y sin estudios previos se van formando en la práctica diaria. "Se trata de un campo de entrenamiento de gran valor para los nuevos talentos, que con un nivel de enseñanza formal debería prepararte para una carrera larga y productiva" (Alasdair Smith, Demand Media).

Con el propósito de diferenciar un productor con experiencia y comprometido con su trabajo de uno que no posee los conocimientos suficientes sobre cómo llevar adelante una producción en radio, José Ignacio López Vigil (2012) detalla las diferencias: el primero considerará su trabajo las 24 horas del día, priorizará el orden y la organización por sobre todas las cosas, debe ser exigente con él mismo y los demás, le interesa poder trabajar en equipo y nunca deja de estudiar, de perfeccionarse y de pensar nuevas y mejores alternativas para su programa o para su trabajo como productor.

Por el otro lado, el productor que no se forma, según Vigil, toma su trabajo con un límite de tiempo como cualquier otro empleo, no maneja un orden con el que realizar las cosas necesarias para el programa, más bien utiliza la improvisación, se basa sólo en dar órdenes y exigir, trabaja sólo bajo su criterio, lo que a él le parece que está bien sin consultar con el resto del equipo y no se nutre con lectura, conocimientos y curiosidad de todos los temas a tratar.

En una entrevista que se les realizó a Mario Portugal y Héctor Yudchak (2011) en el diario Clarín resaltaban “nosotros destacamos la necesidad de capacitarse. Un productor se va a diferenciar de otro porque tiene un cerebro con ideas, porque está capacitado y porque tiene pasión por lo que hace.” Estos autores lo reforzaban diciendo que de la formación de la cual hablan no es sólo académica sino que hay que estar informado sobre la cultura, sobre el deporte y sobre el cine, de tal manera que si se trata determinado tema se sepa de qué se está hablando para que la información sea más interesante, se le pueda sacar más provecho y se pueda realizar un análisis más profundo.

Cuando se dice que un productor debe ser creativo esto significa que más allá de recrear la noticia la debe formular de tal modo de que el oyente sea atrapado por el programa y no todos los programas sean iguales. Esto es justamente lo que hace la diferencia. “Un buen productor le da valor agregado a esa materia prima e instala en la población los temas que el poder no quiere dar a conocer” (Scabuzzo, F. 2011). Así mismo es tarea tanto del periodista como del productor generar debates y transmitir la realidad de las cosas, con el mayor objetivismo posible.

Con las nuevas tecnologías se han ampliado los campos de información y les concedieron nuevos desafíos a los productores al multiplicarse la cantidad de fuentes, un trabajo que debe ser más cuidadoso al momento de recoger la información siempre velando por la verdad. “Vivimos una época en que el desarrollo y crecimiento del periodismo estará basado en su “acuracidad”, es decir en su precisión y exactitud, somos guardianes de esos valores” (Scabuzzo, F. 2011).

Un productor debe escuchar radio, ya sea por internet, clásicas, nacionales, malas, buenas, populares, alternativas, cualquier tipo de radio es de ayuda, ya que escuchando lo que hacen otros puede analizar sus errores para no cometerlos en su programa y para evitar repetir los temas y la idea del programa, siempre siguiendo la identidad propia de la emisora.

Ahora bien, es diferente la labor de un productor de un programa musical al de un *programa informativo*, este último deberá estar atento a todo lo que pase en la sociedad minuto a minuto, a todos los actos que se lleven a cabo desde el Municipio y deberá acordar entrevistas con personajes políticos en su mayoría, como así también tendrá que tener conocimiento de cultura general, debe saber un poco de todo.

Al centrarnos en los *programas informativos* debemos en un principio definir en qué consiste tal formato. Para empezar diremos que la música será secundaria, como fondo de lo que dice el locutor y que la mayor parte del programa será informativo, dando noticias y realizando entrevistas de interés general.

En un principio las emisoras más adecuadas para este tipo de programas eran las AM ya que en ellas prevalece más lo hablado por sobre la música y en las FM se hace al revés, son más lúdicas. Pero en los últimos años esta brecha se ha vuelto cada vez más delgada y ya en las emisoras de frecuencia modulada se incluyen ciclos periodísticos y de entretenimiento en los que la música ha pasado a segundo plano.

“Producir para AM o FM si obviamente que es distinto seguro, en algunas cosas se tocan porque también trabajas con noticias del día, la FM es más relajada, puedes usar más notas atemporales” Martín Reich, productor de Metro.

Algunos autores como Muñoz y Gil (1994:48) consideran al programa radiofónico como “el conjunto de contenidos que con un tiempo y título determinados son difundidos por radio, integrándose en la programación, generalmente con un estilo propio” a lo que se podría agregar que el programa informativo es el indicado para el desarrollo de los contenidos informativos, en el caso de este trabajo, los hechos que acontecen día a día en Mar del Plata y el mundo.

A la hora de realizar un *programa informativo* radial se deben tener en cuenta los roles y funciones de cada integrante del equipo, ya que cada uno, desde su actividad en particular debe aportar para que el programa sea viable. La función que se le asigna a cada uno es la responsabilidad que asume cada integrante a la hora de organizar un programa de radio, es decir, lo que de antemano se sabe que esa persona debe hacer para cumplir con su trabajo. En cambio, el rol no está predeterminado, sino que es cómo esa persona se desenvuelve en su actividad laboral, cómo realiza esa función que le ha sido asignada.

El productor debe encargarse de indicar los temas que se van a tratar en el programa, que redacte noticias, que escriba una lista de temas sobre los que se puede hablar, que proponga personas para realizar una entrevista, que busque la información, informe a los conductores, coordine las notas que deberán realizar los cronistas y les brinde datos sobre ese acontecimiento que debe ir a cubrir. Se necesita estar informado todo el tiempo, tener una agenda de contactos y lo que no puede faltar es el ingenio. La creatividad es indispensable al

momento de producir un programa, la idea debe ser original y al mismo tiempo exitosa y que se informe la realidad.

Aunque los *programas informativos* se aboquen específicamente a la transmisión de noticias y a informar sobre lo que pasa en la realidad, no debe dejarse de lado la artística, que siempre tiene que estar presente en un programa. Desde su visión de productor, Marcelo Manuele (2008) dijo:

“No quiero que la artística esté por encima de los contenidos periodísticos. Lo más importante es mantener el equilibrio entre ambos, y que lo artístico realce lo periodístico, no que lo tape. La artística termina de completar el discurso y lo materializa en un mensaje radiofónico, hace posible su transmisión con un nivel más atractivo para el oyente”.

La identidad del programa se la aporta la artística, según Anselmo Marini (2015), y esto se da debido a que muchas veces la artística es el fondo y no la figura y tal como expone Mc Luhan “el fondo es aquello que distrae lo justo como para que la figura no pierda presencia”, el lenguaje radiofónico es distinto al lenguaje cotidiano en el sentido de que se debe conjugar con otros elementos artísticos como la música, las cortinas, los efectos sonoros, los tonos altos y bajos para no perder la atención de los oyentes.

Para la producción de un *programa informativo* las fuentes que se deben tener en cuenta son en primer lugar los diarios, luego las agencias de noticias, las auditorías, las gacetillas de los políticos, los portales de internet, los diarios extranjeros. Actualmente es necesario atribuirle considerable importancia a las redes sociales, ya que la inmediatez ayudará a estar informado las 24 horas. “Hoy en día las redes sociales se han transformado en lo que antes eran los llamados en la radio” (Anbinder, H. 2010). Funcionan como una especie de termómetro para saber que alcance tuvo una noticia, si tuvo repercusión en la audiencia.

“La producción de radio bien hecha es una forma de arte, al igual que lo es la producción en televisión. Tenemos la posibilidad de crear imágenes con palabras que pueden durar más de lo que duran las fugaces imágenes de televisión”

DISEÑO METODOLÓGICO



Clasificación:

Se trata de un diseño no experimental ya que se observaron fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Los productores radiales fueron observados en su ámbito de trabajo natural, en el programa en vivo, y se los entrevistó para conocer cómo llevan a cabo esa producción. La situación no es provocada por el investigador no hay ni manipulación ni asignación al azar. Se observó al productor de un programa informativo en su trabajo sin incidir ni alterar la situación.

Además es transeccional descriptiva ya que se midió la actividad de los productores de radio en los programas informativos de diez radios en un tiempo determinado y se proporcionó la descripción sobre los procesos de producción llevados a cabo por productores con formación académica y por personas que se desempeñan en producción sin título. El procedimiento de este diseño consiste en medir en un grupo de personas u objetos (en este caso un grupo de productores de radio) una o más variables y proporcionar su descripción.

Población:

El universo o población son los productores de radio de programas informativos de radios AM y FM de Mar del Plata en 2016.

La muestra a analizar está integrada por 10 productores radiales de programas informativos de la ciudad de Mar del Plata.

Muestreo:

Esta investigación se realiza con un muestreo no probabilístico, es decir "por conveniencia" ya que no es aleatoria. Se eligieron los productores de acuerdo a las radios más conocidas, comerciales, de Mar del Plata. Además sólo se tomaron los productores de los programas informativos.

Se trata de un muestreo "accidental o por comodidad" ya que se tomaron las unidades que estaban disponibles en el momento de la recolección de datos.

La muestra fue compuesta de 10 productores de las radios más escuchadas de la ciudad, siendo que el 50% de la muestra fue conformada por productores con formación académica y el resto sin formación académica y además debieron contar con la condición que se desempeñasen en emisoras AM y FM. En el caso en que esta diversidad de productores no se encontró entre las radios seleccionadas, se realizó una selección forzada hasta equiparar los dos grupos de productores.

Variables:

Las variables de esta investigación, titulación de los productores de radio-programas informativos, son de carácter cualitativo. Dentro de esta clasificación son variables dicotómicas ya que el productor es titulado o no, y no hay otra opción.

Las similitudes y diferencias entre los productores radiales de programas informativos titulados o sin titulación se midieron a través de entrevistas en profundidad. Se entrevistó a los productores seleccionados para relevar si el poseer un título universitario, terciario o de otra índole marca la diferencia en el proceso de producción de un programa informativo radial. Además se realizó observación no participante del productor en su actividad normal en un programa. El objetivo fue ver cómo se llevan a cabo los procesos de producción, de acuerdo a la formación profesional del productor. Se entrevistó a 10 productores de programas informativos de radios de Mar del Plata y además se hizo la observación de un programa de cada productor.

INSTRUMENTO:

•Modelo de entrevista:

Datos personales:

Sexo:

Edad:

Tipo de Emisora . FM-AM

Roles:

Funciones:

Antigüedad:

- 1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área?
 - (a) En el caso afirmativo: título
 - ¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica?
 - ¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera?
 - (b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia?
 - ¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio?
 - Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo?

- 2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?
 - Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
 - Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
 - Chequeo de fuentes
 - Recepción información, mails de prensa
 - Se ocupa de organizar la estructura del programa
 - Pacta notas previamente
 - Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:
 - (a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada?
 - (b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta?
 - (c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados?
 - (d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron?
 - (e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa?
 - (f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa?

- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas

3) ¿A qué le dedica más tiempo?

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa?

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión?

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa con respecto a la producción?

5) ¿Cómo chequea la información?

6) ¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia?

7) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma?
¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio?

8) ¿Cuáles de estas funciones y tareas realiza en las etapas de la producción?:

ACTIVIDADES:	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA	¿CREEES QUE ALGUNA ESTÁ DE MÁS?
Planificación de la idea del programa						
Planificación de los temas a tratar (agenda)						
Planificación de las entrevistas						
Audiencia objetivo						
Recursos necesarios para realizar el programa: humanos y técnicos						
Investigación previa para enriquecer las noticias y organizarlas						
Redactar un guión						
Selección, dosificación y ordenación de los contenidos (teniendo en cuenta los tiempos del programa)						
Realización del programa						
Capacidad de improvisación						
Investigación periodística						
Temas del día (cobertura)						
Organización y jerarquización del material seleccionado						
Control de tiempos al aire						
Agenda de entrevistados						
Comunicación con el conductor						
Musicalización						
Comunicación con columnistas						
Organización del equipo						
Tomar decisiones (liderazgo)						
Generador de ideas						
Edición (en caso de que sea grabado)						
Evaluación: roles de cada integrante del equipo y aspectos técnicos en general						
Modelo ICRA: inteligibilidad, coherencia, relevancia, atracción del programa						

• Grilla de observación: (Excel)

ETAPA 1: PRE-PRODUCCIÓN							
ACTIVIDADES	TAREAS que se realizan	ACTORES que intervienen	RECURSOS		TIEMPOS	OBSERVACIONES	REACCIÓN O PLANIFICADO
			Tecnológicos (soportas, insumos)	FISICO-ESPACIALES			
ACCESO A LA INFORMACION (Conocimiento de los acontecimientos)							
CONTROL DE RELEVANCIA SEGUN CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD							
PLANIFICACION DE LA COBERTURA DE LOS ACONTECIMIENTOS (guión)							
PLANIFICACION DE ENTREVISTAS							
AGENDA							

ETAPA 2: PRODUCCIÓN

ACTIVIDADES	TAREAS que se realizan	ACTORES que intervienen	RECURSOS		TIEMPOS	OBSERVACIONES
			TECNOLOGICOS (soportes, insumos)	FISICO-ESPACIALES		
JERARQUIZACION Y ORGANIZACION DEL MATERIAL SELECCIONADO						
CONTEXTUALIZACION E INTERPRETACION DE LA INFORMACION						
ADAPTACION DE LAS NOTICIAS AL FORMATO RADIAL						
ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO						
CONTROL DE TIEMPOS AL AIRE						
TRANSMISIÓN DE NOTICIAS (EN VIVO)						

ETAPA 3: POST-PRODUCCION

ACTIVIDADES	TAREAS que se realizan	ACTORES que intervienen	RECURSOS		OBSERVACIONES	FORMALIZACIÓN
			TECNOLOGICOS (soportes, insumos)	FISICO-ESPACIALES		
EVALUACION						
EDICION (No necesariamente)						

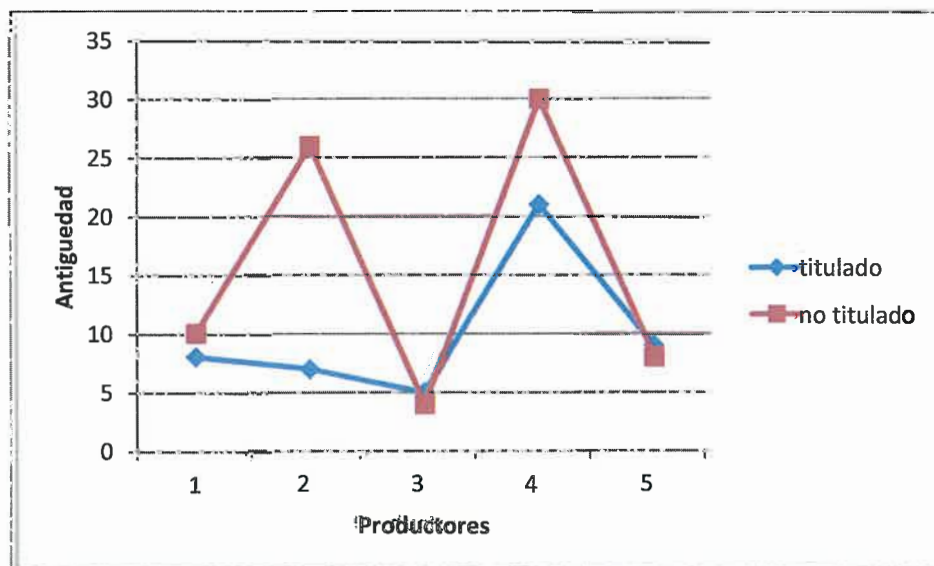
RESULTADOS



A partir de la investigación realizada, se observa que de la muestra analizada de diez productores, siete pertenecen a radios FM (M, EV, BR, FM 95.3, R, C) y tres a emisoras AM (LU9 y LU6). La población entrevistada se compone de siete hombres y tres mujeres, que cuentan con un rango de edad que varían entre los 23 y los 69 años y la antigüedad con la que trabaja cada uno en radio ronda entre los 4 y los 30 años dedicando su vida a este medio.

Los productores *sin formación académica* tienen una antigüedad que oscila entre los 4 a 30 años, y los que cuentan *con formación académica*, entre los 5 y los 21 años trabajando en radio. La mayoría comenzó como un ayudante de producción y antes de realizar la actividad que desempeñan en la actualidad, pasaron por distintos puestos dentro de la radio y luego fueron aprendiendo a producir. Quizás los productores no titulados tienen más años de experiencia debido a la inexistencia o escasez de ofertas académicas para la formación profesional en el área en la época en la que iniciaron su actividad en radio. Es posible que por lo anteriormente mencionado, debieran aprender fundamentalmente con la práctica.

Gráfico 1: Antigüedad laboral de los productores en el medio



Fuente: Producción propia

Entre los productores titulados, se relevó que una sola productora posee el título de Producción integral de radio y televisión, el 40% tiene título de Comunicación social (una es técnica y otro licenciado), otro de los productores posee el de Periodismo, otro el de Periodismo deportivo y el título de Locución.

Los productores titulados, se refirieron a la *teoría* como algo necesario para aprender a crear la noticia, a estimar que para realizar este tipo de trabajo, siempre tienen que estar informados mediante diferentes fuentes, a armar una agenda de contactos y a saber estructurar un guión.

Tanto los productores titulados como los que no poseen título le atribuyeron gran parte del conocimiento de la producción a la práctica. Dos de las productoras tituladas destacaron que en la carrera no aprendieron nada sobre la producción en radio en sí (una de ellas técnica en comunicación social y la otra productora integral de radio y tv), sino que esto se los dio la práctica. La mayoría empezó llamando por teléfono a los entrevistados, editando algunos audios, armando las agendas y así es como desarrollaron habilidades para producir un programa de radio.

Con respecto a los cinco productores que realizan su trabajo como un oficio (no titulados), destacaron que la experiencia no prevalece sobre el estudio, ya que, la teoría es fundamental a la hora de evitar cometer errores que podrían evitarse si se tuvieran los conocimientos necesarios sobre determinadas cuestiones de la producción radial y haría el trabajo más fácil.

Otra de las cuestiones que los productores que cuentan sólo con la práctica (no titulados) refieren es que la teoría es necesaria al momento de conjugar los contenidos periodísticos de manera tal que sean comprensibles para los oyentes, que sin el apoyo de una imagen como en televisión, informen y entretengan a la vez. A todos los entrevistados que no tienen título universitario ni terciario *después de años trabajando en radio*, les hubiese gustado estudiar alguna carrera afín ya que sostienen que con la teoría podrían haber aprendido más rápido y hubiesen tenido más conocimientos para poder producir un programa informativo radial. Se observó que al contrario de lo que plantea Vigil (2012) con respecto a la diferencia entre los productores con formación académica y los que no tienen formación, el orden es primordial para la producción ya sean titulados o no, tal cuestión es percibida por el 40% de los productores sin título, pareciera que organizan más su programa que otros productores titulados.

Uno de los no titulados señaló que la *experiencia* está a destiempo de lo que es el trabajo en los medios. Quizás los estudios otorgan conocimientos prioritariamente teóricos dejando de lado la práctica en un medio real, donde el estudiante pueda conocer los tiempos de la radio, que no son los mismos que en una práctica radial de un ámbito académico, cómo se maneja un programa, y las cuestiones que no se deben dejar de lado para obtener un producto radiofónico exitoso. Además la práctica que se realiza en dichos ámbitos está sometida constantemente a una evaluación que quizás no responda del todo a las necesidades del campo profesional y los alumnos la realizan en muchos casos sólo para aprobar. Tal como se desprende de algunos teóricos, si el productor se queda sólo con la formación académica y no amplía su cultura (deportes, cine, arte), no se permitirá innovar y generar nuevas ideas, creando un programa acorde a la demanda de sus oyentes.

Entre las *tareas destacadas por los productores* se encuentran la de producción y coordinación de aire, organización de sorteos, escuchar los llamados de los oyentes, contactar a los entrevistados, la planificación de notas, el reemplazo del conductor si se ausenta, el control de tiempos y de tandas comerciales al aire y la producción de algunas secciones en particular. Además se encarga de coordinar con los columnistas para que vayan al programa o para que salgan por teléfono, algunos coordinan la subida de los materiales a las redes sociales. Otras de las actividades que realiza el productor es la edición de notas para luego pasar los fragmentos en los informativos, para enviarle el material al funcionario entrevistado.

Si analizamos estas tareas en los grupos de titulados y no titulados encontramos que entre los titulados el 100% realiza la coordinación de aire y organizan a los columnistas. El 60%, contacta a los entrevistados para realizarles notas en el programa. El 40% escucha a los oyentes, planifica las notas y realizan edición de audios. Sólo el 20% expresa que realiza sorteos, reemplaza al conductor en caso en que éste se ausente. Ninguno de los que tienen formación académica planifica las secciones de su programa ni planifica la subida del material a redes sociales.

El 60% de los que no poseen título coordinan el aire, organizan a los columnistas y realizan edición de audios. El 40% planifican notas, piensan las secciones particulares del programa y planifican la subida de material a las redes. El 20% escucha a los oyentes,

contacta a los entrevistados. Ninguno de los consultados realiza los sorteos ni reemplaza a los conductores.

Los principales roles que cumplen todos los productores son el de producción integral, el 40% realiza coordinación de aire (dos titulados y dos sin título), uno de los productores (titulado) cumple la función de co-conductor. Otra de las productoras tituladas es periodista deportiva en el programa, y dos productores sin título además de producir, cumplen la función de operador técnico, cuya actividad está relacionada con el área técnica (manejo de consola de operación) que se necesita para que el programa salga al aire. Se desprende que quizás los productores con título se centran en la planificación del programa y los no titulados, cumplen con mayor flexibilidad los diferentes roles que se necesiten en el programa. Los dos que tienen que realizar la tarea de operación técnica deben dividir sus esfuerzos en producir y operar a la vez, y esto sucede debido al bajo presupuesto de las emisoras. El detalle para un productor es fundamental, y en el caso en que tengan que estar cubriendo otros puestos esto puede verse opacado por tener que realizar varias tareas al mismo tiempo.

La tarea de producir se podría dividir en tres etapas: la pre-producción, en la que se realiza la planificación del programa, la producción, la etapa de realización del programa propiamente dicho y la post-producción, es decir, la evaluación o edición de la programación.

Etapas 1: Pre Producción

Los productores son los encargados de contactar a los entrevistados y coordinar una nota para ese día, realizando una investigación previa de los acontecimientos y de los entrevistados. Le brindan mucho tiempo a leer varios portales de internet e informarse con diversas fuentes para no quedarse con una sola voz, en esta tarea el conductor interviene activamente. Tanto los productores titulados como los que realizan su actividad como un oficio, tienen clara la idea que desean comunicar y esto es primordial a la hora de tener buenos resultados.

El total de los productores con formación (100%) y el 80% de los productores sin título priorizan las principales noticias del día y en general realizan notas con los mismos funcionarios a lo largo de la jornada. Mar del Plata es una ciudad donde los medios se valen mucho de las noticias que se emitan a primera hora en los portales de internet,

redes sociales y en menor medida en programas de televisión, para organizar la agenda diaria.

Para los productores que revisan noticieros televisivos (40% de titulados y 40% de no titulados) debería haber un servicio informativo en Mar del Plata las 24 horas como en Buenos Aires. Se deduce que, tal como se plantea en el marco teórico sobre los medios utilizados para ir en busca de los protagonistas de la noticia hoy, los portales de internet son la fuente más utilizada, ya que su inmediatez y utilidad han contribuido para que sean una fuente accesible.

Al momento de planificar un programa se debe tener en cuenta el formato que se utilizará y así definir la estructura del producto radiofónico. Al analizar programas informativos todos los productores (tanto titulados como no titulados) además de tratar los temas del día, agregan noticias de interés general y en menor medida (el 60% de los entrevistados) le atribuyen un tinte lúdico al programa intentando atribuirle mayor dinamismo. Los diez productores se dedican a buscar la mayor cantidad de fuentes posibles para corroborar la veracidad de las noticias, especialmente si se publica en las redes sociales. Las redes sociales cumplen un rol fundamental en la actualidad y todos los productores conscientes de esta situación, estuvieron de acuerdo en que es necesario evaluar la veracidad de la fuente.

Para la selección de las noticias a tratar en el día, los productores y conductores realizan un recorte de información de acuerdo a la importancia y urgencia de los mismos. En esta fase no se registraron grandes diferencias entre los titulados y los no titulados, ya que el 90% de los productores se guía con los portales de internet y con los temas de agenda que imponen los medios. Una sola de las productoras (con título) realiza producción propia, para esto parte de los temas más cotidianos como por ejemplo el precio de alguna verdura, se comunica con el encargado del mercado central y generan una nota propia que luego tenga repercusión en los demás medios. Para realizar producción propia es necesario un trabajo extra que comprende el generar ideas e instalar informaciones que nadie dé a conocer, que, junto con la creatividad del productor, son instaladas en los demás medios y así en los oyentes.

En todos los programas también tratan temas de interés general y en el 60% de los casos se eligen las notas sobre cuales hablar de acuerdo al interés de los oyentes. En esta selección intervienen 40% de los productores titulados, y el 20% de los no titulados,

por lo tanto, quizás los productores no titulados no posean suficientes herramientas para investigar a su audiencia objetivo. En teoría el productor debería analizar los potenciales oyentes para saber a qué público se dirigen, con que lenguaje y que música usar.

Con respecto al tiempo que le dedican a la investigación previa, el 100% de los productores busca la información un rato antes del programa y durante su emisión estando atentos siempre el minuto a minuto en los portales de internet ante cualquier urgencia. Sólo el 50% de los entrevistados realiza la búsqueda el día anterior al programa, entre los cuales dos corresponden a productores titulados y tres a productores sin título. Aquí, nuevamente se ve reflejado que la organización en los programas es similar en los dos casos. Se observó que en esta tarea interviene más el conductor que el productor, ya que al que conduce le resulta más fácil llevar su propia información para poder tratar los temas al aire. Al ser programas informativos, lo que prevalece es la información del día y las noticias que surgen durante la jornada, es por esto, quizás que esta tarea se realiza con poco tiempo de anticipación, siendo que minuto a minuto se dan a conocer nuevos acontecimientos.

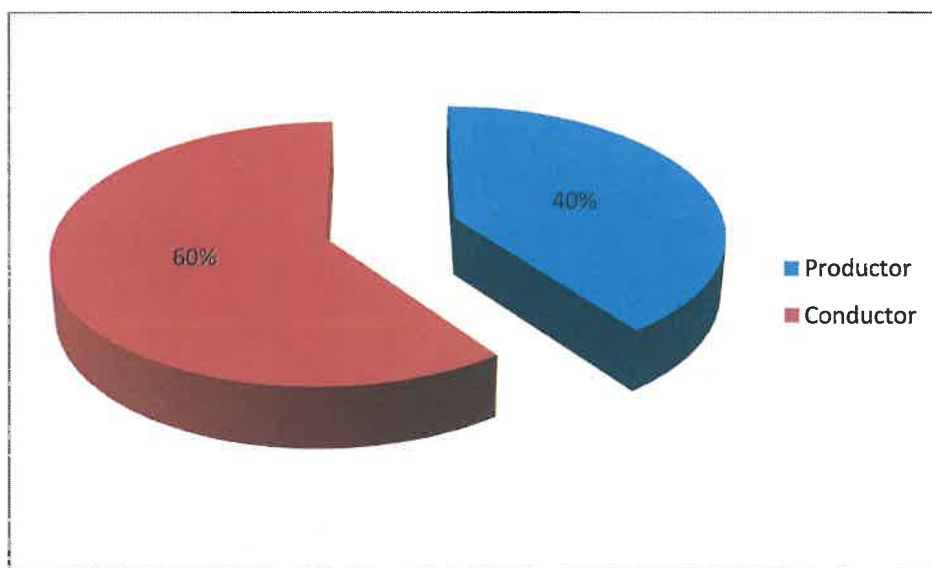
El total de los productores titulados (100%) y sólo tres sin título (60%) planifican todo el programa en todas sus dimensiones porque aseguran que el orden es fundamental, dándole lugar a la reacción, a la improvisación ya que muchas veces los entrevistados fallan o sucede algo a último momento y deben dejar para otro día las notas pactadas. En los medios si bien debe seguirse una planificación para que la emisión sea ordenada, la flexibilidad debe estar siempre presente ya que en los programas informativos se cuentan hechos noticiosos, y estos suceden sin que la producción tenga un control sobre ello. A diferencia de los titulados, hay dos productores sin título que priorizan la improvisación por sobre la organización. Esto refleja la importancia que le dan los productores con formación académica a la planificación en la producción.

Se observó que el trabajo en equipo es importantísimo en este tipo de tarea, en los dos grupos, todos los integrantes conversan sobre los temas que se van a cubrir en el programa del día, proponiendo ideas y notas para realizar y se indica qué noticias merecen que el protagonista cuente con su propia voz los acontecimientos o cuáles pueden ser nombradas por el conductor y seguir adelante.

Se observó que los productores, en su gran mayoría (90%), trabajan en equipo con los conductores en el diseño del programa. Por lo general el líder dentro de los programas

informativos observados es el conductor y no tanto el productor como debería ser. Se desprende de los datos que, en general, los conductores son los que deciden a quién entrevistar y en qué orden. Sólo el 40% de los productores lidera siempre en el equipo de trabajo (tres titulados y uno sin título).

Gráfico 2: Liderazgo en el equipo



Fuente: producción propia

Si bien los expertos destacan que lo óptimo es redactar un *guión* detallando los pasos a seguir dentro del programa, se observó que sólo tres productores arman un guión (dos productores sin título y uno titulado). Otro grupo, el 20% de los titulados y el 20% de los no titulados realizan una *agenda* donde se detallan las noticias del día y los entrevistados para tener una referencia a quien se va a llamar ese día o quienes están invitados. En tres casos (40% de los productores titulados, 20% de los no titulados) son los conductores los que llevan una agenda armada y le informan al productor a quien tiene que llamar y en qué orden. Aquí es dónde se evidencia la complicidad que el productor genera con el conductor para guiar la transmisión de las noticias. Por último,

dos de los productores sin título nunca realizan un guión, no detallan nada del programa antes de comenzar, sino que se informan hablando con el conductor y en el momento se decide qué hacer. De esto se desprende la importancia de plasmar las noticias y los horarios estipulados para las tandas comerciales, ya que, sin ese orden se produce un aluvión informativo el cuál produce una desinformación en los oyentes.

Sólo el 40% de los productores interviene para decidir si una nota debe ser explayada o no, de los cuales tres son productores titulados (60% del total de titulados) y sólo uno (20%) sin título. Se evidencia que quizás el productor formado tenga más herramientas teóricas para conocer los criterios de noticiabilidad y saber cuándo una nota merece mayor tiempo y cuando debe ser acortada. Los programas informativos de Mar del Plata le atribuyen gran importancia a lo local, luego a la nacional y por último a lo internacional. Al ser una ciudad relativamente chica los productores, periodistas y trabajadores de los medios se manejan con un estilo parecido al momento de armar un programa radial con la información del día. Son un servicio a la comunidad a quienes alertan sobre cualquier tipo de inconveniente, paro, suspensión, o acontecimiento que ocurra en la ciudad.

Los programas radiales deben enriquecerse con la voz de los protagonistas de las noticias, y es por esto que el productor se encarga de la planificación de las entrevistas. Cinco productores (50%) de los cuales tres tienen título y dos no, pactan las notas con anticipación, ya que necesitan saber antes de comenzar el programa con quien van a hablar y sobre qué tema. Esto también favorece al momento del vivo que se deben respetar los tiempos del aire.

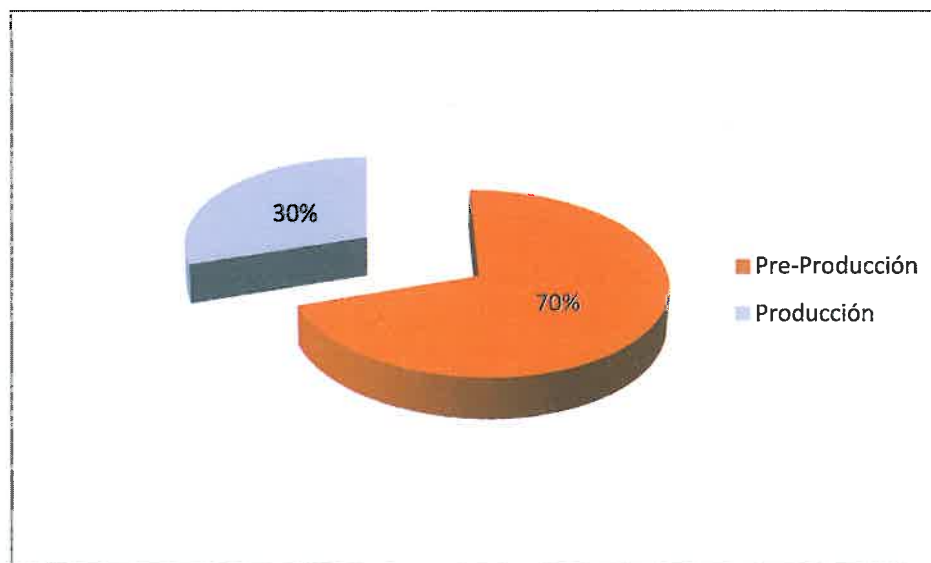
No se registraron diferencias en torno a la modalidad de las entrevistas, ya que, en todos los programas invitan funcionarios o personalidades públicas con regularidad, como una manera de realizar una entrevista más en profundidad que la que puede ser por teléfono. Tanto titulados como no titulados al momento de planificar una entrevista contemplan la posibilidad de realizarla por teléfono o si es un tema más importante o la personalidad lo amerita, invitarlo al programa. Se deduce que no existe diferencia al momento de combinar datos y generar ideas para que la noticia sea más atrapante.

La planificación del programa debería ser estructurada cada día con todo los detalles sobre notas, temas a tratar, columnistas, notas comerciales, informativos y tandas comerciales, para que no haya margen de error. En ciudades más grandes o programas

más escuchados, trabajan varios productores a la vez para un mismo conductor, pero la realidad en Mar del Plata es diferente, ya que si bien hay muchos periodistas graduados o estudiantes de carreras afines al área de la comunicación, en radio es difícil encontrar una buena remuneración y más difícil aún se le hace al productor que no es una figura reconocida en los medios, y es por esto que quizás también hay productores no titulados, ya que, con creatividad, ingenio y generando ideas se puede realizar esta tarea.

La etapa de la pre-producción es la más importante, ya que es donde se definirá la estructura de lo que será después el programa radial. El 70% de los productores (80% de los titulados, 60% de los no titulados) le dedica su mayor tiempo a la pre-producción, al armado de notas, a contactar a los entrevistados, a leer noticias para mantenerse informado, a escuchar y prestar atención para saber qué tema puede ser interesante para plantear en el programa. Esta diferencia entre los dos grupos puede deberse a que sin la planificación del programa éste no existiría, por lo tanto, el productor aúna sus esfuerzos en diseñar un programa informativo que cumpla con las expectativas de la radio. El resto de los productores (20% de los titulados, 40% de los no titulados), le dedica su tiempo a la producción en sí, al estar en el programa y estar atento para que no se pierda el dinamismo.

Gráfico 4: Dedicación del tiempo a las etapas de producción



Fuente: Producción propia

Etapa 2: Producción

Seguida a la pre-producción, a la cocina del programa, se realiza la producción en sí que es la realización del programa, la etapa donde se lleva a cabo todo lo que se planificó de antemano, y el productor es el encargado de guiar el programa hacia su objetivo final. Todos los productores (titulados y no titulados) están presentes en la transmisión en vivo del programa, para coordinar el aire. Luego de la investigación previa que se realiza en la etapa anterior es necesario ordenar y jerarquizar la información, y esto el 100% de los productores (titulados y no titulados) lo llevan a cabo junto a los conductores organizando las notas según orden de noticiabilidad.

En esta etapa no se registraron diferencias significativas, ya que, tanto los que cuentan con formación académica como los que no tienen título, una vez que seleccionan el material organizan el programa de acuerdo a la importancia de la noticia o del entrevistado y de la reacción de los oyentes ante diferentes temas. Esto puede ser el resultado de cubrir los objetivos propuestos por los que organizan un programa informativo, en el que al armar un programa se tienen en cuenta necesidades definidas que pretenden cubrir, tales como las del oyente objetivo, la necesidad de transmitir contenidos que formen, informen y entretengan a la vez.

En todos los casos (titulados y no titulados) trabajan en equipo junto al resto de los miembros que integran el programa. En los programas analizados uno sólo cuenta con once miembros y el resto varía entre los tres y siete integrantes. Para poder realizar un buen análisis de las noticias y una buena interpretación es necesario que el equipo trabaje colaborativamente, con el aporte de cada miembro. Se realiza un intercambio de información para enriquecer las noticias, todo el equipo pone en común los temas que se irán a tratar en el programa y en general se observó que en esta tarea interviene más el propio conductor que el productor.

El 70% de los productores (cinco titulados y dos sin título) además de llevar la información necesaria para llevar adelante un programa, realizan un chequeo de fuentes antes de la emisión del programa sobre todas las noticias que se irán a transmitir y de buscar información adicional sobre los funcionarios o personalidades a entrevistar. El 30% restante correspondiente a tres productores sin formación académica que no realiza este chequeo antes del programa. El chequeo de información es fundamental para fomentar la credibilidad del medio y así aumentar la confianza de los oyentes. Pareciera que los

productores titulados le dieran la importancia que merece este trabajo, ya que, si bien la información aparece en todos los medios creen necesaria la palabra de los protagonistas para ser más certero aún al momento de transmitir las noticias.

Con respecto a las primicias todos (titulados y no titulados) coincidieron en que siempre son precavidos y prefieren tomarse el tiempo de verificar la información antes de publicarla en sus medios, especialmente si la noticia proviene de las redes sociales. En este sentido, no hay diferencia, ya que, resaltaron la importancia de no apresurarse por dar primero la noticia, sino que se toman su tiempo para corroborar si la noticia es verdadera. Esto también se relaciona con la credibilidad del medio, ya que, ante el primer error transmitido, la confianza de los oyentes disminuye.

Con respecto a la *improvisación* en radio, no se registraron diferencias, ya que el 90% de los productores (cinco titulados y cuatro sin título) afirmó que en radio siempre es necesaria la improvisación, ya que aunque se tenga planeado todo el programa siempre habrán cuestiones para corregir en el vivo y deben apelar a su ingenio para salir de esa situación sin que los oyentes lo noten y sin que el conductor se inquiete y pueda seguir con la transmisión del programa. El productor restante (sin título) prioriza la planificación sin la cual cree que es inviable un programa. Un programa informativo siempre está sujeto a los hechos del minuto a minuto y los productores deben estar informados sobre todo lo que pasa en el momento del programa para poder organizar una nota sobre ese tema en el momento sin previa planificación. Se deben conjugar la planificación con la improvisación para que el discurso durante la emisión no se vea interrumpido por imprevistos que surjan.

El 90% de los productores (cinco titulados, cuatro no titulados) *controla los tiempos* del aire, ya que el conductor al estar concentrado en la emisión de las noticias o en una entrevista no se puede desviar a controlar los tiempos en vivo. Los tiempos son fundamentales al momento de tener que cumplir con cierta cantidad de noticias y tandas publicitarias. En dos casos (productores sin titulación) el control del tiempo lo realizan entre el productor y el operador, ya que éste último también tiene un manejo de los tiempos de cada tanda publicitaria, informativo o temas musicales por ser el encargado de emitir en vivo y además debe tener en cuenta la secuencia de lo que está aconteciendo. La práctica proporciona la capacidad de controlar los tiempos al mismo momento de prestar atención a lo que se está emitiendo.

En los programas informativos, la música sólo cumple el rol de separador y para los momentos de color o para identificar alguna sección. Se observó que con respecto a esta actividad no hay diferencias ya que, sólo dos productores (no titulados) contribuyen a la elección de la música por ser los que realizan la tarea de operación técnica. En radio M (productor titulado) hay un productor artístico cuya actividad se relaciona con la elección de la música de todos los programas de la emisora y la unificación del estilo musical, pero esto es decisión de la radio y no del productor. En los demás (cuatro titulados y tres sin título), contrario a lo que se plantea desde la voz de los expertos, el operador es el que decide la música, las cortinas y los separadores para el programa.

Otro de los principales recursos necesarios para llevar a cabo un programa radial, destacado por los productores tanto titulados como sin formación académica, es la pluralidad de voces en el programa, siempre intentan tener la palabra de las dos caras de la noticia para que el periodismo sea lo más objetivo posible. Además para esto es que generalmente hay columnistas que aportan sobre diferentes temas para darle más dinamismo al programa. Al comenzar la emisión del día se realiza un salpicado de información entre los que están en piso para que no se vuelva monótono y tedioso para el oyente.

Se relevó que en todos los programas (productores titulados y no titulados) realizan sorteos para atraer los llamados de los oyentes, lo que hace que se genere una interactividad entre el programa y el público, acortando la distancia y dejando la idea explícita de que se comuniquen con la radio para expresar sus ideas además de para participar por los premios que ponen a disposición los auspiciantes. La cercanía con la audiencia se acentuó con la llegada de las nuevas tecnologías, mediante las redes sociales donde son publicados los sorteos y a través de los llamados telefónicos. Tanto los productores con formación académica como los que no tienen título entienden la necesidad de realizar este tipo de segmento dentro del programa para aumentar el feedback con el público.

En el vivo no se registraron diferencias entre los dos grupos, ya que, siempre están atentos a cualquier información de último momento, con los portales de internet abiertos y la televisión encendida por cualquier emergencia. Todos los productores están constantemente informados y en contacto con colegas para cualquier acontecimiento que ocurra. Mantenerse informado las 24 hs. es fundamental para este tipo de actividad.

El factor que los productores creen que es fundamental para realizar un programa en tiempo y forma se puede resumir, tal como destacaron los autores, en que haya un buen capital humano. Todos coinciden que el trabajo en equipo, la dedicación, la responsabilidad y la pasión son esenciales para llevar adelante un programa y que tenga éxito. Dos de los productores sin título (que representan 40% de los sin título) destacaron que lo importante es pensar de la mejor manera el programa, tener un guión estructurado que guíe a todo el equipo en pos del objetivo final.

Etapa 3: Post-Producción

La última etapa de los procesos de producción es la post- producción, dónde se conjugan la evaluación del programa y la edición de notas o del programa completo en caso en que sea grabado. Con respecto a la evaluación, se observó que la gran mayoría de los productores encuestados (80%), de los cuales cinco son titulados y tres sin título, contrario a lo que expone Kaplún, no realizan una reunión formal para evaluar los aciertos y fallas del programa, sino que se dialoga en el día a día, en el minuto a minuto del programa y los problemas se van resolviendo sobre la marcha.

Quizás, la evaluación informal se deba a que en la vorágine de los tiempos que manejan cada uno en sus vidas cotidianas, no se toman el tiempo de reunirse fuera del horario del trabajo para analizar el programa en su conjunto y los roles que cumple cada uno. Sólo dos productores (no titulados) reúnen a todo el equipo cada quince días para realizar un balance con respecto a las notas realizadas, a la participación de cada integrante, a la reacción de los oyentes, a todas las cuestiones que contribuyan a que el programa salga lo mejor posible.

Se observó que los dos grupos de productores entrevistados utilizan el contestador telefónico para medir la reacción de los oyentes, y un método para alentar a que éstos se tomen el tiempo de llamar a la radio es, como mencionamos anteriormente, realizando sorteos, convocando a que le dejen consultas a los funcionarios o tratando un tema de interés general o del estado de la ciudad como disparador para que puedan opinar. Se destaca la importancia de evaluar los aspectos estéticos del programa, las cuestiones que si bien no aportan a la información, se agregan para mantener la atención del oyente, es decir, que contribuyen a la función de entretener.

Para los productores titulados y no titulados, los principales factores que influyen en que sus programas sean escuchados, son en primer lugar, que se le da importancia al oyente respondiendo sus dudas y planteando notas a partir de las inquietudes que expresan. Es fundamental que se proteja la credibilidad del medio para mantener a una audiencia fiel, chequeando siempre las fuentes antes de decir algo al aire.

En segundo lugar, dos de los productores (uno titulado y otro sin título) destacaron que su programa es escuchado debido a la figura del conductor que es conocido en el medio, hace muchos años que hace radio y tiene oyentes desde sus comienzos. Otro de los factores que destacó un productor no titulado, es la posibilidad de trabajar en un medio que no está atado a intereses económicos y poder defender ideas que quizás otros medios no pueden.

Ninguno de los productores entrevistados conocía el modelo de evaluación ICRA (Kaplún; 1978) en el que se controla la inteligibilidad, la coherencia, relevancia y atracción del programa. Sólo uno de los productores no titulados que realiza evaluación grupal, contestó que lo testeaba siempre porque se valoran esos aspectos en sus evaluaciones generales, pero sin tener conocimiento de dicho modelo.

La otra tarea que se lleva a cabo en esta fase de la producción es la de la *edición*, que se refiere a que si el programa es grabado luego se le quiten partes innecesarias, se le agreguen cortinas de fondo, y se omitan ruidos que entorpezcan la emisión del programa. Todos los programas observados se realizan en vivo. En general en Mar del Plata, no se emiten programas informativos grabados. Ocho de los diez productores (80%), de los cuales cinco poseen formación académica y tres no, se encargan de editar las notas realizadas para luego pasar los fragmentos en el informativo, o para subir el material a las redes sociales como un resumen de lo que fueron las entrevistas del día, y también para pasar un resumen de las notas de la semana. Dos de los productores titulados que editan las notas, luego las envían a los portales de internet para que éstos nombren a la radio dónde se emitieron las declaraciones pertinentes. Sólo dos productores sin título no realizan edición de notas.

CONCLUSIONES



Esta investigación se realizó con el objetivo de analizar los procesos de producción de los programas informativos de Mar del Plata realizados por productores con formación académica y sin formación, de la cual se desprende que en general no se encuentran diferencias significativas entre estos dos grupos. Sin embargo, con respecto a la planificación del programa (realizada en la pre-producción) se relevó que los titulados se destacan por la planificación en función de sus oyentes.

Con respecto a las *similitudes* que se observaron entre los productores titulados y los que no tienen título se destaca la *forma de trabajar*, en general todos tienen una metodología parecida al momento de estructurar un programa informativo. El tema del liderazgo en el equipo, que en su mayoría es ocupado por el conductor, las agendas completas personales con los contactos, el armado de la grilla con los temas a tratar y su predisposición para el trabajo en equipo.

Entre los entrevistados surgió que deben tener flexibilidad en el trabajo, dominar varias habilidades, ya que si falta alguno de los integrantes del equipo es el responsable de cubrir su lugar ya sea llamando a otro periodista o realizando esa tarea él mismo.

Se destaca que los conductores son los que deciden a quién llamar y el productor se encarga de controlar los tiempos al aire y contactar a los entrevistados.

Por otro lado, las *diferencias* más relevantes son que los productores que no tienen título, llevan más años trabajando en el medio y por ende tienen más experiencia, sin tener conocimientos teóricos. Además, los titulados se dedican al armado de noticias propias, redactando a veces para el informativo, y poseen los conocimientos teóricos y las habilidades para entre otras cuestiones la planificación de una agenda y la importancia de mantenerse informado todo el tiempo.

Del análisis se desprende que los titulados planifican en mayor medida el programa (coordinación de aire, control de tiempos, etc) en función de sus oyentes. Sin embargo, un dato relevante es que el manejo de redes sociales, prevalece entre los no titulados, siendo que hoy por hoy las nuevas tecnologías juegan un papel preponderante al momento de brindarle una mayor atención a sus oyentes.

Al momento de la realización del programa, se observó que en general no se realiza un guión escrito, sino que se planifica una especie de agenda con los temas a tratar en el programa y los posibles entrevistados. Entre los que realizan un guión, prevalecen

llamativamente los no titulados. Quizás esa situación obedezca a la necesidad de pautar con detalle el programa evitando baches.

De la valoración que realizan los productores titulados y no titulados respecto de la formación académica, se encuentran opiniones aparentemente paradójicas, ya que, los titulados desvalorizan la teoría y solicitan más práctica y los no titulados, después de muchos años de experiencia (práctica en el medio) valoran la formación académica como un modo de perfeccionar su tarea. Quizás esta situación se deba a que esos conocimientos teóricos en el caso de los no titulados, se valoran más significativamente luego de haber atravesado por experiencias que les permiten descubrir cuáles son sus necesidades de formación.

De la investigación se puede deducir que la formación académica cumple un papel fundamental al momento de tener los conocimientos y habilidades necesarios para trabajar en un medio como la radio, pero que la práctica también tiene su lugar, ya que como se observó, el ejercer esta actividad todos los días va perfeccionando la tarea y es por esto que es un trabajo que pueden realizar personas que no tengan suficiente conocimiento teórico sobre la producción en radio.

Además esta situación nos lleva a reflexionar sobre algunas incongruencias que se observan en la actualidad, en los medios se solicitan profesionales con algún título relacionado con el área, aunque pareciera según las evidencias recogidas, que la experiencia es la que brinda mayor conocimiento y entrenamiento. Esta situación también muestra la necesidad de incluir prácticas tempranas en las etapas de formación, que desarrollen competencias que colaboren en la formación profesional de un productor.

Como citan los expertos un buen productor debería tener una cultura general vasta, ser creativo y poseer habilidades de investigación para adaptarse a las audiencias. También, las nuevas tecnologías implican nuevos desafíos a los productores, fundamentalmente en relación a la selección y chequeo de fuentes de información.

Se observó que si bien a la etapa que se le dedica mayor tiempo es la pre-producción, la realidad es que las fases del proceso de producción no pueden separarse sino que deben ser dinámicas y volver siempre sobre la fase anterior. Por otra parte, se deduce que el tiempo que le dedican a la producción es mínimo a lo que debería ser realmente. Los radios de Mar del Plata cuentan sólo con un productor y en algunos casos es el mismo que cumple la función de

operador, esto evidencia una falta de presupuesto para contratar nuevo personal. Esto provoca un nivel de atención menor en la producción ya que debe repartirse entre las dos funciones.

El proceso de producción periodística consta de diferentes instancias, las cuales no necesariamente se realizan por separado sino que se superponen unas con otras, creando la noticia a partir de un acontecimiento ocurrido. Esta rutina de la producción radial está sujeta a la dinámica de los acontecimientos, debiendo dejar siempre un lugar importante a la improvisación.

La primera instancia (pre-producción) se identifica con el armado del programa, a partir de la agenda del día impuesta por los portales de noticias de internet y por notas atemporales con funcionarios, artistas y personalidades públicas.

Por otra parte, se relevó que la totalidad de los programas son en vivo, por lo tanto no existe una edición del programa completo sino que algunos de los productores realizan una edición de las entrevistas para luego enviar el material a los portales de internet, a las redes sociales o para realizar un resumen de la semana. La edición de notas la realizan más los productores titulados que los no titulados y quizás esto se deba a que no poseen las herramientas teóricas para realizar edición.

Además en esta instancia de la post-producción se van corrigiendo los errores sobre la marcha o por medio de mensajes de texto, de manera informal. Es llamativo que ninguno de los productores titulados realice una evaluación, ya que, en su formación académica quizás hayan conocido la importancia de realizar una valoración al trabajo que se realiza.

Por último resulta necesario mencionar que el trabajo del productor radial es pocas veces reconocido, además con escaso reconocimiento económico, pero también es cierto que en Mar del Plata el productor no tiene un rol tan preponderante como en los medios nacionales, en programas de mayores recursos. Por lo general nadie se acuerda del que produce el programa, ya que se encuentra oculto y opacado por los que ponen su voz a disposición de las noticias, pero se debe tener presente que sin un productor que guíe esa organización necesaria para llevar adelante un programa informativo, éste no sería viable. Tal como sostiene Rodrigo Alsina, "mediante un efecto de ocultamiento, la producción desaparece de la vista del consumidor".

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Alasdair Smith (Demand Media); *¿Qué es un productor de radio?*; Disponible en: <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-productor-de-radio-8310.html>
- ❖ Aníbal, Litvin; *Cursos de periodismo en internet; Taller de producción en internet*; Disponible en: <http://www.periodismo.net/produccion/>
- ❖ Araya Rivera, Carlos (2004); *Como planear un programa de radio*; *Educación: Revista de la Universidad de Costa Rica*, Año/vol. 28, 001; Universidad de Costa Rica; Ciudad universitaria Rod, Costa Rica. Disponible en: <file:///C:/Users/Mar%C3%ADa%20del%20Mar/Downloads/e0b4952b6630acd026.pdf>
- ❖ Balsebre A. ; *El lenguaje radiofónico*; sf
- ❖ Blog de la cátedra de producción radiofónica en la ECI (2009); *Producción Radiofónica*; Disponible en: <http://produccionradiofonicaeci.blogspot.com.ar/2009/04/los-ciclos-de-la-produccion-radiofonica.html>
- ❖ Canal Encuentro; *oficios de radio-productores de radio*; Disponible en: http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=119259
- ❖ De La Torre Tatiana; *Días de Radio; Pasos para la planificación de programas radiales*; Disponible en: <http://daniradio.wordpress.com/2008/12/15/planificacion-de-programas/>
Disponible en: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://saber.ucv.ve/xmlui/bitstream/123456789/1021/1/Tesis%2520Completa.pdf>
en vivo y su relación con la improvisación; Tesis para la Lic. En Comunicación Social; Universidad Central de Venezuela, Caracas
- ❖ Entrevista a Hernán Anbinder; Disponible en: <http://iteve2010.files.wordpress.com/2010/11/entrevista-a-hernan-anbinderpdf.pdf>
- ❖ GUTIERREZ, M y HUERTAS, A ; *La programación de las radios generalistas en España*; Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer15-07-gutierrez.pdf>
- ❖ GUTIÉRREZ, M. y PERONA, J.J. (2002): *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch.
- ❖ Haye, Ricardo M.: *Hacia una nueva radio*. Paidós, Buenos Aires, 1995.
- ❖ Huerta, Diego (2011 agosto 17); *El arte del productor de radio*; *Diario Clarín*; Disponible en: http://www.clarin.com/espectaculos/tv-y-radio/arte-productor-radio_0_536946565.html

- ❖ Huerta, Diego; *El arte del productor de radio*; 2011; Disponible en: http://www.clarin.com/tv/arte-productor-radio_0_536946565.html
- ❖ J.A. Petit; *La Radio, ¿cómo hacerla de manera exitosa? Manual de Cargos y Funciones*; Iglesia Adventista del séptimo día; Disponible en: [https://misiondelosllanos.interamerica.org/site_data/1775/assets/0007/3209/Manual de Funciones para la Radio Reformado.pdf](https://misiondelosllanos.interamerica.org/site_data/1775/assets/0007/3209/Manual_de_Funciones_para_la_Radio_Reformado.pdf)
- ❖ Julio, Cesar y Mac-kay, Gonza; *"La identidad radial: imagen e identidad sonora"*; Tesis para la Lic. En Comunicación Social; Octubre 2015; Facultad de Ciencias de la comunicación, turismo y psicología.
- ❖ Kaplun, Mario; *Producción de programas de radio*. Ediciones CIESPAL, 1978.
- ❖ León Zúñiga, L. Tapia Arenas, J.; *Guía de producción radiofónica*; p.28; Disponible en: http://www.vocesnuestras.org/sites/default/files/biblioteca/Manual.audio_voces..pdf
- ❖ Mangione, Marianela; *"El proceso de producción periodística. Análisis de las rutinas profesionales de un noticiero local"*; Tesis para la Lic. En Comunicación Social; Marzo 2015; Universidad FASTA.
- ❖ Mata, Ma C. y SCARAFFIA, S.; *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. ALER; Quito, Ecuador, 1993.
- ❖ Muñoz, J.J. y GIL, C.: *La Radio: Teoría y Práctica*. Instituto Oficial de RadioTelevisión Española, Madrid, España, 1994.
- ❖ Nina Narvárez G (2010); *La producción de programas radiofónicos*
- ❖ Ochoa Guerrero, Cristian Fernando (2006); *"Diseño y producción de la radio revista "Hora Cero"*; Tesis para la Lic. En Comunicación Social; Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador, Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/306/9/Tesis.pdf>
- ❖ Pérez Maillo, A.; *Los programas informativos radiofónicos*; Facultad de comunicación, Universidad Pontificia de Salamanca; Disponible en: <file:///C:/Users/Mar%C3%ADa%20del%20Mar/Downloads/Comunicaci%C3%B3n%20y%20Pluralismo.%202007.%20n.%20BA%204.%20P%C3%A1ginas%2035-50.pdf>
- ❖ Porugal M., Yudchak, H.(2008) ; *Hacer radio, guía integral*, Buenos Aires; Ed. Galerna
- ❖ Scabuzzo, Fabián (2011); *El periodista en su laberinto; ¿Qué es un productor periodístico?*; Disponible en: <http://ensulaberinto.com.ar/index.php/miscelaneas/tecnologia/que-es-un-productor-periodistico/>

- ❖ Torresi, Ana: Los géneros radiofónicos. Antología. Colihue, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- ❖ TRAMEZZANI, P. (1996).En el Aire: Producción integral de radio. En Docencia (Ed), *Fundamentos de la Producción* (pp. 167-249). Buenos Aires.
- ❖ Veras, Teo (2010); La cabina de Teo Veras; *Producir, productor*; Disponible en http://www.teoveras.com.do/producir-productor.html#.VA84R_mwZho
- ❖ Zambelli, Diego (2007); Taller de radio; *Roles en radio*, Disponible en: <http://www.taller-de-radio.com.ar/index.php/material-didactico/30-roles-radiofos/92-roles-en-radio>

ANEXOS



Datos personales: Ana Marino

Sexo: Femenino

Edad: 42 años

Tipo de Emisora: FM (Radio Brisas) programa "Brisas 1ª edición" (de 7:00 a 9:00 hs.)

Roles: Producción integral

Funciones: producción, coordinación de aire, armado de sorteos, recibe llamados de los oyentes, llama a los entrevistados.

Antigüedad: 8 años

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? Si

(a) En el caso afirmativo: Producción integral de radio y televisión y locución.

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica? De la carrera no me sirvió ninguna herramienta. Tenía materias relacionadas con teología, filosofía, muchas cosas que no me sirvieron para la práctica, es más ni me acuerdo de lo que aprendí en la facultad, excepto algunas prácticas que si nos sirvieron.

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera? Si, en el último año trabajaba con Juan Carlos Vilches, empecé como asistente.

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia?

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio?

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo?

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

Casi todos los días hay un columnista fijo y además tenemos columnistas rotativos, eso está bueno porque ya sabes que tal día en tal horario tenes un contenido fijo, por lo cual te libera a veces y tenés que producir para el resto del programa.

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Cheque de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? Cuando es algo urgente.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? Tengo una rutina de cosas a seguir, pacto notas una semana antes u horas antes del programa. En mi caso, como son tres los conductores es al revés ellos me pasan a mí a quien quieren sacar al aire, yo propongo ideas pero en base a lo que ellos generan. Ellos previamente concuerdan con algunos de los entrevistados, yo tengo criterio de las prioridades de las noticias. En general me manejo más con la improvisación.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Ya tengo una agenda armada, si no lo llegara a tener porque es algún funcionario nuevo, o se actualizo el teléfono, siempre lo pido a un referente, por ejemplo si necesito un fiscal llamo a otro fiscal y le pido el contacto, además estoy en varios grupos de whatsapp y estoy en uno que es de productores de Buenos Aires, todo lo que es de agenda nacional me lo entero por ahí y también comparten contactos e información.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Si, trato siempre de respetar los horarios porque eso también te organiza con tus tiempos y con los del entrevistado. Tiene que pasar algo muy grave para dar de baja una nota. Y si la persona puede salir en el momento, sale en el momento, Mar del Plata no requiere tanta organización del tiempo previo,

somos más de improvisar en la medida en que van pasando las cosas. Quizá coordino notas más atemporales.

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? Generalmente salen dos notas por hora más el móvil.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa? Si.

3) ¿A qué le dedica más tiempo? A lo que le dedico más tiempo es a la producción en sí. La pre producción la hago leyendo los portales, gacetillas o información del día y coordinando lo que va surgiendo y saliendo en el momento. Esto me sirve para tener un marco donde moverme, saber qué cosas no puedo olvidarme, también hay muchas cosas que se nos escapan porque no estás en todo mentalmente. Siempre tenés que estar listo por cualquier imprevisto.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? Yo entro a las 7:00 y ya llego y ya empieza el programa, básicamente lo preparo en el momento. Depende mucho lo que haya pasado y lo que hayan hecho a la tarde, hay cosas para no repetir y cosas que quedaron pendientes, tenemos una grilla de producción y veo que cosas se pueden continuar y cuáles no.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? No, guión no, me organizo con una grilla donde pongo los principales temas y posibles entrevistados. Al ser producción propia los horarios son más flexibles, los informativos pueden salir un poquito atrasado, las tandas comerciales las acomodamos a gusto.

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Ninguna, yo entro a las 7:00 y salgo a las 14:00 y fuera de la radio no hago actividades relacionadas al programa, hay días que estoy un poco más pendiente pero en general no trabajo fuera del programa.

5) ¿Cómo chequea la información?

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? Con respecto a las redes no largo ninguna información sin chequearla primero con los periodistas del piso, con los portales de internet. Si pasa algo en los barrios, tengo un llamado o algo, le avisamos al movilero que trate de ir a chequearlo antes de pasar el mensaje, no sale nada que no esté chequeado, por lo menos de acá que yo les haya dicho que este chequeado.

Lo local me fijo más de los portales, aunque solo los tomo de referencia, lo que tratamos es de buscar que las notas sean propias y que después tengan rebote en otros medios, no de sumarnos a lo que pasa en otros medios, si no nos queda otra porque es el tema del día y está en todos lados buscamos sumarnos. La agenda propia la hacemos desde los temas chicos, por ej. Vas a la verdulería y ver que el morrón este \$80, entonces buscas al del mercado central y le preguntas porque está a ese precio, y ahí tenes un disparador para hacer una buena nota. Tratamos de darles mucha importancia a los oyentes.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma? ¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? Uno construye la credibilidad en el medio con el paso del tiempo, chequeando siempre la información que se va a emitir al aire, ante la mínima falla se pierde la credibilidad para el oyente.

El factor por el que un programa puede ser organizado creo que es el factor humano, depende de cómo uno se organice, son días, hay días que hay más cosas y más desorganización y otros días que es más tranquilo. Lo que vale es el trabajo en equipo porque sin la colaboración de todos no se nutre el programa.

Datos personales: Augusto Dhualde

Sexo: Masculino

Edad: 29 años

Tipo de Emisora : FM (radio Continental Mar del Plata) programa (de 9:00 a 12:00 hs.)

Roles: Productor, co-conductor

Funciones: Coordinación del programa, armado de notas, reemplazo del conductor si se ausenta, control de tiempos y de tandas comerciales

Antigüedad: 7 años en la radio,

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área?

Si, título universitario

(a) En el caso afirmativo: título: Lic. En comunicación social y actualmente cursando un posgrado en opinión pública y comunicación política.

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica? : Con la carrera aprendí el tema del manejo de los medios, el incentivo a estar bien informado, leer todos los diarios porque no sabes que puede pasar, sobre todo si tengo que reemplazar al conductor, el tema del armado del guión, si bien no respeto la estructura de cómo debería armarse me parece que ~~es~~ una herramienta que es necesario saber, la edición de audio que también se aprende con la práctica pero en algún momento alguien te lo enseñó y después el conocimiento, al ser una carrera más teórica, muchas de las cosas que comentas o que charlas al aire las sabes por la formación universitaria.

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera?

En producción no, pero empecé a trabajar en radio cuando estaba en segundo año del colegio, una radio más chica y hacía de todo, ahí aprendí como manejarme en radio.

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia?

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio?

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo?

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

Coordinar las notas, manejo de los tiempos, controlando que las notas no sean tan largas para no aburrir al oyente, el tema de los sorteos, estar en contacto con la gente de comercial de la radio para asegurarme de que se pasen al aire todas las notas pautadas con el cliente, la comunicación con los columnistas, estar informado y siempre estando a la expectativa de tener la primicia y la noticia en el momento del programa .

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Cheque de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada?: se va viendo según el día según que paso, es raro que este todo pactado en un programa de 3 hs. Algunas notas se pactan pero después se va viendo sobre la marcha según lo que paso el día anterior, según los diarios, alguna noticia a nivel nacional o internacional que alguien le pueda dar un punto de vista local. Son muy pocas las notas pactadas, se va viendo a lo largo del programa según si la noticia demanda ser contada por los protagonistas o no.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? La tarde anterior para no molestar después de las 21 hs.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Tengo una agenda, contactos, si no lo tengo pregunto a la gente de la radio, a los equipos de prensa, tengo contactos con gente de capital federal que a veces me proveen de contactos para hacer alguna nota.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Si la pacto sí, porque después si no la hago en horario sé que lo más probable es que pierda la nota porque no me atienden, con todo lo que eso implica quizás venís siguiendo hace una semana esa noticia y si la pautas a un horario y te demoraste un poco ya no te atienden

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? No, de acuerdo a los temas, de acuerdo a la extensión, algunos temas necesitan de todas las voces. A veces metemos una nota por hora y a veces muchas cortas, depende de la extensión de cada nota y de la importancia del tema.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa?

3) ¿A qué le dedica más tiempo? Le dedico el mayor tiempo posible a la lectura de noticias, a estar al día y mantenerme siempre informado.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? El día anterior. Si es lunes o viernes el fin de semana me encargo de pactar algunas notas para que en la semana me atiendan.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión?

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Leer las noticias, por cuestión de gusto y de estar informado para saber porque voy a llamar a la persona entrevistada, y después el tema de la coordinación, habar con algún comercial si es que tengo que coordinar alguna nota pero eso lo hago porque me bajan línea desde la radio, organización de los sorteos y comunicación con gente de cultura o artística para cortar un poco el clima de lo informativo que a veces para los oyentes se vuelve tedioso.

5) ¿Cómo chequea la información?

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? Me valgo de todos los medios, lo de las redes sociales depende quien, me fijo quien es el que da la noticia porque es difícil ver quién es el que está detrás de esa cuenta. Miro videos de programas que ya se emitieron para escuchar el fragmento, trato de leer todos los diarios posibles, leo las editoriales también. Hay que tener mucho cuidado con lo que se dice, como se dice y en qué momento.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma? ¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? El equipo, soy de los que creen que tiene que haber un buen equipo (en este caso no pasa) pero creo que es lo ideal. En nuestro programa el conductor es un periodista conocido que conoce mucho todo lo que pasa y que vive informado es muy fácil trabajar con el porque se maneja solo casi. Buena información, la pluralidad de voces, pasamos todos los mensajes de los oyentes. Me preocupo por llamar buenos entrevistados hago lo mejor que puedo mi trabajo, hay días que salen mejor y otros que por ahí no le sacamos el jugo que se podría haber sacado. Estamos en contacto con otras provincias entonces si pasa algo contactamos con ellos para enriquecer el programa e intentar que nos cuenten la noticia en primera persona y darlo a conocer en la radio. Cuando vienen los políticos o funcionarios me encargo de sacarles foto, grabar sus notas para pasarles después esa información y que la publiquen en las redes sociales mencionando a la radio y al programa. Estar pendiente del aire, de cuestiones técnicas pero que hacen a la calidad del programa.

Datos personales: David Akerman

Sexo: Masculino

Edad: 28 años

Tipo de Emisora . FM 95.3 programa Dixit (de 14:00 a 17:00 hs).

Roles: Productor general

Funciones: produzco notas y algunas secciones en particular. Cuando produzco notas me junto con distintos productores de la ciudad para ver como vienen sus agendas en el mes, ellos me pasan el listado de shows y me permiten elegir entre uno y otro. Cuando produzco notas de las secciones en particular: boxeo y cerveza artesanal, lo que hago es un trabajo más de envío de mails, contactos con redes sociales, twitter, Facebook, hasta que voy coordinando. Generalmente el viernes ya produzco toda la semana de lunes a viernes. Coordino con los columnistas, produzco la sección "honrar la birra" de la cerveza artesanal y lo que hago es conocer ese mundo y conocer a los cerveceros para aprender más sobre el tema. Además coordino como va a ser la subida de los materiales a las redes sociales.

Antigüedad: 10 años

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? No.

(a) En el caso afirmativo: título

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica?

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera?

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia? Empecé estudiando en la facultad de comunicación social, extensión Universidad de La Plata en Miramar, y la primer práctica de radio quise ser productor porque el aire es algo que nunca me llamó la atención. Aprendí de a poco, me fui haciendo productor de acuerdo a las cosas que pensé que iba necesitando, por ejemplo me preguntaba para que perder tiempo en anunciar que está en nuestro estudio tal persona y lo que hago es programar un día antes ese momento y después en el momento se ve

si se pone o no. Compartiendo con distintos colegas fui aprendiendo a ser más prevenido todo el tiempo.

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio? Creo que el estudio va a destiempo de lo que es la experiencia de trabajar en los medios. Cuando yo empecé a estudiar iba muy atrasado a lo que era la realidad de la radio, mi suerte fue que ni bien comenzaron las vacaciones de invierno del primer año se me ocurrió hacer un portal de noticias para aunar todas las fechas de música de la ciudad desde jazz hasta metal.

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo? Me hubiese gustado terminar la carrera pero me cuesta mucho estudiar. Además trabajo en radio a la noche así que se me complicaría con el estudio. No estudiaría producción de radio o periodista porque ya la adquirí o prefiero sentarme con un buen productor y adquirir más conocimientos, manejos y cómo manejar un montón de cosas.

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Chequeo de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Edición de notas para subirlas a las redes sociales
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? Cuando es relevante esa personalidad o cuando es una urgencia.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? Una semana antes y un día antes del programa.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Los consigo mediante prensas, redes sociales y tengo una agenda que he completado a lo largo de estos años de trabajo.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Generalmente si trato de que se respete el horario pero a veces por los tiempos propios del programa se puede adelantar o atrasar 10 minutos. Si es en piso lo hago venir 10 minutos antes, porque prefiero que espere el protagonista y apure el aire del programa a estar estirando con un tema esperando a que venga el funcionario.

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? Dos notas por programa.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa? Sí.

3) ¿A qué le dedica más tiempo? Le dedico más tiempo a la pre producción de notas porque no quiero que me agarre buscando notas sobre el momento del programa. Además le dedico mucho tiempo a la agenda del día siguiente, cuando llego a la agenda abro mi grilla y vuelvo a ver lo que tengo y lo actualizo.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? Un día por lo menos y como muy tarde cuatro días antes.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? Si, realizo una hoja de ruta detallando las notas, los horarios de las tandas y los tiempos del programa que dura tres horas.

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Todo lo que tenga que ver con columnas de auspicio y los especializados. Me intereso mucho por los clientes.

5) ¿Cómo chequea la información? Si tres fuentes más o menos dicen lo mismo, sean medios opositores y oficialistas trato de buscar un punto en común.

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? De lo que más me valgo es de los portales de internet, tengo un celular que tiene de todo entonces estoy todo el día informándome con eso, también uso redes sociales, diarios muy rara vez y a veces me informo con notas grabadas por ejemplo de YouTube. El tema de las primicias en las redes sociales a veces me parece una pavada y otras veces está bueno, es difícil explicarlo porque yo estoy todo el tiempo con el celular y soy de confiar en las redes sociales si es que la fuente que lo publica es confiable, de que sirve si todavía tenemos esa lógica de chequear primero la noticia con otros medios.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma? El factor para realizar un programa organizado son tres cosas para mí: primero te tiene que gustar lo que haces, para mí es fundamental, si no te gusta no lo hagas y dejale el lugar a alguien que lo haga con pasión, la otra es responsabilidad y la tercera creo que tiene que ver con dar el máximo esfuerzo en lo que crees que sabes hacer porque nadie es absoluto en nada pero si vos crees que sos bueno en algo cada día hace lo mejor posible. Una vez que ya lo haces trabajas en automático. ¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? Yo no sé qué cantidad de personas me escuchan pero creo que el que lo escucha sabe que le hablamos como esa persona hablaría en el trabajo y en su casa y de los temas que le interesarían. En mi equipo todos son periodistas, licenciados menos yo que no tengo ningún título, pero tratamos de hablarle de lo que sabemos, de lo que transitamos en nuestras vidas y carreras profesionales. Además nos divertimos haciendo radio, nos gusta trabajar en eso y eso se transmite al aire.

7) En la plantilla de Excel marcar con una cruz según corresponda, las actividades que realiza:

Datos personales: Diego Cañete

Sexo: Masculino

Edad: 44 años

Tipo de Emisora . FM (radio Estación Vinilo) programa El Modular (de 17:00 a 19:00 hs.)

Roles: productor y colaboración con la artística de la radio. Musicalización e ideas sobre la técnica. Y además operador del programa.

Funciones: coordinar un equipo de gente de distinto estilo, tenemos una conductora que es locutora que hace de bastonera y me encargo de que tenga a disposición el material para que ella pueda guiar el programa, un columnista de deportes, un co-conductor que la acompaña con el desarrollo de las noticias a la conductora.

Antigüedad: 26 años trabajando en radio

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? NO, porque cuando empecé en los medios no había carrera a los pocos meses salió en el Sedier la carrera de operador pero como ya tenía mucha demanda de trabajo no me daban los tiempos para poder estudiar, en ese momento hacia operación técnica, como el mismo medio te permitía trabajar sin tener esa especialización y como es un trabajo muy técnico no hacía falta y ya después no invertí, es una cuenta pendiente

(a) En el caso afirmativo: título

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica?

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera?

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia? Trabajando horas y horas. En la producción aprendí trabajando con productores de renombre en mar del plata que los veía trabajar, me gustaba el trabajo que hacían, en ese entonces era mucho más difícil que ahora porque para buscar un entrevistado tenías que coordinar la nota con mucha antelación porque los teléfonos eran fijos tenías que asegurarte donde estaba el entrevistado a esa hora, ahora es

mucho más fácil con los celulares, internet, mensajes por whatsapp puedes hacer la producción en el momento,

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio? No, creo que el estudio es fundamental porque te da la base para no cometer errores, por ejemplo en contenidos, en cómo encarar una producción de un programa y aprender sobre todo a mezclar los contenidos para que quien está del otro lado vaya acompañándote y no se sienta muy atrapado en un momento y abandonado en otro, creo que la formación te da todo eso que uno lo va aprendiendo golpeándose en esta tarea.

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo? Sí, me encantaría idioma que me parece que una barrera que un productor debe saber manejar, que cuando empiezas a hacer este trabajo te da cuenta que te limita porque puedes abrir mucho más las puertas de la producción de un programa sabiendo idioma, sobre todo el inglés y después en mi caso, el periodismo porque reconozco que no me gusta lo periodístico, si bien hago y produzco programas periodísticos, no me gusta el contenido periodístico, pienso que es porque no tengo una formación en ese sentido.

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

Es fundamental la comunicación con el equipo del programa, entre todos los integrantes, porque se va nutriendo en el día mucho más el programa, porque si bien vos tenes una idea alguien puede aportar algo más, es muy útil el whatsapp los grupos que se arman de trabajo, que antes tenías que reunirte unas horas antes para aportar las ideas y organizar el programa, hoy con la app se informa a cada integrante que van a hablar, que noticias se van a tratar, etc. La recepción de información que uno va teniendo es constante, al que uno puede seleccionar pero también la que te van dando el resto del equipo.

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Cheque de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa

- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? En mi estilo de producción todo el tiempo, porque al ser un programa a la tarde y ya se vienen tratando los temas en los distintos medios, una entrevista que no está pactada refresca el aire, te saca eso que venís escuchando o leyendo en distintos medios y esa nota te da algo de frescura, que nosotros lo hacemos con bandas musicales, con artistas, con los columnistas, algo relacionado al bienestar, etc.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? Las pacto con 24 o 48 hs. De anticipación pero por lo general me gusta manejarme con lo que va saliendo de momento, me parece que es innecesario porque en algunos casos me ha resultado negativo, las he pactado y no me han contestado el teléfono entonces prefiero sorprender al entrevistado.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Gracias a gente generosa que me brindaron sus agendas y porque en Mar del Plata y algunos de Buenos Aires hay muy buena camaradería entre los periodistas, entre nosotros nos vamos pasando los teléfonos, antes eran muy celosos los productores porque había uno solo y bueno el que lo conseguía lo guardaba como si fuera un tesoro, hoy creo que nos abrimos un poco la cabeza y es mucho más sencillo.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Los tiempos siempre me llevan por delante, siempre me retraso 15 o 20 minutos, nunca antes porque por ahí pasa que un tema rico se extiende.

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? En este programa que tiene 2 hs tenemos establecido que por lo menos tienen que salir 2 entrevistados por programa, a veces son más, a veces uno o ninguno, porque no te atienden o porque salió un entrevistado en piso que duro más de lo que tenía que durar y como viene saliendo el programa por ahí me parece poner un entrevistado va a chocar o no lo va a beneficiar, si no es urgente o necesario no los saco.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa?
Si

3) ¿A qué le dedica más tiempo? Le dedico mucho tiempo a la comunicación con quienes están en el piso, de ir charlando que van a decir, le dedico más tiempo a eso que a leer noticias. Me gusta que ellos se sientan cómodos, muy pocas veces nos peleamos, y es porque tratamos que haya una buena comunicación.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? Casi nada, voy pensando y planificando algunas entrevistas y en base a esa entrevista sé que va a venir tal columnista y sé que tanto tiempo del programa lo tengo ocupado con eso, y el resto lo dejo a que me sorprenda, me encanta que me sorprenda el móvil, no quiero que vaya a donde van todos los movileros, a lo sumo le cuento que vamos a charlar con determinada persona y va manejándose.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? No

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Actividades comerciales, y también por ahí motivar a alguno de los integrantes del equipo a que haga alguna cosa.

5) ¿Cómo chequea la información? Busco fuentes de periodistas conocidos, cuando salta una información busco algún medio, ya sabemos cuáles son los medios que tiran por tirar y después se retractan, hoy me resulta muy útil twitter, si salta una información ya tenes por lo menos cinco o seis personas que la publican y que sabes que ellos también la chequearon, y después lo que más me gusta es ir directo a la fuente.

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? Me valgo de los portales de internet, nunca lei un diario completo no me gusta leer diarios. La televisión también pero casi siempre con canales de noticias de Bs As, no entiendo como Mar del Plata no tiene algo así.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma?
¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? El factor fundamental es lograr confiar en cada uno de los integrantes del programa, porque si confías en ellos y ellos entienden tu forma de trabajar y vos la de ellos me parece que eso es el motor fundamental para que el programa salga regular, te asegures de que tengan un programa digno todos los días, después hay días que son más explosivos que sale diez puntos, tenes programas de siete y de menos, apuntamos a lograr la media siempre.

Creo que el oyente valora el humor que le ponemos al programa, se dan cuenta que hay muy buena onda y tratamos de tratar las noticias con el respeto que se merecen, y el dinamismo es fundamental. Nada tiene que durar más de diez minutos.

Datos personales: Gonzalo Di Leva

Sexo: Masculino

Edad: 23 años

Tipo de Emisora : FM (Radio Mitre Mar del Plata) programa "Hoy es Mejor" (de 14:00 a 16:00 hs)

Roles: Productor y coordinador de aire

Funciones: Controlo los tiempos, edito audios, coordino el informativo, coordino el aire y contacto a los entrevistados

Antigüedad: 5 años

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área?

(a) En el caso afirmativo: Periodista

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica? El estudio me sirvió mucho para aprender a escribir, titular, pirámide invertida, las preguntas claves, DEPORTEA no me dio lo técnico, sino que me dio que me dé cuenta que me gustaba el periodismo porque los profesores son gente que ejercen la profesión. Más que nada lo que me dio el estudio son algunas herramientas técnicas de cómo tratar una noticia, de cómo funciona la radio, desgraciadamente nunca tuve prácticas.

La práctica me dio aprender cómo se hace una producción radial, entré a Mitre sin saber producir, arranque armando las tandas, editando algunos audios, seleccionando la música, y después la radio me permitió empezar a producir y me enamoré de esa tarea. Además aprendí los tiempos de la radio, a operar, a insistir mucho para las notas, como coordinarlas, todo eso lo aprendí en la radio. La selección de las noticias la aprendí en el día a día, trabajando con gente que sabe de periodismo, siempre fui muy curioso y pregunté mucho.

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera? Si, cuando estaba en DEPORTEA estaba los fines de semana en un programa en Brisas porque hacia algo de producción porque buscaba mis noticias, ponía notas al aire, tenía un par de salidas y eso me empezó a abrir el camino y fueron creciendo las ganas. Por ahí iba al control y me quedaba viendo como hacían los programas y me fascinaba.

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia?

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio?

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo?

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Chequeo de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Edición de audios para el informativo
- Coordinación del móvil
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? Cuando la noticia lo amerite, estamos abiertos a eso, nos ha pasado muchas veces que surgieron temas en el momento del programa y la hacemos, y por ahí si la nota que estaba pactada no es tan importante como ese tema que surgió entonces hacemos la nota no pactada.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? Normalmente dos horas antes ya tengo el programa armado con horarios de salidas de los entrevistados estipulados.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Yo ya llegué y había una agenda armada, con el trabajo que hace el movilero en la calle trae muchos números, los colegas nos pasamos números, siempre se consigue. Los whatsapp de prensa son muy útiles al momento de conseguir números. En Mar del Plata deben haber muy pocos medios dónde falte la reciprocidad entre los colegas.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Si, se me puede correr un margen de 5 minutos que es por el informativo

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? Si, más o menos por los bloques hacemos: el móvil siempre tiene dos salidas en el bloque, una salida del columnista y noticias diarias tres o cuatro, por programa tenemos alrededor de siete notas en dos horas.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa?
Sí

3) ¿A qué le dedica más tiempo? A lo que más le dedico es a la pre-producción: armar el guión, que notas van a ir, y llamar y coordinarlas y también a la post-producción: desgravar los audios y escucharlos para saber qué es lo importante para las noticias y editarlos.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? Con el conductor nos encontramos 5 hs antes más o menos y coordinamos las notas del día, pueden pasar cosas de último momento pero lo vamos acomodando.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? Si.

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Coordinar notas, estar atento al informativo por si sale alguna noticia nueva para redactarla, tenemos redactores pero si justo escucho una nota que sirve para el informativo la redacto. Hago notas fuera de aire para enriquecer los informativos o para pasar el audio como una nota.

5) ¿Cómo chequea la información?

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? Las redes sociales nos parecen fundamentales, todo lo que podamos subir a las redes lo subimos, citas textuales, primicias, adelantos. El tema del chequeo de fuentes no me baso nunca en otro medio, no lo público hasta hablar con la fuente directa. Los portales de internet y la televisión los uso para hacer un seguimiento de la noticia y también como disparadores para hacer notas, el conductor ya tiene las notas del día.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma? El orden previo, la pre-producción es fundamental y estar atento en el minuto a minuto del aire, ser el malo, primero hay que organizar previamente los horarios de las notas, de los informativos. ¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? Mitre es una marca, creo que la gente escucha Mitre por ser esa radio, y nosotros estamos haciendo un esfuerzo muy importante para no desentonar con la transmisión de Buenos Aires. Tratamos de ver que es lo que le importa a la gente y de ser puntuales en la información. El equipo está compuesto de once personas y todas con mucho criterio y nos llevamos bien entre nosotros y respetamos los tiempos.

Datos personales: Horacio Cesar

Sexo: Masculino

Edad: 69 años

Tipo de Emisora . AM (LU9) programa (de 15:00 a 17:00 hs.)

Roles: Productor

Funciones: Atiende los teléfonos, escucho los audios de los oyentes antes de pasarlos al aire, organizar notas, organizar la agenda de entrevistados que me pasa el conductor

Antigüedad: 4 años

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? No.

(a) En el caso afirmativo: título

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica?

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera?

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia? Haciendo radio. Por suerte estoy con gente que sabe y siempre algo se aprende, como me ha gustado este trabajo trato de aprender todo el tiempo. Como me apasiona, siempre trato de incorporar conocimientos y trato de hacer las cosas lo mejor posible.

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio? A mí me gustaría también tener teoría para realizar el trabajo. Por suerte acá siempre me han guiado como hacer el trabajo y se me hizo más fácil. Para mí lo mejor sería combinar la teoría con la práctica.

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo? Sí, me hubiese gustado conocer de radio en general, inclusive si hasta pudiera controlar mi aire y mejorar la dicción para hacer aire.

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Chequeo de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Organizo los sorteos
- Atender los llamados
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? Una urgencia, a través de un llamado o a través de una inquietud del programa, puede ser local o nacional

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? No hay un tiempo fijo, pueden haber algunas pactadas un ratito antes, otras que están pactadas mensualmente, se pactan de acuerdo a las necesidades del entrevistado y del programa.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Como puedo. Tengo una agenda con los que ya entrevisto y tengo gente que me puede dar una mano. Investigando, buscando, depende también del tiempo que tenga para buscar el número.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Trato de que se respete el horario y más cuando la nota es pactada porque puede ser una persona que haya dejado de hacer otras cosas para atendernos, si por alguna circunstancia se atrasó el programa trato de ver como soluciono el inconveniente y trato de hacerla un ratito más tarde.

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? No, depende del día

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa?
Sí.

3) ¿A qué le dedica más tiempo? A la producción en sí, estar en la radio, aunque a veces sucede que hay gente que puedo encontrar en otros horarios trato de comunicarme con esa persona fuera del horario del programa.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? Depende de las notas y no tenemos una estructura a cumplir, es elástico.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? No.

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Pacto algunas notas.

5) ¿Cómo chequea la información? Me remito a la fuente.

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? No utilizo redes sociales.

Me valgo de portales de internet y medios gráficos, ya sea diarios o revistas o gacetillas o demás que puedan traer de las instituciones.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma?
¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? El factor para realizar un programa en tiempo y forma es la dedicación, la responsabilidad, el compromiso y la pasión.

La razón por la que la gente elige nuestro programa es difícil, uno hace un programa para que llegue a una audiencia que tiene posibilidad de elegir. Hay mucha gente que escucha el programa desde que se inició el programa hace muchos años con el mismo conductor entonces el oyente lo escucha desde que eran jóvenes y siguen entreteniéndose e informándose con nuestro programa.

Datos personales: Jorgelina Serati

Sexo: Femenino

Edad: 41 años

Tipo de Emisora .AM (LU 6) programa (de 12:00 a 13:00 hs.)

Roles: Producción y coordinación

Funciones: Edición de notas, control de tiempos al aire, conseguir a los entrevistados, coordinación del programa, atiendo a los oyentes.

Antigüedad: 21 años. Empecé en unas FM, después hice pasantía en LU9, después me llamaron para hacer una suplencia acá y quedé.

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? Si, terciario

(a) En el caso afirmativo: Técnica superior en comunicación social

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica? Yo creo que el 90% lo aprendí con la práctica. Uno entra muy verde a trabajar, no sabía ni atender un teléfono. Donde yo estudie nunca me llevaron ni a una radio ni a un estudio de televisión, el manejo de cómo era una radio, un diario o una tele no se aprende en la facultad. Arranqué de cero.

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera? A los 19 años empecé haciendo la pasantía y ya seguí trabajando en radio.

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia?

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio?

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo?

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

Cuando yo empecé a trabajar no había ni celulares, te haces diferente, antes los productores eran muy celosos de su trabajo, buscabas un teléfono y no te lo querían pasar o tenías que calcular cuando el funcionario estuviera en la casa o en el trabajo donde hubiese teléfono fijo para poder encontrarlo. Yo tengo la agenda hecha en papel, sé que si pierdo el celular pierdo todo. Hoy en día con los grupos de whatsapp entre los periodistas es más fácil conseguir un contacto.

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Chequeo de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? Cuando es algo urgente. Mando el móvil o llamo a alguien que esté al tanto del tema.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? Con las notas armo una grilla con los entrevistados unas horas antes y de un día para el otro cuando sé que una nota es atemporal.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Los números de Buenos Aires los consigo porque tengo muchos amigos productores de allá y sé que si necesito algo urgente se los pido a ellos. Y sino busco la manera de conseguir el número de alguien llamando al lugar donde trabaja o buscando en la guía.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Depende del tema y de la extensión de algún tema, si sé que es una nota que puedo pasar para el otro día llamo y aviso. En general trato de que se realicen en el tiempo pactado.

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? Si, realizamos alrededor de siete notas por programa. En la primer hora hago cuatro y en la segunda tres generalmente. En este programa no va casi música, a veces un solo tema musical.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa? Si.

3) ¿A qué le dedica más tiempo? Al armado de las notas y a asegurarme a que me atiendan el teléfono o que la nota se realice correctamente. Además me ocupo de atender a los oyentes y hago de recepcionista.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? La planificación del programa la hago unas horas antes del inicio del mismo.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? No. Sabemos cuáles son los temas que vamos a tratar, hago una grilla de notas poniéndole número a los entrevistados con sus cargos, y el tema que se va a tratar. Esto me facilita al momento del aire le hago señas con los números y el conductor ya sabe quién es el que está en línea

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Armado de la agenda, no parás nunca, desde la mañana ya están llamando para coordinar notas o para cubrir tal tema.

5) ¿Cómo chequea la información?

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar

una primicia? Me valgo mucho de internet, recorro todos los portales y las redes sociales. Al momento de dar una primicia siempre lo chequeo con la fuente, soy muy descreída.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma? ¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? En mi caso el conductor es una marca, el Cholo Ciano es un periodista de renombre en la ciudad con años de trayectoria y la gente lo escucha por ser él. La audiencia de esta radio es la gente que ya deja la radio desde que se levanta hasta que se acuesta o algún taxista. El factor para que un programa sea organizado es tener una buena agenda de entrevistados y que haya una buena comunicación con el conductor porque eso al aire se nota.

Datos personales: Marisel López

Sexo: Femenino

Edad: 30 años

Tipo de Emisora .AM (LU9) Programa "La mañana de la gente" (de 7:00 a 12:00 hs.)

Roles: Producción y periodista

Funciones: Columnista de deportes, movilera, realizar el informativo

Antigüedad: 9 años. Entré hablando de deportes, luego hice operación técnica y por ultimo empecé a producir

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? Si.

(a) En el caso afirmativo: título de periodista deportiva y de locutora

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica? En la carrera de periodismo teníamos producción de radio entonces para lo que hoy en día es formar una agenda que es tan importante para el productor la parte básica la había aprendido en la facultad, dentro de la materia íbamos armando nuestra propia agenda, luego la fui actualizando, vi como la habíamos estructurado en ese momento y a partir de eso es que tengo mi agenda hoy en día. Con la práctica vas aprendiendo el trato con la gente, lo que es la cocina, estar adentro de la radio, las corridas y gritos para avisar algo, aprendí la parte de operación técnica por una cuestión de tener que reemplazar a un compañero. Esto te cambia un punto de vista de porque se edita como se edita, los sonidos, la música, el tema de los tiempos al aire por las publicidades, los copetes.

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera? Mientras yo estaba estudiando, en primer año hice un programa de radio, mi principal interés por la que me interese en el periodismo era la prensa escrita y luego de empezar la carrera y conocer lo que era la radio me di cuenta que eso era lo mío. Trabaje con producción en canal 10 en un programa de deportes, a ser asistente de piso en televisión y luego hice prensa de espectáculos.

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia?

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio?

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo?

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

Cuando yo llego el conductor me pasa una lista de las personas a entrevistar, entre el productor de la mañana y el conductor arman una agenda y me indican algunas cosas que yo en el transcurso de la mañana voy siguiendo los portales de internet, las redes sociales, los grupo de prensa a través del whatsapp y vamos planteando cosas a partir de algunos disparadores que sirven para hacer alguna nota. Tengo una charla con el conductor de proponer cosas los dos para que sea más jugoso el programa. Los tiempos los controla el propio conductor junto con el operador.

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Chequeo de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? Cuando es una noticia de último momento, algo que puede ser muy importante desde lo político, algo interesante para el oyente.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? Depende del entrevistado, a mí me pasa que la mayoría los llamo y les pido de hacerla en el momento y sino si es un funcionario más importante o que sabes que va a estar ocupado tratas de pactarla de un día para el otro.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Ya tenía una base por la facultad, trabajando acá empecé con los prensas, a través de las gacetillas que muchas veces te mandan un teléfono de contacto y yo voy agendando todo. Y muchas veces con la misma persona, si estoy con el móvil, le hago una nota a un funcionario y luego le pido el teléfono para una futura nota.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Si, se respeta bastante el tiempo, se puede llegar a atrasar por algo que paso en ese momento, si se nos atrasa algo es por algo comercial que siempre tiene prioridad.

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? No tenemos un número de entrevistados. Las primeras dos horas son más intensas, se trata de entrevistar más gente. Por ahí en una hora pueden llegar a salir tres notas. A partir de las 9:00 se carga más de pauta publicitaria entonces hacemos una o dos entrevistas por hora.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa?
Si

2) ¿A qué le dedica más tiempo? Siempre estoy con el tema de mirar los correos con las gacetillas, hacer si o si la recorrida por todos los portales de internet, y hoy en día los grupos de whatsapp son de gran ayuda, ya que se informa lo que está pasando en el momento, esto es vital para tener el móvil. El móvil se maneja entre el conductor, el productor y el movilero, uno va proponiendo de acuerdo lo que se ve en la calle que piensas que es una nota que puede llegar a interesar a la audiencia. En el último tiempo tratamos de pasar el móvil hacia lo social, lo barrial. Le damos difusión a algunas de las quejas de los barrios, vamos hasta el lugar y sacamos foto, entrevistamos a algún vecino.

3) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? El conductor planifica su programa el día anterior. Cosas que van quedando pendientes durante el programa se pasa para el otro día o cosas que se van ocurriendo en el momento planifico para la semana.

(a) ¿Realiza con anterioridad un guión? No.

(b) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Recorro los portales de internet y después viniendo en el camino a la radio estoy siempre buscando la noticia.

5) ¿Cómo chequea la información?

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? Las redes sociales para mí son un disparador, nunca que me vaya a confirmar la noticia. Entro a los principales diarios o a los portales de confianza a ver quién empieza a comentar esa noticia. Twitter te puede servir en el sentido de si son los twitter oficiales de algún diario o periodista que lo están comentando ahí te sirve para chequear. Para chequear la información lo mejor es ir directamente a la fuente. Hoy en día me informo más con los portales de internet, en televisión solo cuando son noticias nacionales.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma? ¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? El factor que hace que un programa sea organizado tiene que ver con la comunicación que hay en el equipo, tiene que haber un entendimiento entre todos los miembros del programa. Tenemos la ventaja de que el operador es muy organizado entonces si ve que nos estamos desviando del objetivo nos coordina como equipo.

Lo que tenemos como programa es que tratamos de informar con conciencia y también a veces buscamos en algunos sectores y en las noticias que lo permiten hacerlo un poco más ameno, más relajado, eso de tensión/distensión eso a la gente le puede interesar. Tratamos de comprometernos bastante con lo que le pasa a la gente, escucharlos. Tratamos de que todos los oyentes que llaman salgan al aire, siempre y cuando sea en el marco del respeto y que lo que diga sea interesante. Hay veces que algún caso que han explicado una situación en algún mensaje y si dejaron un teléfono los llamamos y les preguntamos para saber si es interesante como para ponerlo al aire y han salido al aire en vivo, cosas con cuestiones de obras sociales, PAMI que no están atendiendo, etc. Tuvimos el caso de Thiago Joel el nene atropellado por

Lalo Ramos, no les daban la obra social, llamamos a los funcionarios, los cruzamos al aire y en el término de unas horas tenían obra social.

Datos personales: Mario Badalani

Sexo: Masculino

Edad: 50 años

Tipo de Emisora . FM (Radio Residencias) programa (de 7:00 a 9:00 hs.)

Roles: Producción y coordinador de aire

Funciones: producción y coordinador de aire

Antigüedad: 30 años

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? NO

(a) En el caso afirmativo: título

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica?

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera?

(b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia? Desarrollando la actividad.

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio? Creo que los dos son importantes.

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo? Estudié otras cosas, no se contradice una actividad con la otra.

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

En el caso en que la producción y la coordinación están juntas es distinto que cuando están separados. En los lugares chicos trabajamos de esta forma de hacer las dos cosas juntas. Coordinar la forma en que salen los programas al aire por un lado y por otro lado buscar contenido para esos programas. Cuando buscas contenido para esos programas son entrevistas y a veces lo que habitualmente hay en el medio un vicio del oficio, que es creerse

que porque uno pone muchas entrevistas al aire el programa tiene producción y no es así. En realidad es lo más fácil poner una entrevista al aire, lo más complicado es encontrar contenidos que le den continuidad al programa y lo vayan armando.

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Chequeo de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? Normalmente las notas pactadas con anterioridad son excepciones, ahí si la experiencia dice que por más buena voluntad que ponga el entrevistado diciendo que sí que a otro día te va a atender a las 7 de la mañana es más fuerte el sueño, prefiero sorprenderlos. A mí siempre me dio más resultado ese sistema.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta?

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Para conseguir los números uso mucho la guía telefónica.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron?

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? No. Depende del día, de los temas, etc.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa? Bastante completa porque hace muchos años que la tengo, pero siempre faltan números.

3) ¿A qué le dedica más tiempo? Me dedico a escuchar y prestar atención para ver qué tema puede ser interesante y enriquecedor del programa.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? Por la forma en que trabajamos, damos muchas cosas por supuestas, nos conocemos mucho, entonces es habitual que cuando llegamos a la radio venimos todos con los mismos temas en la cabeza, ya sabemos por dónde va a ir el programa, pero por esa coincidencia que hay es más si durante el día hay un par de mensajes entre nosotros es sobre algún tema que alguno estaba atrás y entonces todos nos ponemos en andas para conseguir una nota o tratarlo al aire, creo que es un lugar atípico.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? No un guion escrito, pero en la cabeza tenemos el guion, los tiempos, como cerramos las notas, cuando va a ir la música, etc.

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Informarme para poder generar ideas nuevas para el programa.

5) ¿Cómo chequea la información?

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? Me valgo de todos los medios, normalmente también eso es otra cosa que tenemos que preferimos perdernos una primicia en lugar de mandar fruta al aire, no nos preocupa ser los primeros en algo. En ese aspecto hemos cometido muy pocos errores, no nos interesó nunca ser los primeros en dar una noticia entonces son corremos ese riesgo. Con el tema de las redes sociales, las utilizamos más para los segmentos distendidos del programa y cuando por ahí encontramos algo que nos llama la atención o que consideramos que es válido para mandarlo al aire en general intentamos buscar al protagonista, hablar con la fuente directa.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma?
¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? Para que el programa este organizado, tenemos bastante incorporados los tiempos, ese guion que no está en ninguna parte lo tenemos todos incorporado y eso le da una dinámica al programa que lo encontramos fácilmente. La razón por la que nos escuchan tiene que ver con que defendemos, a diferencia de otros medios, los intereses que no están atados a intereses económicos, tenemos libertad para plantear algunas cosas que en otros lugares no existe.

Datos personales: Patricio Beltrami

Sexo: Masculino

Edad: 27 años

Tipo de Emisora . FM 95.3 Programa Dixit (de 14:00 a 17:00 hs)

Roles: Producción, coordinación de aire y operador técnico

Funciones: Diagramar el programa junto al C y al otro productor, en cuanto a horarios y temáticas, me encargo de elaborar el contenido de todas las secciones, buscar noticias, busco la información sobre los entrevistados para acercarle a los chicos que están al aire, contacto con los columnistas, encargado de coordinar y asegurarme que esté grabando todo el programa, grabar, cortar y editar entrevistas para que luego del programa se suban a las redes sociales. Proponemos una batería de noticias que son las 5 noticias más importantes del día, las redactamos, buscamos la información y las declaraciones.

Antigüedad: 8 años (hice aire, columnista, conducción, co-conductor, operación técnica y producción)

1) ¿Posee título de nivel superior (universitario o terciario) relacionado con el área? No

(a) En el caso afirmativo: título

-¿Qué herramientas de las que haya aprendido durante la carrera le sirvieron? ¿Cuáles aprendió con la práctica?

-¿Realizó algún trabajo similar al actual durante la carrera?

1. (b) En el caso que no: ¿cómo adquirió la experiencia? Ingresé como operador técnico a una radio FM de la ciudad, yo no sabía operar, me enseñaron y a las dos semanas me ofrecieron que también haga la producción del programa de la mañana que forme parte del equipo de producción, de ahí pase a una columna de deportes manteniendo la operación técnica y cuando era necesario hacía de co-conductor. La experiencia la adquirí con la práctica.

-¿Crees que la experiencia prevalece (vale más que) sobre el estudio? Yo creo que la experiencia prevalece sobre el estudio. Creo que en las carreras la práctica está sometida a una

evaluación constante que le genera ciertas incomodidades al estudiante, cuando salís a la calle los tiempos y las formas de manejarse son distintas.

-Después de estos años trabajando en producción, ¿le hubiese gustado estudiar algo? Sí, me hubiese gustado estudiar algo, creo que el estudio te da un montón de material no solo teórico, sino textos, experiencias y te abre la cabeza en un montón de cosas.

2) (a) ¿Cuáles son las principales actividades que realiza un productor a diario?

- Arma una agenda de acuerdo a los temas más importantes del día
- Coordinación de aire
- Contacto con los oyentes
- Contacto con autoridades y compañeros de la radio
- Busca información en los portales de internet, televisión, gráfico
- Cheque de fuentes
- Recepción información, mails de prensa
- Se ocupa de organizar la estructura del programa
- Pacta notas previamente
- Al momento del aire controla los tiempos
- Busca los contactos para hacer notas
- Se encarga de convocar a los entrevistados al piso o llamarlos por teléfono:

(a) ¿Cuándo amerita una entrevista no pactada? En una situación de urgencia.

(b) ¿Con cuánto tiempo de anticipación la pacta? Una semana antes o un día antes, siempre surge algún inconveniente en la semana y rápidamente nos ponemos a trabajar para buscar reemplazo.

(c) ¿Cómo consigue los números de los entrevistados? Ya tengo una agenda y además de la gente de prensa tenemos colegas en la radio a los que concurrimos, los entrevistados que son conocidos de la gente que queremos entrevistar, las redes sociales ayudan mucho. Y sino por la guía telefónica.

(d) Generalmente, ¿realiza la nota a la hora que acordaron? Si, a menos que surja algún imprevisto trato de que sea puntual.

(e) ¿Tiene establecido un régimen de notas por programa? ¿Qué cantidad de entrevistados salen al aire y con qué frecuencia durante el programa? Generalmente sacamos dos notas por programa, a veces alguna columna trae alguna entrevista y eso se agrega.

(f) ¿Lleva una agenda completa al momento de pactar notas para enriquecer el programa?
Si

3) ¿A qué le dedica más tiempo? A la producción le dedico tres horas todos los días, a la pre producción le dedico mucho tiempo.

4) (a) ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su programa? La noche anterior ya está estipulado todo lo que se va a decir y a la mañana me encargo de seleccionar noticias y de armar la agenda tentativa para hacer entrevistas.

(b) ¿Realiza con anterioridad un guión? Si, realizo una hoja de ruta dónde detallo todo lo que va a pasar en el programa

(c) ¿Qué actividades realiza fuera del programa? Manejo las redes sociales, mantengo un contacto con los entrevistados o con los prensas y con los columnistas.

6) ¿Cuál cree que es FACTOR para hacer un programa organizado en tiempo y forma? El guión, pensar el programa. Tienes que saber que están haciendo, como lo están haciendo y como lo están haciendo, el programa tiene que estar pensado desde antes de salir al aire, por eso cada tanto está bueno realizar reuniones de post producción para que se expongan los puntos de vista de cada uno para mejorar y ser cada vez mas ordenados. ¿Cuál cree que es la razón por la que la audiencia decide escuchar su programa e informarse con él y no con otro medio? Siempre intentamos aportar algo nuevo a la audiencia, creo que nos eligen porque le damos una impronta diferente a los demás programas.

Hasta que no haya confirmación por todos los medios, no solo por redes sociales, confirmación desde allegados a la noticia no lo damos como primicia, quizá hablamos de una posible información que aún no está confirmada.

¿De qué medios se vale para buscar la información: gráficos, audiovisuales, portales de noticias en internet, televisión? ¿Qué relevancia le atribuye a las redes sociales a la hora de dar una primicia? Televisión, radio, gráfica, portales de internet y la fuente directa que es el camino más certero y al que se llega más rápido.

5) ¿Cómo chequea la información? Recorro a varias fuentes, no tengo un lugar de donde sacar las notas, todo el tiempo estamos pendientes a las entrevistas que vayan surgiendo en el día. Todos los días reviso cuatro portales locales, dos provinciales y ocho nacionales, además dos internacionales para buscar información.