Normas de procedimiento de la Programación Radial "La Voz Universitaria"

ÍNDICE.

Introducción

Capítulo I. **Todo sobre calidad. ---------- 4**

El principio de la calidad en la Radio.

Capítulo II. **Instrumentos de planeamiento, ejecución y control de la calidad de los programas de radio. ------- 6**

Espectro radiofónico.
Expediente de la emisora
Resultados de las investigaciones sociales
Equipo de trabajo o realización.
Colectivo de programa.
Trabajo de mesa.
Monitoreos
Comisiones de calidad.
Consejo artístico
Talleres técnico – artísticos
Comisiones de música
Consejo de Programación.
Expediente de programa. Ficha técnica.

Capítulo III. **Características de los programas de radio. --------- 18**

Función
Origen
Tema
Intencionalidad de destinatarios

Capítulo IV. **Grupos y formas de los programas de radio.-------- 21**

Grupos y formas
Programas escenificados
Programas informativos
Programas musicales
Programas variados

Capítulo V. **El guión. Tipos de guiones (Resolución 51)------ 46**

Guión Dramatizado
Guión Muy Complejo
Guión Complejo
Guión Menos Complejo
Notas
Guión Técnico
Colaboraciones periodísticas y/o especializadas

Capítulo VI. **Sobre las Especialidades. ---------- 52**

Escritor
Asesor
Director
Locutor
Narrador comentarista deportivo
Grabación, edición y transmisión de sonido.
Musicalizador
Efectista

Capítulo VII. **Algunas aclaraciones respecto a los controles remotos, las guardias de cabina y las grabaciones y ediciones. ----- 55**

ANEXO I. ¿Cómo proceder a los descuentos de los técnicos artísticos? **---- 57**

INTRODUCCIÓN

El presente documento intenta hacer un resumen de las principales normas y procedimientos a tener en cuenta dentro de la Radio Universitaria de la Universidad de Granma (UDG) en el proceso de creación - producción – transmisión de programas radiales.

Su objetivo es: estimular que profesores y estudiantes lo utilicen como guía para el buen desempeño de la labor creativa, en función de ofrecer a los oyentes una programación de mayor calidad.

Las normas metodológicas que aquí se recogen son ante todo fruto de una investigación realizada por los especialistas de la emisora Radio Bayamo basada en la experiencia que ellos han acumulado durante decenas de años de quehacer radial y han sido adaptadas a la Radio universitaria.

En la investigación los especialistas consideraron los fundamentos teóricos de la comunicación a través de un medio como la radio. La aplicación adecuada dependerá de la preparación de los integrantes de este proyecto. Dominar el contenido de este documento debe ser parte de esta preparación.

Este Manual de Procedimientos, contribuye además al cumplimiento de la Política de Programación aprobada para este medio y la televisión. Es por tanto un texto abierto a las sugerencias y recomendaciones que en su momento puedan hacerse.

En su elaboración y revisión ha trabajado un colectivo de especialistas que han aportado sus conocimientos y experiencias. Pero será su aplicación en la práctica diaria la que certificará su validez.

CAPITULO I. TODO SOBRE CALIDAD.

Es la cualidad que posee una emisora o programa al integrar, de manera armónica, contenido temático y realización técnico - artística para satisfacer intereses del oyente con relación a funciones, objetivos e intencionalidad de destinatario, de acuerdo a la realidad del entorno y/o perfil de la emisora.

Calidad es la condición que alcanza una emisora o programa al integrar de forma coherente contenido y realización para dar cumplimiento a distintas funciones, objetivos e intencionalidad de destinatario.

- Que la Radio Base Universitaria de la UDG ofrezcan productos radiofónicos y servicios de calidad que satisfagan las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de estudiantes y trabajadores de la UDG.
- En el proceso de creación - producción cumplir con la Política de Programación y demás documentos rectores de la UDG(Estrategia Maestra), estimulando la creatividad, la imaginación, la capacitación, la comunicación abierta sobre el tema calidad, el sentido de responsabilidad y el compromiso de los estudiantes y trabajadores.
- Mediante técnicas de investigación y otras fuentes de retroalimentación, identificar las necesidades e intereses de estudiantes y trabajadores además de su percepción de la calidad del producto que le ofrecemos.
- Impulsar las acciones de prevención de la calidad y el proceso de mejora continua para cuando existan desviaciones, identificar las causas que la provocan y emplear acciones correctivas.
- Utilizar la experiencia de especialistas, técnicos y creadores de este medio para mejorar la calidad de los productos y servicios que nos ofrecen.

El Principio de la Calidad en la Radio.

Para lograr el cumplimiento de la calidad en los programas radiales hay que tener en cuenta dos aspectos:

Proceso creativo y de producción.

1. Objetivos claros y definidos.
2. Enfoque al oyente. Y para que éste lo reciba con agrado se debe lograr:
   - Satisfacer gustos, preferencias y necesidades.
   - Respeto hacia el público.
   - Empatía con el público.
   - Mantenerlo interesado.
   - Despertar emociones, motivarlo y convencerlo.
3. Presencia y alto nivel de realización.
4. Tendencia a ser competitivo.
5. Originalidad.
6. Reforzar la imagen de las emisoras que los transmiten.
7. Una señal de audio que satisfaga las expectativas del oyente.

En el proceso intervienen:

- Política de Programación
- Cumplimento de la ficha técnica.
- Respeto a la estructura interna y externa de cada espacio.
- Calidad del guión.
- Trabajo de mesa.

- Cumplimiento en tiempo de la salida al aire.
- La variedad de información y temas que se ofrecen en el contenido.
- Balance musical y temático en cada emisión.
- Curva de interés.
- Calidad y variedad de tipo de música, género, estilos, formatos, autores, intérpretes, voces masculinas y femeninas, zonas geográficas.
- Calidad de la locución y hablantes ante el micrófono.
- Utilización de los recursos radiales.
- Presentación y despedida.
- Identificación del programa y de la planta.

Proceso de análisis de los resultados.

- Análisis sistemático del nivel de realización del programa (Colectivos de programas, Comisiones de Calidad, Monitoreos, Consejos Artísticos, etc.)
- Conocer el impacto del producto en el oyente (retroalimentación).

CAPÍTULO II. INSTRUMENTOS DE PLANEAMIENTO, EJECUCIÓN Y CONTROL METODOLÓGICO DE LOS PROGRAMAS DE RADIO.

En la búsqueda y obtención de la calidad en la Radio Universitaria es necesario la utilización de instrumentos que permitan planear, ejecutar y controlar todas las acciones que se acometen antes y después de la emisión de programas. Estos instrumentos actúan en relación sistémica, por lo que tienen una estrecha conexión entre sí. Ellos son:

- Estudio del Espectro Radiofónico de la UDG.
- Expediente de la Emisora
- Resultados de las investigaciones sociales.
- Propuesta de nuevos programas
- Expediente de programa (Ficha Técnica).
- Equipo de Trabajo.
- Trabajo de Mesa.
- Monitoreos.
- Comisión de Calidad.
- Consejo Artístico.
- Talleres Técnico Artísticos.
- Comisiones de Música.
- Consejo de Programación.

Espectro Radiofónico.
En el contexto radial se denomina espectro radiofónico al conjunto de señales de emisoras que habitual o sistemáticamente se captan o sintonizan en un territorio determinado y que resultan opciones permanentes y diferentes para la audiencia y por lo tanto satisfacen un mayor número de necesidades, gustos y preferencias de los radioescuchas. A partir del estudio del espectro de la UDG, es que se hace posible determinar características generales inherentes a la radio en su conjunto, horarios y frecuencias en relación con funciones, temas priorizados, intencionalidad de destinatarios, formas, entre otros elementos.

Expediente de la Emisora
Documento que resulta fundamental para la correcta planificación del trabajo en la Radio Base. Incluye una serie de informaciones de gran importancia para lograr un diseño científico de la programación radial como son: Estudio del entorno, superobjetivo , perfil – identidad corporativa, imagen, carta de estilo - historia de la emisora, número de integrantes del colectivo laboral – directivos, realizadores, técnicos, trabajadores de servicios-, niveles de escolaridad, departamentos y grupos de trabajo que integran la emisora; comisión de calidad, consejo artístico, equipamiento tecnológico, sitios WEB, etc. Este expediente abarca información acerca de las características de la UDG, así como datos sobre la Radio Base como tal, o sea , hacia dónde transmitimos y con qué recursos materiales y humanos contamos para realizar la programación. Este documento requiere de su permanente actualización para que sea reflejo real tanto de la realidad de la UDG como de la Radio Base.

Resultados de las Investigaciones Sociales.
La actividad investigativa en la Radio Base debe desarrollarse atendiendo a un plan de acciones, aprobado por la dirección del proyecto, y el Jefe del Departamento de Comunicación Institucional. Como parte de este plan se prevé la realización de investigaciones encaminadas, fundamentalmente, a conocer las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de los trabajadores y estudiantes a los que va dirigido el mensaje

radiofónico; lo cual resulta de vital importancia para todos aquellos que están vinculados a la programación radial. Es precisamente la satisfacción de estas necesidades, gustos, preferencias y expectativas el objetivo final de nuestra programación, por ello los resultados de las encuestas, sondeos, exploraciones de audiencia, dinámicas de grupo, análisis de la correspondencia, llamadas telefónicas y cuantas variantes se empleen para conocer la opinión de la audiencia, son instrumentos de gran valor al planear la programación y medir la calidad de ésta.

Entre las principales líneas de investigación deben encontrarse: el desarrollo del sistema de retroalimentación, a través del control y análisis de las visitas al sitio en el que va a estar en la intranet, llamadas telefónicas, correos electrónicos; estudio de los índices de audiencia; valoración de los oyentes sobre la programación; estudio de la programación de Verano, entre otras.

En el caso de las investigaciones internas se centran básicamente en el estudio de la satisfacción de los trabajadores con los diferentes aspectos que intervienen en su desempeño laboral.

Los resultados de las investigaciones contribuyen a la aplicación del sistema de gestión de la calidad. Sin estos resultados se rompería la interrelación sistémica entre los instrumentos de planeamiento, ejecución y control de la calidad de la programación y se le privaría del rigor científico que esta requiere.

Los resultados de las investigaciones sociales deben ser analizados en la comisión de comunicación, en vista de mejorar la calidad, tanto de los espacios como la programación en su integralidad. De estos resultados, conjuntamente con las opiniones de la Comisión de Calidad y la comisión de comunicación pueden derivarse propuestas de cambios parciales o totales en los programas.

Los especialistas en investigaciones sociales, por su formación profesional, están capacitados para realizar aportes significativos a la calidad de la programación, llevando a cabo estudios dirigidos, no sólo al receptor, sino también al emisor, es decir hacia el interior de los colectivos, y al mensaje.

Propuesta de nuevos programas.

Este documento es el colofón de un proceso que comienza con el proyecto de programa en el que hay que tener presente lo siguiente:

- Definición de los objetivos y características del programa.
- Elaboración del guión (cantidad de muestras dependerá de la tipología del programa).
- Elaboración de un programa cero.

1. Análisis del proyecto en la comisión de comunicación: La comisión de comunicación es la encargada de analizar el nuevo proyecto de programa.
2. Aprobación del proyecto: Una vez analizados por la comisión de comunicación, éste es enviado a la Vicerrectoría Primera para su ratificación o no. La instancia superior tendría 30 días hábiles para dar respuesta a esta solicitud. En el proyecto va incluida la ficha técnica.

Expediente del Programa.

Cada espacio debe tener un expediente donde se incluyen todos los elementos, formales y de contenidos, explicados de manera más específica que en la Ficha Técnica. Se debe reflejar en detalles las secciones que incluye, los objetivos secundarios, las formas de locución, técnicas de dirección que se emplean, temas a tratar en general, planes temáticos por mes, y todos los elementos que se requiera incluir. Este trabajo se debe hacer de conjunto con el Director de la Radio Base, escritor – asesor, como lo plantean los Artículos décimo primero y

décimo segundo de la Instrucción 2 del 2001 del Vicepresidente del ICRT, aunque el director es el máximo responsable. Los expedientes también deben contener las actas de reuniones de trabajo, colectivos, monitoreos, resultados de investigaciones inherentes al programa. El expediente del programa constituye en su conjunto, más que un instrumento de trabajo diario, la historia del desarrollo y evolución del espacio por lo que debe relacionarse, además: fecha de inicio, fundadores, trayectoria, cambios, proyecto inicial, guiones ceros, etc. En el proceso de actualización del expediente deben extraerse, al final de cada año, los documentos correspondientes a ese período (actas de colectivos de programas, dictámenes, monitoreos, investigaciones, etc.) y elaborar un resumen anual que ofrezca información suficiente acerca del tiempo concluido.

Ficha de Control de un programa.

La Ficha Técnica constituye un documento oficial, jurídico y contable para cada uno de los espacios que llevan un proceso de producción. Se confecciona inmediatamente que el proyecto se ha aprobado en la Radio Base y contiene las características básicas que lo componen.

El modelo que a continuación se presenta es el oficialmente establecido como anexo a la Instrucción que aprueba las características de los programas de radio.

FICHA TÉCNICA DE CONTROL DE PROGRAMAS DE RADIO

Emisora		Código

(Nombre de la emisora donde se transmite el espacio)

Espacio	

(Nombre del espacio)

Horario		Tiempo		Frecuencia	

(Horario de inicio y final del espacio. Se define con hora militar) (Tiempo: en minutos exactos)
(Frecuencia: Días de la semana en que se transmite. Pueden ser todos los días de la semana, varios de ellos o uno en específico)

Función		Origen		% de Música	Cubana		Extranjera	

(Función. Se pondrá siempre la principal, que debe estar explícitamente manifestada en el objetivo principal del espacio. La función siempre se debe corresponder con el objetivo)
(Origen. Lugar donde se realiza el programa, si es de producción propia o no)
(% de Música Cubana y/o Extranjera que están autorizados para cada programa, de acuerdo a la Política Musical vigente)

Grupo		Forma	
Especificación			

(Grupo. Se refiere a qué grupo de formatos pertenece el programa: Escenificados, Informativos, Musicales o Variados)
(Forma. Forma del programa. Ver capítulo de las características de los programas)

Tema		Especificación	

(Tema. Se pondrá siempre el tema principal del espacio, si lo tiene. Los temas son: Varios Generales, Varios Informativos, Cultura y/o Arte, Música Popular Cubana y/o Extranjera, Música Tradicional y/o Folklórica, Música Clásica o de Concierto, Ciencia y Técnica, Historia Cubana y/o Universal, Sociales, Literatura Cubana y/o Extranjera)

(Especificación. Si el programa tiene una especificidad dentro de un tema, la emisora lo consigna. Por Ejemplo: El tema puede ser Música Popular Cubana y si es sólo para difundir Boleros, esa será la especificación; o puede ser el tema principal Cultura y/o Arte y la especificación Cine, si es que el programa es para hablar de cine. En el caso de los espacios dedicados al Medio Ambiente es una especificidad que se corresponde con el tema Ciencia y Técnica.

Intención hacia un destinatario	

(Intencionalidad de Destinatario. Aquí se pondrá el destinatario en que se haga énfasis dentro de un espacio, teniendo en cuenta que los programas deben ser para todo tipo de público con intencionalidad hacia determinado sector de la población. Ver en las características de los programas, los destinatarios que se emplean en nuestro país.

Tiempos aproximados que se utilizan para:

Música		Información		Dramatizaciones	

(Música. Cantidad en minutos del total de los Números Musicales íntegros, que se difunden en el espacio)
(Información. Cantidad en minutos del tiempo que se dedica a todo lo demás que no constituye música, ni dramatización: parlamentos, noticias, trabajos de géneros periodísticos, historia, efemérides, propaganda, efectos sonoros, cortinas, etc.
(Dramatizaciones. Tiempo en minutos de dramatizaciones que pueda incluir el espacio)

Fecha de inicio del programa		Vivo		Grabado	

(Fecha de Inicio del Espacio. Día, Mes y Año en que se transmitió por primera vez)
(Vivo/Grabado. Se marcará una (X) en la técnica que se utiliza. Los programas en vivo, pueden contener elementos o partes grabadas, pero se considera en vivo, si el locutor principal del espacio, está en la cabina de transmisiones en vivo)

CATEGORIZACIÓN DEL PROYECTO			
Clasificación del soporte literario R/51: Incluye clasificación, tiempo de texto y costo (Ver debajo) Pago por Colaboración R/157: Cuáles colaboraciones, frecuencia en que sale y costo			
CARGO	COMPLEJIDAD	CÓDIGO	COSTO

(Clasificación del soporte literario. Tipo de Guión.
R/51: Se pondrá el tipo de guión que se ha decidido aprobar para el espacio a partir de los guiones tipos entregados con el proyecto. (Ver Capítulo de Guiones y Resolución 51/2014 del Ministerio de Cultura) En el caso de los dramatizados, el tipo de guión dramatizado a que se refiere y el código; en el caso de los No Dramatizados la complejidad y el código. Cuando se empleen Notas debe aclararse el número de estas, la complejidad (Complejas o Menos Complejas) y la tasa que se paga.
R/157: Se incluyen todas las Colaboraciones que se remuneran relacionando el código de cada una, la cantidad de trabajos, la frecuencia, el tema que trata y el costo. (Por ejemplo: A.1.6 – 1 Comparecencia semanal (Viernes) sobre historia local $25.00)

(Cargo. Se relacionan los cargos técnico - artísticos que intervienen en el proceso de creación que aparecen en la Instrucción 76/89 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. En el caso de los actores siempre se pondrá según tasa, ya que estará dada por el tipo de actuación que realicen en una obra.)
(Complejidad. La complejidad que se otorga al artista de acuerdo al trabajo que desempeña en ese programa en específico)
(Código. El que le corresponda de acuerdo a la Resolución 27/2014 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social)
(Costo. El pago de las complejidades artística en correspondencia con el tiempo de la emisión)

Objetivo Principal

Se pondrá el objetivo principal del espacio a modo de síntesis, que siempre debe estar en correspondencia con la función principal.

Descripción del Perfil.

En el perfil se debe incluir: cantidad de voces con que cuenta el programa (principales y no principales), qué hace cada una (no hay que hacer una descripción, sino lo fundamental), el carácter de conducción (feriada, ágil, conversacional, intimista, etc.) Tipos de música, cuando incluya números musicales. Si incluye o no trabajos de carácter periodístico. Si inserta parte del tiempo, elementos de facilitación social, carteleras, segmentos deportivos, etc. boletines, su tiempo de duración y el horario en que se emiten Si los temas son variados y existe alguno priorizado, de carácter permanente, se reflejará éste. Si incluye o no invitados de cualquier tipo o colaboradores y corresponsales. En el caso de incluir secciones debe señalarse el horario aproximado de transmisión, tiempo de duración, frecuencia y tema que tratan. En el caso de ser remuneradas debe aclararse el tipo de colaboración, según Resolución 157. Si necesita un equipo de realización para su confección total, debe incluirse la correspondiente ficha técnica que se inserta a continuación de la del programa en la cual se incluye la misma. Si contiene o no elementos de participación o relativos a la relación oyente – emisora. Empleo de otros recursos sonoros y propaganda en cualquiera de sus variantes. Cualquier otro elemento de interés. Si el espacio contiene un programa íntegro ya grabado, que implique otra ficha de control, se pondrá el nombre del espacio, el horario y la frecuencia. Por ejemplo: los espacios de Radio Arte, etc.

Equipo de Trabajo o de Realización.

La producción de radio es una labor de creación eminentemente colectiva que ejecuta un equipo que integran el Director de Programas, el Asesor y el Escritor, como grupo primario. Los demás integrantes del equipo son: locutores, actores, especialistas con secciones fijas, periodistas, realizadores de sonidos, musicalizadores, realizador de efectos de estudio y editores así como otras personas que, de una forma u otra, se integran al equipo de realización.
En este equipo juega un rol de significativa importancia la triada Escritor – Asesor – Director a quienes corresponde la organización base indispensable y de cuya interrelación depende en gran medida la calidad de cada emisión radial. En primer lugar, corresponde al escritor desarrollar un tema o adaptar una obra para el medio radial. Al asesor, valorar y como resultado de su análisis, sugerir y orientar modificaciones y asegurar que el texto propuesto cumpla con los requisitos técnicos - artísticos y de contenido que correspondan. El director es el máximo responsable de dirigir esa propuesta radiofónica. En aquellos programas donde se prescinda del asesor, la dinámica de interrelación debe ocurrir con la participación de un especialista, jefe de área, de programación, de información, etc. acorde a las características del programa y la emisora.

Al realizar la necesaria labor de control y organización, los directivos deben cuidar que las medidas que se establezcan estén desprovistas de trabas burocráticas que impidan o dificulten la fluidez en el intercambio de la triada antes mencionada.
Los locutores deben poseer una amplia información de la actualidad, una adecuada cultura general y capacidad de improvisación. Su estabilidad y permanencia en el programa son indispensables para lograr habitualidad. En ocasiones se incluyen otras voces (locutores) de apoyo, para determinados trabajos, que se insertan como parte integrante de un programa.
Los actores y actrices son parte integrante de los programas, fundamentalmente en los escenificados aunque no son exclusivos de este tipo de programación. En los espacios que se requieran, la selección de estos debe estar de acuerdo con el rol que deben jugar, siendo una responsabilidad del director su designación. Por su parte los profesionales dedicados a la actuación deben tener una sólida formación, tanto en lo artístico - cultural como en lo técnico artístico.
Los realizadores de sonido, de efectos de estudios y musicalizadores deben mantener un stock de efectos, mensajes de propaganda, música y todos los elementos necesarios que conforman el diseño sonoro de los programas, para que el espacio tenga un sello que los distinga y que a la vez se inserten dentro de la identidad general de la emisora.
Pueden ser utilizados otros especialistas como productores musicales, asistentes de programas, fonotecarias, etc. Cada uno de ellos tendrá asignada una función, o varias, que el director es quien las determina, previa coordinación con estos en el momento que se diseña el espacio y antes de salir al aire por primera vez.

Colectivo de Programa.
En el medio radial, se ha dado en llamar Colectivo de Programa a la reunión de trabajo de todos los integrantes del equipo de realización.
Este encuentro es el análisis interno del proceso productivo de la unidad célula básica: el programa; en sus aspectos formales, de contenido, de emisión, afectaciones, etc. Sirve para garantizar el planeamiento de los contenidos del espacio, según su objetivo y perfil, y valorar críticamente los diversos aspectos que integran la realización del programa (atender modelo de monitoreo). El planeamiento de la celebración de dichos Colectivos es responsabilidad del directivo de Programación. Los Directores de Programas son los que dirigen el encuentro; en éste participan todos los involucrados en la realización de cada emisión y su asistencia es contenido de trabajo de cada uno.
La frecuencia con que debe celebrarse variará teniendo en cuenta las mayores o menores dificultades que presente el programa y sus resultados cualitativos. Se recomienda que en los programas en vivo, se debe hacer más a menudo que en el caso de los grabados; al menos una vez al mes. Pueden ser invitados a los Colectivos, especialistas, colaboradores, investigadores, oyentes u otros que puedan contribuir con sus criterios y opiniones a elevar la calidad del programa. Debe dejarse constancia escrita de lo tratado y los acuerdos tomados, archivándose en el Expediente de Programa.

Trabajo de Mesa.
Se define Trabajo de Mesa como aquella labor que se realiza previa a la producción o emisión del programa. El Director se reúne con los participantes y define el objetivo de la emisión o grabación, precisa el rol de cada uno de ellos y la forma en que se desarrollará el proceso de grabación o salida al aire.
Constituye un instrumento metodológico necesario que posibilita, al equipo que interviene en la realización del programa, un amplio dominio de lo que va a salir al aire. Ofrece, además, la posibilidad de subsanar errores, precisar ideas, ampliar conceptos, enfatizar en determinados temas, etc. Permite evaluar críticamente al espacio y proponer, si es preciso, modificaciones a los elementos que lo conforman, a fin de que la emisión tenga el máximo de calidad.

La trascendencia del Trabajo de Mesa hace necesario establecer su **carácter obligatorio** antes de la salida al aire del programa o la grabación del mismo. De igual forma es obligatoria la participación, en él, de todos y cada uno de los miembros del colectivo de realización. Debe contar con un tiempo previo suficiente para que sea satisfactorio su desarrollo. Los aspectos tratados en éste deben reiterarse durante el proceso de emisión o grabación, fundamentalmente en programas extensos.

Monitoreos.

El monitoreo sirve para analizar el comportamiento de una función, tema, forma, intencionalidad de destinatario, etc. La escucha puede ser de un programa, grupo de espacios, tira horaria, entre otras variantes. El monitoreo es posible realizarse directamente del radiorreceptor, en estudio, una grabación u otra modalidad en dependencia del objetivo de la escucha y de las posibilidades objetivas. A través de éste mecanismo se examinan virtudes o defectos, cumplimiento temático, etc. para estudiar sus cualidades, su idoneidad, y si cumple o no los requisitos de calidad establecidos. De este análisis se desprenden las medidas que son necesarias para resolver los aspectos negativos y reforzar los positivos.

Metodología para realización de monitoreos.

Los indicadores que a continuación aparecen son aplicables a todo tipo de programas, por lo que el especialista en monitoreo utilizará aquellos que se ajustan a los formatos de los espacios que son objeto de su análisis:

1. Guión. Estructura Adecuada. Frontis. Órdenes de sonido (incluyendo los nombres de los números utilizados como música incidental; créditos musicales; planos sonoros; cortinas; efectos; curva de interés). Complejidad atendiendo a la categorización del guión.
2. Ordenes de Locución: Acotaciones para pausas, tono, ritmo, intencionalidad.
3. Actualidad o intemporalidad de los temas.
4. Presentación y despedida: Correspondencia con la Función, Forma y Destinatario y con el diseño sonoro del programa y la emisora.
5. Locución: Correspondencia del tono, ritmo e intencionalidad con los temas que trata. Balance de voces. Nivel de relación afectiva con el público (empatía). Calidad de los diálogos: coherencia, relación con el o los temas, si resulta de utilidad para el enriquecimiento del programa. Utilización adecuada del idioma. Nivel de improvisación: lenguaje directo, claro. Tono: (Feriado, alegre, triste, pesimista, optimista, sobrio, conversacional, didáctico, intimista, romántico, etc.). Correspondencia con los temas que trata, la función, la forma y el destinatario del programa. Interpretación correcta de la línea melódica del idioma en nuestro país. Conocer las normas básicas del habla: Ritmo (dinámico, intermedio, lento); Intencionalidad: Valor de ésta en el enriquecimiento y reafirmación del mensaje. Correcta articulación, pronunciación clara y precisa, atropello, omisiones o cambios de fonemas. Seguridad y confianza. Identificación con el mensaje para lograr credibilidad y confianza. Nivel de originalidad en el estilo (sin imitaciones).
6. Utilización de los recursos técnicos artísticos del lenguaje radial: Correspondencia orgánica entre la palabra hablada, la música, los efectos, ambientes y silencios. Nivel de correspondencia entre el mensaje y la música, los efectos y demás elementos sonoros para apoyarlo o reafirmarlo. Papel que desempeña la música utilizada dentro de la dramaturgia o curva de interés del espacio. Organicidad en el uso de las cortinas musicales, efectos y silencios. Respeto a los planos sonoros en la utilización de los recursos del lenguaje radial.
7. Escenificaciones: Funcionalidad de éstas en el programa. Coherencia con el tema del espacio. Calidad de las actuaciones: características sicológicas de los personajes, desarrollo del conflicto, solución del conflicto. Efectos: Correspondencia de éstos con los temas, con el momento del programa en que se utilizan o con el momento dramático y su aporte e

integración a la trama. Musicalización: Correspondencia de ésta con los temas, época de que se trate y situación dramática. Papel que desempeña dentro de la trama o programa. Cortinas musicales y/o sonoras: coherencia con el momento en que son utilizadas y función que realizan con respecto al tema que trata el programa. Planos: Correspondencia de la utilización de los planos sonoros con la situación dramática de que se trate. Correcta utilización de los planos de voces con respecto a la música incidental, la ambientación y los efectos sonoros. Cambios de ambiente: Coherencia y armonía de éstos con respecto a la trama o los temas del programa. RR – Fade – Filtros - Cross: Utilización oportuna y armónica de éstos dentro de un programa, un tema o una dramatización.

8. Géneros Periodísticos: Diversidad de éstos. Dosificación de los mismos dentro del programa. Relación con los temas o el tema del programa. Cumplimiento de la Política Informativa. Balance Geográfico. Selección de titulares. Seguimiento de la noticia. Valores de la Información (Originalidad, proximidad, intensidad, interés humano). Manejo de la información, fundamentalmente noticiosa. Aplicación de la yuxtaposición dialéctica. Participación de las Corresponsalías: Representatividad, actualidad, cercanía geográfica y emocional de la información con el oyente.
9. Narraciones Deportivas. Utilización adecuada de términos técnicos del deporte que describe. Ajuste al tema deportivo de que se trate. Dosificación de elementos paralelos a la narración como estadísticas, saludos a peñas deportivas, etc.
10. Secciones: Nivel de relación de éstas con el tema central del programa. Correspondencia con la función, forma y destinatario del espacio. Originalidad, creatividad, intencionalidad, tono, ritmo e integración al estilo del programa. Utilización de la Música. Correspondencia orgánica entre la palabra hablada, los recursos sonoros del lenguaje radial y la música. Cumplimiento de la política musical y del diseño de utilización de la música de acuerdo al perfil del espacio y de la emisora. Balance de géneros, épocas, áreas geográficas, voces y formatos. Calidad y actualidad de los textos. Nivel de profundidad y valor cultural de los temas especializados en música y de los comentarios relacionados con las obras musicales que se difunden.
11. Utilización de los elementos sonoros en función de la identidad del programa: Jingles. Correspondencia de la música utilizada en éstos con el diseño sonoro del programa y de la emisora. Efectos para dar la hora, identificación del programa y la emisora: Autopromociones. Menciones y mensajes cortos. Correspondencia con la función, forma, perfil y destinatario del programa. Elementos sonoros reiterativos.
12. Relación oyente - programa: Utilización de la vía telefónica y la correspondencia. Tratamiento y atención que se le da al oyente por estas vías. Nivel de profundidad, calidad y valor cultural de las preguntas de participación y concursos.
13. Reflejo de la realidad del entorno: En las emisoras es muy importante el reflejo de la realidad de su territorio. Por ello es preciso en los monitoreos valorar en emisoras nacionales el reflejo o visión nacional en la integralidad de su programación y en las señales provinciales y municipales es muy importante el valorar que los programas de manera individual y la programación en su integralidad de la emisora sean reflejo fiel de la realidad de su entorno por lo que el tratamiento temático, intencionalidad de destinatario, etc. tiene que tener en cuenta sus intereses específicos territoriales.

El contenido: Es imprescindible además del análisis de los elementos técnico – artísticos enumerados anteriormente, la valoración durante el monitoreo del contenido y su tratamiento del mismo dentro de la emisión. En este aspecto se tendrá en cuenta el contexto socio - político, histórico, culturales y de cualquier otra índole que respondan a la política de programación.

Específicamente en los programas musicales se tendrá en cuenta además:

1. Producción musical: Comprobar si está correctamente realizada según las características y el contenido temático del programa.
2. Calidad de la música que se difunde (contenido temático de la obra, calidad técnico - artística de la obra musical, Interpretación y orquestación, calidad de la grabación)
3. Balance musical: Valorar de acuerdo a la forma del programa, complejidad y contenido temático si existe un adecuado balance musical (tipo de música que difunde, género, estilo, época, región geográfica, formato musical y balance de voces)
4. Contenido temático en relación con la música que se difunde: si existe correspondencia entre el contenido temático y la música que se utiliza. Para ello debe analizarse:

- Variedad de géneros, formatos y estilos.
- Si existe reiteración de autores e intérpretes.
- Analizar si la presentación y despedida se corresponden a las características del programa.
- Créditos musicales (título, autor e intérprete): Es de obligatorio cumplimiento ofrecer estos datos.

El monitoreo puede realizarse teniendo en cuenta todos los elementos mencionados o únicamente para valorar alguno de los aspectos de acuerdo con el objetivo con el que fueron programados.

Nota: Siempre debe conciliarse intereses con las herramientas científicas que pueda ofrecer el CIS.

Comisiones de Calidad.

Dentro del medio radial, se le nombra Comisión de Calidad al grupo de expertos que evalúa sistemáticamente la calidad de los programas.

. Entre sus objetivos están:

1. Determinar, atendiendo a sus valores técnico – artísticos y de contenido, la calidad de los programas en un período de tiempo determinado.
2. Revisar periódicamente la programación de las respectivas emisoras para la detección y valoración de programas que no reúnan los requisitos de calidad.
3. Evaluar según la tipología de programa, características del hablante, actor, locutor, etc., temas, intenciones, objetivos, realización, toda la gama de posibilidades formales como de contenido que integra un programa de radio.
4. Valorar la utilización de la música, tanto de la incidental como de los números musicales completos, su calidad musical, contenido, coherencia con los temas del programa y balance de género, área geográfica, formato, época, etc., así como el diseño sonoro del programa y la emisora.
5. Selección de programas que cumplen con los requisitos de calidad para participar en Festivales y concursos desde la base.
6. Proponer, de acuerdo a las dificultades detectadas, los Talleres técnico – artísticos necesarios para solucionarlos, o los cursos de capacitación para que el personal artístico y técnico alcance los niveles de excelencia a que se aspira.

Para el análisis de los programas en las Comisiones de Calidad se tendrá en cuenta los mismos elementos que en el monitoreo, además de los que se consideren necesarios incorporar en la validación.

La periodicidad máxima de los análisis en las Comisiones de Calidad no excederá de tres meses y se hará atendiendo al Objetivo y Perfil del programa y los criterios técnicos - artísticos pertinentes, así como las particularidades de cada emisora.

Estas Comisiones deben integrarlas los artistas de más prestigio y experiencia en cada una de las especialidades artísticas de la emisora, así como el presidente de la Comisión de Música. En aquellas emisoras, en que se requiera, puede existir más de una Comisión de Calidad. Los resultados deben recogerse en acta e incluirse en el Expediente de Programa.

Consejo Artístico.

El Consejo Artístico es el encargado de realizar, periódicamente, las valoraciones de las especialidades artísticas en las emisoras radiales. Debe estar integrado por una selección de los mejores profesionales por cada una de las especialidades y presidido por uno de los más destacados. Contribuye mediante recomendaciones, a la distribución de carga de trabajo del personal artístico en la emisora. Sus valoraciones resultan de importancia para el otorgamiento de las categorías por los tribunales de evaluación.

El Consejo Artístico debe ser consultado a la hora de aprobar personal artístico para nuevo ingreso a la emisora. Asimismo debe realizar evaluaciones periódicas a cada uno de los profesionales artísticos de la entidad. Al consejo Artístico corresponde la función de mantener actualizado los Expedientes Artísticos, donde deben incluirse las evaluaciones periódicas.

Talleres Técnico – Artísticos.

Es una reunión o encuentro de trabajo de carácter operativo donde se debaten aspectos de la programación o que inciden en esta. Es un intercambio de criterios que contribuyen a elevar el conocimiento y el desempeño profesional de los realizadores. Puede perfeccionar la calidad de la programación, así como elevar el universo teórico de todos los que participan en la labor radial. Existen tres fuentes para la instrumentación de los Talleres Técnico – Artísticos:

1. Las fuentes teóricas que están constituidas por conferencias, ponencias y documentos especializados. Pueden o no requerir de la audición de programas o fragmentos de éstos.
2. Las fuentes de opinión son las que de manera representativa reflejan los criterios de especialistas u oyentes, encuestas, radio – debates, críticas especializadas y fundamentalmente, la consolidación y resultados de monitoreos sistemáticos realizados por especialistas. Esta fuente también requiere como segundo paso la audición del programa seleccionado o un fragmento representativo de éste.
3. Las Fuentes Prácticas parten de la audición de uno o varios programas seleccionados por su alta o baja calidad técnico – artística, por su temática, por su novedad, etc. Según sean los objetivos que se han trazado para el taller.

En todos los casos que lo requiera pueden combinarse las fuentes, siempre que redunden en el logro del propósito del Taller. La periodicidad estará dada por los intereses específicos de cada emisora y las causas que lo convocan pueden ser: el interés por tratar aspectos de carácter teórico, proyecciones de trabajo, dificultades o fortalezas que presentan determinados programas, tiras de programación, el personal artístico o técnico de la emisora.

Comisiones de Música.

Las Comisiones de Música son instrumentos metodológicos cuyo objetivo es analizar y aprobar todo el contenido musical de una emisora de radio a partir. Estas comisiones, presididas por el Director de la emisora analizan el diseño sonoro de la entidad a partir del perfil aprobado para ella (tema de presentación y despedida de la planta, espacios y secciones que integran estos, etc.); evalúan, además, el contenido de los textos de los números musicales cantados, así como la calidad musical de las obras y recomienda, o no, su difusión.

Estará integrada por el Subdirector de Programación, el Especialista en Música de la emisora, asesores y directores de programas musicales. Debe tenerse en cuenta, a la hora del análisis de la calidad en los programas musicales: el cumplimiento de los lineamientos de la Política

Musical, según Resolución 155/95, y demás intereses de la Radio Cubana; el examen de todos y cada uno de los programas musicales de la emisora; la emisión de dictámenes en cada una de estas sesiones, siempre por separado para cada espacio. Serán encuentros operativos cuya frecuencia, como mínimo, debe ser de 1 vez al mes; aunque también estará determinada por la realidad de cada lugar.

Consejo de Programación.

Es el instrumento teórico - metodológico con que cuentan las áreas de programación de las entidades radiales. En él se reúnen periódicamente sus diferentes representantes: Jefe de Departamentos, de Grupo, Especialistas, Asesores, Directores de programas y cuantas personas sea necesario integrar al mismo, de acuerdo a los temas a debatir. Este espacio de trabajo debe realizarse de forma mensual.

Son asuntos a tratar y decidir en el Consejo de Programación:

- El análisis del cumplimiento del objetivo y perfil de la emisora.
- La aprobación del diseño musical y estructura de programación en la emisora.
- La proposición de políticas en cuanto a programación.
- El estudio de los resultados de las Investigaciones Sociales y cuantas medidas, cambios y ajustes sean necesarios realizar de acuerdo a ellos.
- Todos aquellos cambios que por diversas razones sea inevitable hacer en la programación.
- Los nuevos proyectos de programas y emite recomendaciones al respecto.
- Estrategias en cuanto a la distribución de temáticas por tipos de programas.
- Informaciones que emiten el Consejo Artístico y la Comisión de Calidad.
- La organización de Talleres Técnico - Artísticos de acuerdo a las necesidades teórico-metodológicas.

CAPÍTULO III. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS DE RADIO.

El Planeamiento de la Programación Radial comienza desde que estructuramos las diferentes tiras horarias que la conforman, atendiendo a un adecuado balance de Funciones, Formas, Objetivos, Destinatarios y Temas, a fin de cumplir los objetivos de la emisora con la mayor variedad de programas posibles. Para ello es necesario un amplio y profundo dominio del Clasificador Nacional de Programas de Radio, sin él sería imposible planear y poner al aire una programación coherente y armónica.

Función.

La Función define en esencia a un programa de radio. Las funciones de los programas radiales están constituidas por los elementos formales y de contenido para alcanzar objetivos determinados. Un programa puede cumplir varias funciones, pero una de ellas debe ser la que prime, por tanto la función primera de cada espacio estará dada por el objetivo principal que nos hemos planteado.

La Radio Cubana en la integralidad de su programación trata seis funciones: Informativa, Cultural, Recreativa, Orientación, Divulgación y Educativa. Ninguna función es exclusiva de grupos de programas, aunque en determinados casos es evidente que algunos tipos de programas les corresponden funciones específicas.

Informativa.

Proporciona con sentido selectivo, los elementos básicos para difundir hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de todos las esferas de la vida, ofrecidos a través de un programa. Se manifiesta en propuestas comunicativas de distintos géneros y formatos, fundamentalmente, en trabajos de corte periodístico.

Cultural.

Estimula el desarrollo de determinados valores y reafirma el conocimiento de otros, en relación con las necesidades espirituales del hombre. A su vez promueve y sirve de acicate creativo a los que descubren nuevos horizontes, fórmulas o técnicas y llegan a encontrar placer o satisfacción en las ciencias, las artes, etc. incrementando el acervo cultural del ser humano.

Recreativa.

Contribuye a complementar parte del tiempo libre de la población a través del esparcimiento, la distracción, la diversión, el entretenimiento y el recreo. Debe a su vez contribuir al disfrute estético.

Orientación.

Contribuye a crear en el hombre un sistema de valores, actitudes y modelos de conducta positivos en consecuencia con los principios de la sociedad, a la vez que a la preservación y reafirmación de ellos. Logra además llevar a la conciencia del ser humano patrones de conducta, hábitos y costumbres.

Divulgativa.

Difunde actividades de todo tipo de las diferentes esferas del quehacer humano y da a conocer otros aspectos de la vida cotidiana que resultan útiles a la población. Así mismo contribuye a propagar usos, hábitos, costumbres y consumo.

Educativa.
Contribuye al desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, en el contexto de las necesidades de instrucción que demanda la sociedad, a la vez que trabaja en el aspecto gnoseológico de los problemas. Se puede apoyar en métodos e instrumentos didácticos y pedagógicos.

Origen.
El Origen es el lugar de donde proceden los programas que se transmiten en las emisoras de Radio. Algunos de ellos son: la Producción Propia: se refiere a todos los programas que se producen íntegramente en una emisora. La Producción Nacional No Propia son los producidos íntegramente en una emisora del territorio nacional y que se transmiten en otra. También estarán en este acápite, aquellos programas que se producen en una emisora y a través del encadenamiento se transmiten en otras. Los programas producidos por Radio Arte, también son programas de producción nacional no propia y se definen como Producción Radio Arte. La Coproducción, son los programas producidos en una emisora determinada y donde intervienen factores de otra, u otras emisoras del territorio nacional o del exterior. De Intercambio: son los que se reciben mediante el trueque con otras emisoras del territorio nacional o del exterior sin que medie alguna forma de pago directo; y los Importados que se adquieren mediante pago directo en el exterior.

Tema.
Los Temas son aquellos aspectos fundamentales que se tratan en un programa. Existen gran variedad de temas pero en los controles sólo se empleará un tema como principal de cada uno de los espacios. Cada tema puede tener implícito otros, que son afines o sugieren elementos propios, de los que se utilizarán como fundamentales de acuerdo a la función del programa. Los programas que asuman como tema principal la categoría "Temas Varios Generales", deben tratar las más disímiles temáticas en sus contenidos por lo que no es necesario especificar otros.

Intencionalidad de Destinatario.
Los programas deben estar dirigidos hacia todo tipo de público haciendo énfasis en un destinatario específico. A esto llamamos Intencionalidad de Destinatario que es el grupo de edades, ocupacional, o de otro tipo a quien va dirigido un mensaje determinado, con el fin de influir sobre su conducta, hábitos, costumbres, etc. y movilizarlo hacia los objetivos deseados. Para que este fin se logre es necesario utilizar recursos radiales tales como lenguaje apropiado, argot especializado o utilizado por el grupo siempre que se inscriba en las normas del lenguaje, música en función de las temáticas para este grupo, ritmo, tono y timbre de locución, entre otros aspectos.
En el caso de la intencionalidad de destinatario, es preciso no limitarse a la consideración del destinatario o receptor macro, sino, al planificar la programación debe tenerse en cuenta las particularidades específicas de cada uno de ellos. Ejemplo: En el caso de los jóvenes es necesario considerar si se dirige a estudiantes o trabajadores; atendiendo al nivel cultural; al contexto sociocultural; procedencia social, etc., o sea dirigir el mensaje hacia segmentos bien definidos dentro de un grupo o sector social con el fin de lograr una mayor efectividad del mismo.
La segmentación de la población para lograr intención de destinatario sería la siguiente:

- Población General
- Campesinos
- Infantil
- Adolescentes

- Jóvenes
- Adulto mayor
- Mujer y Familia*

* En este caso, se refiere a la familia como célula fundamental de la sociedad, y al papel de la mujer dentro de la misma, y no a la mujer como especificidad, pues la mujer, al igual que el hombre forman parte de la población General. El tema de la mujer en ningún caso debe ser excluyente, ya que implicaría discriminación o segregación.

CAPÍTULO IV. GRUPOS Y FORMAS DE LOS PROGRAMAS DE RADIO.

Uno de los objetivos de las clasificaciones, es facilitar el trabajo de categorización de los guiones y la fuerza laboral artística, para su remuneración, a la vez que poder medir la calidad de los programas Los elementos o características que se deben analizar por cada tipología, y que aquí aparecen reflejados, son los fundamentales que se deben incorporar en los programas.

Grupos.
Las formas de los programas son cánones que establecen la manera de combinar los diferentes recursos del medio (texto y elementos sonoros) para llevar los contenidos a las peculiaridades de la difusión radial y lograr propósitos determinados. La clasificación de programas, por su forma, responde a cuatro grupos donde se enmarcan los diferentes tipos de espacios de manera más específica:

Programas Escenificados.
Son aquellos programas producidos en forma escenificada, unitarios o de continuidad; originales, adaptados o versiones para la radio, que narran mediante personajes un conflicto, creando ambientes y escenarios sonoros y emplean todos los elementos que componen el sonido del mundo radiofónico. Recrean hechos reales o de ficción.
Un elemento importante en esta forma de programa la constituye la conformación del elenco, que debe hacerse siguiendo criterios estrictamente artísticos, pero que deben adecuarse a los costos asignados a la producción dramatizada. Por esta razón, el elenco debe tener un máximo determinado de actores por obra: 2 protagónicos, 2 co - protagónicos, 2 actuaciones especiales en los seriados. En los unitarios 1 protagónico, 1 co- protagónico y 1 actuación especial. El resto del elenco quedará clasificado en personajes de reparto y secundarios según sea el caso, sin que lleguen a ser una cantidad excesiva. Como garantía de una adecuada comprensión de la obra, no debe aparecer en un mismo capítulo la totalidad de personajes definidos para la obra. Debe considerarse un promedio entre siete y 8 personajes en las series largas y entre 5 y 6 personajes en unitarios. De estos se exceptúan aquellas situaciones que se justifiquen dramatúrgicamente. Dicho elenco será conformado por el Director de la Obra con el visto bueno del Subdirector de Programación de la emisora, quien tendrá la potestad de vetarlo y/o enmendarlo en caso de ser necesario.

De igual forma, en el caso de los escenificados seriados ninguna obra debe exceder los 120 capítulos.

Programas Informativos.
Ofrecen elementos informativos explicativos para difundir todo tipo de hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de la sociedad, la naturaleza y las ideas mediante la comunicación de mensajes de un carácter esencialmente periodístico, o de otra categoría conceptual. Su regla de oro reside en la instantaneidad (inmediatez), es decir, reportar el hecho en el momento en que se produce.

Programas Musicales.
Son los que su contenido fundamental es la música, no sólo la difusión de obras musicales, sino todo tipo de información sobre ella, que incluye tanto la formación y la orientación como el disfrute y el entretenimiento.

Programas Variados.
Son aquellos en los que coexisten de forma armoniosa varios elementos formales y de contenido. Poseen dosis de formación e información por lo que contribuyen a ampliar el conocimiento humano a través del entretenimiento, la cultura, la orientación, etc.

Formas de los Programas Escenificados.

Seriados. Son aquellos programas que desarrollan un conflicto utilizando personajes y todos los recursos sonoros que componen el lenguaje radiofónico. El guión puede estar basado en hechos reales o de ficción y ser originales, adaptaciones o versiones para el medio radial. La característica de estos programas está dada por la continuidad de los capítulos.

Seriales. Son aquellos programas que desarrollan un conflicto utilizando personajes y todos los recursos sonoros que componen el lenguaje radiofónico. El guión puede estar basado en hechos reales o de ficción y ser originales, adaptaciones o versiones para el medio radial. La característica de estos programas está dada por ser series episódicas que no tienen continuidad. La continuidad está dada por la presencia permanente de determinados personajes.

Estos dos formatos son propios para los géneros Radio Novela Original Cubana, Radio Novela Adaptada Cubana o Extranjera, Aventuras, Radio Novelas Policíacas y/o Suspenso, Radio Novelas Históricas Adaptadas, Series Históricas Originales.

Unitarios.
Son aquellos programas que desarrollan un conflicto utilizando ambientes sonoros y personajes. El guión puede estar basado en hechos reales o de ficción y ser originales, adaptados o versiones para el medio radial. La característica de estos programas está dada por ser unidades independientes.
Los Unitarios incluyen los géneros Cuentos, Teatros, Comedias, Policíacos y/o Suspenso, Históricos Adaptados u Originales y los Humorísticos Dramatizados. Dentro de este formato pueden considerarse los Humorísticos basados en Radio Chistes. Además de estos géneros existen otras variantes de programas en las que se incluyen escenificaciones.

Narración con Dramatizaciones y/o Monólogos.
Son aquellos programas que utilizan ambientes sonoros y personajes, donde el narrador ocupa un lugar preponderante. En algunos espacios puede ocurrir que narración y dramatización estén en igualdad de condiciones. En ocasiones el narrador puede desdoblarse asumiendo varias voces. Pero en todos los casos debe aparecer el conflicto, por ser un guión dramatizado. Puede incluirse como sección dentro de otro espacio.

Docudramas.
Son programas dramatizados que incluyen testimonios y/o entrevistas. En ellos la acción se reconstruye con la mayor veracidad posible, a través de las actuaciones y/o narraciones. Están muy próximos al formato Documental, pero en estos espacios, la dramatización es la parte principal del asunto tratado.

Los Unitarios, Narraciones con Dramatizaciones y/o Monólogos y los Docudramas pueden incluirse como sección dentro de un programa variado y/o formar parte de su estructura. Las escenificaciones pueden también emplearse en la propaganda **(menciones y promociones)**

Formas de los Programas Informativos.

Radio Periódico.

Espacio en el que se ofrecen informaciones que cuenten con un mínimo indispensable de interés. Se utilizan los géneros periodísticos en sus distintas emisiones, con informaciones inmediatas o de actualidad dilatada, pronósticos, etc. recreadas y ampliadas. Utilizan efectos sonoros pero no difunden obras musicales completas. Pueden contener dentro de su formato debates o comparecencias no muy extensas, o microespacios de opinión y/o crítica, así mismo informaciones utilitarias y de facilitación social, las efemérides, alguna sección sobre el deporte, la cultura y el arte, curiosidades y otros elementos intemporales o informaciones de interés no noticiosas. Pueden contar con la participación de corresponsales y colaboradores. Incluyen reportes desde el exterior de la emisora a través del Móvil – Remotos - Vía telefónica.

Noticiero.

Espacio dedicado a satisfacer las necesidades de información de los radioescuchas. Emplea todo tipo de trabajos de géneros periodísticos, aunque prima la noticia. Estos trabajos deben ser de máxima actualidad e interés noticioso del ámbito nacional o extranjero, ordenados lógicamente. Pueden incluir las efemérides, el parte meteorológico, comentarios deportivos y/o culturales. Los principales titulares deben ser la apertura de un noticiero y su número no debe estar sujeto a una cantidad fija para cada emisión, pudiendo variar de acuerdo al espectro noticioso con que se cuente. Es necesario ofrecer durante su desarrollo, avances de informaciones con el fin de atraer la atención del oyente, o materiales que exciten el interés. Debe contar al final con un resumen de lo más importante. Se transmiten en vivo dado al carácter ágil y dinámico que deben poseer. Es necesario se escriba el guión técnico que garantice un ordenamiento para mantener el buen manejo de las informaciones de alta, mediana y baja intensidad, así como el logro de la yuxtaposición dialéctica de la información. Incluyen la participación de corresponsales, con reportes desde el exterior (móvil-remoto - vía telefónica) o colaboradores in situ. Se trabaja también, dando seguimiento a las informaciones y pronósticos. Los noticieros pueden ser especializados según su perfil, o sea, dedicados a un tema determinado como el deporte, la ciencia y la técnica, la cultura, la economía y otros.

Boletín.

Se basa en una recopilación, en síntesis, de las noticias de último minuto llegadas a las redacciones de las emisoras, que se exponen a modo de leads capsulares. No debe exceder los cinco minutos. El boletín puede asumir la máxima inmediatez en un momento determinado y es idóneo para transmitir noticias sin que haya que esperar el noticiero, o sea que puede asumir la primacía de la información. El boletín en su formato incluye todo tipo de recursos sonoros que sean necesarios o al menos debe contener separadores entre las noticias.

Programa Resumen Informativo.

Se ofrece a la audiencia un resumen de las informaciones más importantes ocurridas durante un período de tiempo prefijado (pueden ser por tiras de programación, diarios o semanales). En el caso de los que son diarios, la característica principal es la síntesis de la noticia en los que se aportan exclusivamente los elementos medulares de la información más significativa durante el período de tiempo empleado; en el caso de los semanales se incluyen los hechos noticiosos más importantes, ampliados, ocurridos en ese tiempo, aportando elementos como el seguimiento de la información, los pronósticos informativos, etc. Todos los resúmenes informativos están basados en formatos tales como Radio Revistas, Noticieros o Boletines.

Independientemente de la frecuencia con que se haga cada resumen, deben contener fragmentos de los trabajos de géneros periodísticos más relevantes, grabados y/o editados o re-elaborados, el parte meteorológico, propaganda directa y todo lo que se considere necesario incluir en beneficio de la emisión del resumen.

Programa de Género.
Es un espacio de corta duración que sirve para transmitir trabajos periodísticos, con énfasis en el comentario, la opinión, y/o debate. Pueden estar dedicados siempre a uno determinado, a la combinación de dos de ellos, o incluirlos de manera diferente en cada una de sus emisiones.

Información o Noticia.
Es conocer y dar a conocer. Tiene que ser necesariamente de actualidad. Se trabaja con la realidad, no con la ficción, con el hecho que ha ocurrido o está por ocurrir. Deben tener interés colectivo y la objetividad es indispensable. Hay que mantenerse fiel a los hechos y comprobarlos. La noticia debe tener proximidad en el tiempo y el espacio. Las simples, son cortas entre 30 y 40 segundos, y deben responder al criterio de las cinco preguntas claves tan conocidas que son: Qué?/ Quién?/ Cuándo?/ Dónde?/ Por qué? Las ampliadas están en el orden de 2 a 2.20 minutos, sitúan los hechos histórica y geográficamente, relacionan hechos, revelan causas, complementan la información con datos y prevén consecuencias. En este género no se debe comentar sino contextuar para que el oyente saque sus conclusiones. La noticia documentada es la que elabora el periodista con cortes de testimonios y otros elementos. Las informaciones o noticias deben tener en su estructura una entrada o lead, un cuerpo donde se desarrollan los detalles y se amplíen, y un resuman del hecho. (Al menos cuatro párrafos). Pueden adornarse con una frase de cierre.

Crónica.
Es una narración que no puede obviar el aspecto emocional con elementos informativos, históricos y/o literarios que refiere hechos intemporales. Admite lenguaje poético y entraña ritmo dramático, donde hay crescendo de interés, desenlace y quizás hasta sorpresa. Es característico en ella el elemento descriptivo, donde los hechos no simplemente se exponen, sino que se cuentan. Están en el orden de los dos o tres minutos de duración, aunque se pueden extender si el tema lo amerita.

Comentario.
Es opinión, narra hechos, los analiza y presenta una toma de posición. El comentarista emite juicios y pretende que los oyentes los compartan. Aclara y valora hechos, actuales o no, y/o determinada situación social. Siempre está respaldado por la firma del autor. Debe ser escrito ya que la improvisación puede traer confusiones. Las cuestiones básicas que se plantean son: ¿Qué quiero decir? y ¿A quién me dirijo? La capacidad de convicción debe estar dirigida a un objetivo específico y a sumar personas a una causa justa. Está en el orden de 3 a 5 minutos.

Comentario Editorial.
Es la opinión del medio de comunicación. Se presenta de forma impersonal e intencionadamente. Generalmente responde a temas de elevada repercusión social, nacional o extranjera. Puede presentarse a modo de comentario y/o artículo.

Entrevista.
Es un diálogo basado en preguntas y respuestas. Se dice que las pautas para hacer fluida una conversación en la vida cotidiana, sirven igualmente para las entrevistas. Dialogar es intercambiar palabras, dar y recibir ideas, interesarse en la opinión de otros.

Las preguntas deben ser claras y hay que pedir aclaraciones al entrevistado, el entrevistador se convierte en la boca del oyente. Las preguntas deben ser cortas, concretas y abiertas, ya que las cerradas se responden sólo sí o no. Debe evitarse las preguntas de respuesta inducida. Se debe hacer una sola pregunta cada vez, combinar preguntas de aclaración, para conocer más datos; de análisis, para comprender mejor una situación; y de acción para arribar a conclusiones. Existen por su objetivo la entrevista informativa, la de opinión, literaria y la de personalidad. También por su tipo según integrantes: Individual, Colectiva, Estandarizadas y Semiestandarizadas (Encuestas). En las entrevistas colectivas se debe demostrar una tesis temática y/o editorial, que se complementa a partir de los juicios de los entrevistados. Se debe preparar pocas preguntas para poder obtener muchas opiniones; es preferible muchas intervenciones cortas antes que pocas largas.

Reportaje.
Pertenece a los géneros del periodismo investigativo y de interpretación. Incluye el relato (el hecho informativo) y su valoración (opinión). Es la narración de un suceso y en él caben todos los formatos radiofónicos, desde los informativos y de opinión, hasta dramatizaciones y música. Se trata un tema con profundidad. Pueden incluir entrevistas a testigos, encuestas, datos estadísticos, comentarios, sonidos reales grabados, escenas dramatizadas breves, recursos literarios, estrofas musicales y otros elementos fruto del talento. Requiere de mucha investigación de un hecho hacia atrás y hacia delante. Requieren de un guión y un riguroso trabajo de edición.

Documental.
Es similar al reportaje pero el relato se construye con pruebas documentales, registro en directo de entrevistas, testigos y sonidos reales del lugar de los hechos. Puede incluir escenas reconstruidas y algunos elementos de ficción. Mediante el documental se da más vida a un tema con la implicación de más voces y una mayor profundidad en el tratamiento. A la vez que informa, debe entretener. Hay que recopilar gran cantidad de material sobre el tema, y si es muy extenso se puede pensar en una serie. Es necesario el guión tanto de los contenidos como del montaje. El documentalista tendrá en cuenta una planificación que está basada en un objeto definido, la duración, la información de hechos y estadística, el relato histórico o contenido, las preguntas claves, fuentes para entrevistas y documentación y fuentes de antecedentes en el lugar de los hechos, sonidos a utilizar y otros aspectos creativos. Una vez que se planifica comienza la investigación. Si se utiliza un narrador, éste servirá para contextuar y nunca para interrumpir. Si el tema es de carácter histórico, admite escenas reconstruidas e interpretadas con actores. No existen recetas para un orden, pero el resultado final tiene que tener sentido para el oyente. Cualquier tema bien investigado, es la materia prima de éste formato.

Programa de Facilitación Social.
La información que se ofrece debe reflejar el entorno socioeconómico del territorio. En él se patentiza la relación oyente – programa como sello distintivo. Se caracteriza por la variedad de secciones y temas con carácter utilitario para los oyentes de una Zona, Municipio o Provincia. Este tipo de programas también puede ser un espacio breve para los mensajes entre oyentes con vistas a brindar facilidades de ofertas o servicios. Utiliza, en sus secciones, entrevistas, notas de orientación, divulgación, etc. Participan divulgadores de distintas instituciones. Se incluye propaganda directa y los recursos sonoros en general. **Estos programas se caracterizan por llevar un Guión Técnico cuya responsabilidad es del Director del espacio y su revisión deberá garantizarla la Redacción correspondiente.**

Programas de Panel.

Comparecencia.
Espacio en el que un personaje se somete a preguntas que le hace un entrevistador o los oyentes a través de la vía telefónica, en el estudio o por correspondencia, sobre cualquier materia (un tema central) que salte a un primer plano de actualidad o por su sobresaliente actividad en cualquier esfera del quehacer humano. Cuenta con la presencia de un moderador para las preguntas e incluye trabajos de género o dramatización breve para introducir y motivar el tema que se trate. Se utilizan sonidos del medio radiofónico y admite algunos elementos de propaganda directa.

Programa para el Debate.
Espacio para el enfrentamiento de opiniones acerca de un tema determinado, de manera conversacional sobre aspectos de alta sensibilidad pública. Tiene como objetivo la explicación o el análisis de un problema desde distintas posiciones, que al final puedan ayudar a comprender y conocer con claridad lo que se trate. Incluye todo tipo de elementos sonoros del medio radiofónico y propaganda directa. Cuentan con un presentador moderador e invitados. Pueden contener trabajos de géneros y dramatizaciones breves, para ilustrar y apoyar el tema (si fueron concebidas en el diseño). Incluye participación directa del público a través de llamadas telefónicas, la correspondencia, o en el propio estudio.

Mesa Redonda.
Programa en el que intervienen moderador, invitados (especialistas y/o expertos) y periodistas, para analizar un tema de interés político, económico, cultural, científico, etc. Puede incluir algún trabajo de género periodístico para apoyar el tema y motivar las intervenciones. Utiliza los recursos sonoros y propaganda directa.

Propaganda.

La Propaganda Radial, tanto directa como indirecta, tiene como punto de partida:

1. La adecuación de las diferentes campañas y estrategias de información y propaganda, priorizadas por el Comité Central, el Partido Comunista, los Organismos de la Administración Central del Estado (OACES), la Unión de Jóvenes Comunistas, el Instituto Cubano de Radio y Televisión, las organizaciones políticas y de masas y otras entidades nacionales, con el fin de garantizar un adecuado tratamiento dentro de la programación radial (Estrategia de Comunicación)
2. La elaboración del Plan de Información y Propaganda para el tratamiento de las diferentes líneas temáticas orientadas, según su prioridad, para su implementación en la programación radial.
3. La elaboración del Plan de Propaganda Directa, en todos sus géneros (Mención, Mensajes Cortos, Jingles y Promoción), según las prioridades temáticas.
4. La validación de las realizaciones de propaganda directa concebidas.
5. Organizar la confección del Plan de Promoción de la Programación.
6. Monitoreo y seguimiento a los Planes de Información y Propaganda, así como de los planes temáticos mensuales con el objetivo de rendir informe sobre su cumplimiento e implementación.
7. Análisis de contenidos tanto para la propaganda directa como indirecta.

1. <u>La adecuación de las diferentes campañas y estrategias de información y propaganda, priorizadas.</u>

Es el soporte teórico que respalda el adecuado tratamiento de un tema de prioridad dentro de la programación radial, estructurado en:

- Introducción: Contiene las condiciones político - sociales en que se desarrollará la campaña y se justifica la necesidad de su aplicación.
- Objetivos: En estos se expresan los propósitos a alcanzar con ella. Se deben corresponder con la realidad. Pueden ser generales o específicos. Se recomienda que no se desglosen muchos, porque a la hora de su aplicación, tienen que dar solución a cada uno.
- Públicos a los que se dirigirá: Es imprescindible determinar a quienes se le dirigirán los mensajes y el conocimiento de estos.
- Lemas: Un lema central debe integrar en su enunciado los objetivos, el eje temático. Pueden proponerse lemas colaterales, pero debe tenerse en consideración que su nivel de explotación puede establecer una competencia entre ellos.
- Etapas: En qué momento se introduce, se desarrolla y continúa una estrategia.
- Eje temático: Cuáles son las ideas principales en las que girará la campaña o estrategia.
- Líneas de acciones: Principales acciones a destacar dentro de la programación radial. Lo que se quiere informar o divulgar.

2. La elaboración del Plan de Información y Propaganda para el tratamiento de las diferentes líneas temáticas orientadas, según su prioridad, para su implementación en la programación radial.

   A partir de contar con la adecuación de las estrategias y con toda la información en contenido y público destinatario de un determinado tema:

- Coordinar con las Direcciones de Información y Programación, cuáles son los programas informativos y variados; segmentos y secciones especializadas; y los géneros periodísticos que van a tratar el tema, tomando en consideración: los contenidos que serán abordados, horario, frecuencias, fecha(s), y destinatario.
- Analizar si, del tema a divulgar, se hará en alguna de las formas de propaganda directa. Precisar cuál o cuáles de ellas se utilizarán; cantidad de piezas a realizar; horarios de transmisión dentro de la programación; frecuencia de salida con “intencionalidad” dentro de los cambios y los programas; actualización según las etapas de la estrategia y la fecha en que deben ser retirados dentro de la parrilla de programación.
- Estudiar si las propuestas generan un buen espectro en cuanto al tratamiento en frecuencias por tiras de horario, destinatarios necesarios y período de tiempo solicitado o etapa si se trata de una estrategia de comunicación.
- Velar por el adecuado balance entre la propaganda directa y la indirecta.
- Controlar y analizar el cumplimiento de lo propuesto en la propaganda directa e indirecta.

3. La elaboración del Plan de Propaganda Directa, en todos sus géneros (Mención, Mensajes Cortos, Jingles y Promoción), según las prioridades temáticas.

- Definir las temáticas que serán tratadas el mes siguiente, teniendo en cuenta la prioridad, la necesidad real de su producción, los intereses de los diferentes organismos y la Política Editorial. Este Plan se realizará con 10 días de antelación al mes entrante con previo análisis por parte del Especialista de Propaganda, la Dirección de la emisora y el personal técnico artístico que llevará acabo su realización y definir en que género de propaganda se adecuará la temática.
- Proceso de Producción (elaboración del guión, aprobación, toma de voces, selección musical y edición de la obra)

- Proceso de validación: se realiza tanto interna (Obligatoria), como externa con los públicos (si se hace factible). Luego entrará en la parrilla de programación (en los cambios y dentro de los programas) según planificación del especialista de propaganda, previa consulta con el Jefe de Programación y la Comisión de Propaganda. Para este último aspecto se establece el Plan de Transmisión de propaganda directa, que abarca la parrilla completa.
- En este proceso entrarán también los programas de la emisora que requieren ser promocionados según intereses de la Dirección de programación (por baja audiencia, seguimiento de un tema, por ser un programa especial, una nueva producción dramatizada, o que requiera ser jerarquizado entre los demás programas de la emisora por su trascendencia e importancia (trabajos de géneros periodísticos, mesas redondas, Radio Debates, entre otros)

Procedimientos:

- A partir de los intereses temáticos, definir que temas serán tratados a través de la propaganda directa:
- Para cada temática, campaña o jornada, se analizará que numero de menciones, promociones, mensajes cortos y Jingles, serán realizados y los contenidos a propagandizar, también la prioridad que tendrán para un periodo de tiempo. Esta prioridad conlleva frecuencias y horarios de transmisión.
- El especialista de propaganda, una vez conformada la adecuación temática, someterá a su aprobación por parte del Director de programación.
- Se revisaran los guiones de propaganda y luego de su validación por parte de la comisión de propaganda, se llevará a producción para su realización. Una vez realizada se escucha para su aprobación y salida al aire.
- Las obras de propaganda realizadas deben ser aprobadas por el especialista de propaganda y su comisión. En el caso de las promociones a los programas de la emisora, se analizaran de conjunto con el Jefe de programación.
- Una vez aprobadas las piezas de propaganda en Plan, el especialista de propaganda, junto con su auxiliar, conformaran el Plan de transmisión propaganda directa para los tiempos de cambios y los programas que permitan su transmisión en tiempo y forma. En este procedimiento se incluye la identificación de la emisora, tanto grabada como en voz del locutor o locutora de cabina.
- Semanalmente seleccionará las obras de propaganda que serán transmitidas en cada tiempo de cambio y programas, en función de las prioridades temáticas para el mes.
- Realizar como mínimo 4 monitoreos al mes en diferentes horarios de la programación para comprobar el cumplimiento del Plan de transmisión de la propaganda directa.

4. La validación de las realizaciones concebidas.

En este momento, se aplicarán dos métodos para analizar cada realización de propaganda directa e indirecta. En el caso de las realizaciones de Propaganda Directa será de obligatorio cumplimiento su aplicación por la Comisión de Calidad de Propaganda, antes de poner al aire. Antes de aplicar los métodos de realización y percepción, la Comisión de Calidad debe estar segura que las formas de propaganda propuestas realmente cumplen con las definiciones normadas para la mención, el mensaje corto, el jingle y la promoción.

Requisitos para medir la validación de la Propaganda Directa según elementos de realización:

1. Actualidad del tema.
2. Elementos novedosos que distinguen el mensaje.
3. Utilización de la música.
4. Calidad de la edición.
5. Calidad en la grabación.

6. Utilización del lenguaje.
7. Locución.
8. Cohesión. (modo de organizar los elementos del texto que se perciben superficialmente. Elementos que permiten que el mensaje sea analizado de la forma más rápida posible)
9. Coherencia. (analizar en el mensaje si no hay un cambio arbitrario del sujeto, la persona, la voz y el tiempo del verbo. Si alguna de estas cosas sucede, se pierde la coherencia y el mensaje es oscuro y ambiguo)
10. Tiempo de duración del mensaje.

Observación: Cada punto se validará según los criterios de cada miembro de la Comisión de Calidad de propaganda.
Los mensajes pueden evaluarse de Muy Bien (MB, más de 90 puntos); Bien (B, de 85 - 90 puntos); Regular (R, de 75 - 80) y Mal (toda puntuación inferior a 75)

En el caso de la Propaganda Indirecta, la aplicación de estos métodos se hará, aleatoriamente, o en aquellos casos que se tenga duda de su efectividad.

Requisitos para medir la validación de la Propaganda Indirecta según el nivel de percepción:

1. Dinamismo de su presentación.
2. Presencia de cambios que favorecen el dinamismo o llaman la atención.
3. Participación activa del sujeto en la recepción del mensaje.
4. Vigencia, actualidad.
5. Originalidad.
6. Nivel artístico en su realización.
7. Amenidad.
8. Buen uso de la música.
9. Correspondencia entre el tiempo de duración y el mensaje en sí.
10. Cuenta con presencia humana.
11. Resulta impersonal.
12. Carácter persuasivo.
13. Tono autoritario.
14. Balance en las voces.
15. Empleo adecuado de los efectos sonoros.
16. Empleo adecuado de los efectos de ambientación.
17. Preponderancia de lo emocional.
18. Predominio de la racionalidad.
19. Naturalidad en el lenguaje.
20. Artificialidad en el lenguaje.
21. Relación texto – sonido.
22. Uso de los planos.
23. Intertextualidad (cuando en nuestro mensaje hay un texto que aparece en otro. Como por ejemplo un plagio, una forma de decir que se parezca a otro, etc.)

5. Organizar la confección del Plan de Promoción de la Programación.

- Programación relaciona aquellos espacios que requieren promoción en un período de tiempo determinado, así como la frecuencia, para ello esta área deberá indicar a los colectivos de programas la realización de la promoción a sus espacios, lo que será de aprobación del área de Propaganda.
- Con los anteriores elementos se confecciona el esquema promocional de la programación por tiras, horarios y programas, el que será examinado y actualizado, si es necesario, semanalmente, siempre con el visto bueno del área de programación.

6. Monitoreo y seguimiento a los planes de información y Propaganda, así como de los Planes temáticos mensuales con el objetivo de rendir informe sobre su cumplimiento e implementación.

Nivel de prioridad dentro de la programación.

- Tener en cuenta tratamiento diferenciado y especial del tema y los tiempos de Propaganda Directa que ocupan horarios de alta audiencia – tiempos de cambios o programas-; programas en horarios estelares; programas especiales para la temática y en la programación informativa.
- Cohesión en los mensajes que se transmiten. Es decir el modo de organizar los elementos del texto que se perciben superficialmente, con los elementos que permiten que el mensaje sea analizado de la forma más rápida posible.
- Coherencia y claridad en el mensaje. Analizar si el mensaje que se está transmitiendo no hay un cambio arbitrario del sujeto, la persona, la voz y el tiempo del verbo. Si alguna de estas cosas sucede, se pierde la coherencia y el mensaje no queda claro y se convierte en ambiguo.
- Valorar el nivel artístico de la realización. Es lo mismo que decir: poder de síntesis, locución, intencionalidad, utilización de música y efectos, ambientación, tiempo de exposición y relación texto-sonido.
- Carácter persuasivo del mensaje. Que el mismo sea persuasivo, sugerente y que apele a los intereses, motivaciones o necesidades de los oyentes.
- Empleo de la reiteración, contemplando también la repetición.
- Si lo que se transmite responde a la estrategia trazada a fin de garantizar un adecuado nivel de información que despierte la percepción de riesgo en las audiencias sin llegar a alarmar a la población.
- Efectividad de la locución y de las voces especializadas al trasladar el mensaje. Aquí hay que valorar sí quien está dirigiéndose al oyente no tiene dificultades al pronunciar lo que lee o lo que expone, pues si sucede lo contrario puede ser que el mensaje llegue frío, confuso y poco creíble, perdiéndose el factor sorpresa.
- Predominio de la síntesis del contenido que se traslada a nuestros oyentes a través de la palabra viva.
- Y que el texto llame a la reflexión en forma persuasiva, evitando el empleo de verbos o palabras que transmitan un lenguaje autoritario, imperativo.

7. Análisis de contenidos, tanto para la propaganda directa como indirecta.

A propuesta de la Vicepresidencia y de las Direcciones de Información y Propaganda y de Programación, así como de las Direcciones Provinciales de Radio, emisoras provinciales y municipales, realizar análisis de determinados trabajos con temáticas priorizadas y de primer nivel, en cuanto a contenidos tratados, buscando:

- Intencionalidad,
- Coherencia,
- Síntesis,
- Sobresaturación
- Públicos al que va dirigido,
- Actualidad,
- Contexto,
- Posibles reiteraciones innecesarias
- Otros elementos que ofrezcan confusión, falta de creatividad, abuso de frases manidas o esquemas, que no apelen a la motivación, etc.

Aspectos que pueden limitar la efectividad del mensaje tanto en la propaganda directa como indirecta.

- Exposición de más de un objetivo en cada realización.
- Poca creatividad en la concepción de los textos.
- Emplear dramatizaciones, cuyas actuaciones resulten poco creíbles.
- Utilización de música inapropiada como apoyo o fondo de textos que en ocasiones solo reitera el mensaje que transmite el locutor.
- Exceso de argumentos que llevan a la pérdida o falta de síntesis y del mensaje directo.
- Inadecuada locución, con tono, ritmo e intencionalidad inapropiados al tema.
- Uso de frases recurrentes, manidas, cacofonías, participios, gerundios, siglas, excesivos números, palabras o frases que aportan poco al mensaje que se quiere dar.

También se debe tener en cuenta:

- Las audiencias (a quien o a quienes van dirigido los mensajes)
- La intencionalidad de los contenidos.
- La construcción de los mensajes.
- Si los mensajes que se transmiten llegan a aumentar el conocimiento sobre el tema, problemas o soluciones.
- Si los mensajes influyen sobre las actitudes para crear apoyo para la acción personal o colectiva.
- Y si los mensajes son capaces de reforzar los conocimientos, actitudes o conductas.

Requisitos de calidad para la propaganda directa según sus géneros.

Menciones.

- El tiempo total no debe exceder de 30 segundos y por excepción 45 segundos. (Mínimo de tiempo en el traslado de la idea.)
- Alta dosis de creatividad.
- Actualidad del tema
- Transmitir una idea a la conciencia del oyente.
- Debe llamar a la acción inmediata, a modificar una actitud, mantener o transformar una conducta.
- Excelente síntesis de contenido. (Que permita al perceptor descodificar el mensaje que quiere trasladarle el emisor)
- Correcta utilización del lenguaje (Tono, ritmo, matices, intencionalidad, dicción, color, etc.) Por tal razón se exige una especialización de la locución en propaganda. Está demostrado que esta es una de las especialidades que necesita un perfeccionamiento en la locución para lograr, primero trasladar correctamente la idea que se quiere transmitir; segundo que la idea sea decodificada por los públicos sin necesidad de apelar a la búsqueda de información en otros canales o fuentes; tercero, evitar que el mensaje sea confuso, ambiguo y sin coherencia.
- Cohesión en la pieza de propaganda (Aglutinamiento intencionado de cada parte: música, texto, dramatizaciones, locución, para mantenerlos unidos entorno a la idea. Se logra enlazando la idea final de una oración con la inicial de otra. Ej.: El 21 de febrero de 1931 nació la radio en Pinar del Río. Este hecho tuvo como protagonista a Panchito Martínez…
- Coherencia (Si se cambia arbitrariamente el sujeto o la persona, la voz y el tiempo del verbo se producen variaciones incorrectas, la coherencia pierde su valor y la idea es ambigua, confusa. Ej.: La primera locutora cubana fue Zoila Casas Rodríguez, el primer programa infantil narrado salió al aire en 1923. Al omitirse el sujeto en la segunda parte de la

oración, el texto pierde coherencia; por ello debe decir “La primera locutora cubana fue Zoila Casas Romero, ella narró el primer programa infantil que salió al aire en 1923.”

- Uso de los recursos radiofónicos necesario para la pieza.
- Debe ser persuasiva y o apelar a la sugestión (la sugestión se utiliza como una técnica para influir en el estado afectivo o en la conducta de una persona. La sugestión se utiliza como técnica de modificación de conducta; durante este proceso se alerta a las personas sobre los riesgos y peligros de una determinada conducta, a la que se asocia un sentimiento de rechazo (por ejemplo, para abandonar el hábito de fumar o beber). La sugestión actúa e impide la repetición de esta conducta o hábito. Los efectos de la sugestión son, frecuentemente, de poca duración.
- Puede usar dramatizaciones, siempre y cuando esta se realice por locutores capaces de lograr una correcta escenificación de lo que se desea y quiere. Una mala dramatización en propaganda conllevaría a cambiar la intencionalidad con la que se realizó.

Procedimientos para la realización de menciones:

1. Investigación sobre el tema que se va a abordar.
2. Elaboración de la propuesta de tema.
3. Seleccionar público al que va dirigido.
4. Consulta del texto con creativos.
5. Presentación del guión en el tiempo establecido.
6. Aprobación del texto.
7. Selección del personal capacitado para realizar la propaganda (Director, Locutor, Grabador, Editor etc.)
8. Análisis y selección de los recursos del lenguaje radial a utilizar.
9. Si lleva dramatizaciones, hacer una correcta selección del elenco que asumirá los personajes, a través de una audición y ensayo.
10. Análisis y selección de fragmentos a emplear, así como los efectos y sonidos, si la obra requiere de estos recursos.
11. Realización del trabajo de mesa.
12. Grabación correcta de la pieza de propaganda (procesamiento de la señal, nivel, planos etc.)
13. Edición de la pieza de propaganda (calidad en los cortes, mezclas, ecualización y uso de los planos, según la dramaturgia del mensaje)
14. Análisis y aprobación de la pieza ya realizada en la comisión de creativos.
15. Investigación externa de su impacto antes de salir al aire, según públicos y destinatarios.
16. Planificación de la pieza de propaganda.
17. Comprobación del impacto esperado a través de la retroalimentación con los públicos o destinatarios.

Jingle. (Palabra que proviene del idioma inglés. El diccionario lo define como melodía publicitaria)

- Su tiempo no puede exceder de un minuto y no se admite excepciones.
- La concepción musical debe ser original y no de elaboración simple.
- No puede ser una versión de otra obra musical.
- Su letra debe comunicar lo esencial de la idea a trasladar y la gratificación que le ofrece su aceptación.
- Los recursos radiofónicos (silencio, efectos, etc.) deben estar justificados.
- Tiene que fijar una idea en la conciencia de la audiencia.
- Tiene por objetivo trasladar una idea sobre una temática, producto o servicio con música.

- Nunca se usará la palabra hablada del locutor o del intérprete. Cuando se utilice el recurso de la palabra hablada deja de ser un Jingle, pasa a convertirse en una promoción, que es el que más se utilizado en la publicidad comercial. Ej. Cuando combinamos un fragmento musical con un estribillo musical muy pegajoso y se recurre a reforzar el producto en voz del locutor: "Candado, el blanqueador por excelencia, el que más esplendor deja a su ropa".
- Después de su creación debe estar inscripto en la ACDAM para su salida al aire.
- Cada vez que sea utilizado dentro de la programación debe ser reportado en el modelo de la ACDAM, ya sea dentro de los programas o en los cambios de programación.

Procedimientos para la realización del jingle:

1. Investigación sobre el tema que se va a abordar.
2. Elaboración de la propuesta de tema.
3. Seleccionar público al que va dirigido.
4. Consulta del texto original con creativos musicales.
5. Presentación del guión en el tiempo establecido.
6. Selección del solista, agrupación o elenco que realizará la obra musical.
7. Análisis y selección del género musical a utilizar.
8. Aprobación del texto y música.
9. Realización de los ensayos musicales.
10. Correcta grabación de la obra (procesamiento de la señal, nivel, planos etc.)
11. Edición de obra musical (calidad en los cortes, mezclas, ecualización y uso de los planos según la armonía y género de la obra)
12. Análisis y aprobación de la pieza ya realizada en la comisión de creativos, donde participan al menos 3 especialistas de música.
13. Planificación del Jingle dentro de la programación.
14. Comprobación del impacto esperado a través de la retroalimentación con los públicos o destinatarios.

Mensajes cortos.

- Su tiempo debe oscilar entre 30 y 60 segundos.
- Tiene como objetivo fijar una idea en la conciencia de la audiencia.
- Se caracteriza por dar un consejo, conocimiento o definición sobre una temática.
- El dialogo es directo.
- Se realizan por ciclos, pero si bien cada uno es independiente en cuanto a contenido en sí, tiene que responder a un seriado temático y requiere: de un logotipo o identificador musical, al inicio y al final, acorde con el tema que se va a abordar con un lema o enunciado, con el objetivo de apelar a la sugestión en el oyente para que preste atención cada vez que se ponga al aire. Utilizar una o dos voces, teniendo en cuenta la duración de los mensajes. El mensaje a transmitir no debe contener fondo musical para una mejor comprensión.

Procedimientos para la realización del mensaje corto (Los mismos de la Mención)

Promociones.

- El tiempo radial es hasta 30 segundos y no más de 45 segundos.
- Tiene como objetivo fijar una idea en la conciencia de la audiencia.
- Tiene que ofrecer opciones de eventos, actos públicos, actividades, programaciones, etc., los cuales pueden ser de interés conocer para su posterior selección y asistencia.
- Su realización debe responder a: *qué, dónde, cuándo, cómo, quiénes* o *quién*… hora, día, modo de llegar, emisora, otro datos de interés que orienten y faciliten al oyente su asistencia.

- En la promoción debe considerarse que en el contenido se emplee apelaciones motivacionales y gratificaciones que logre la asistencia o audiencia en el caso de la programación radial.

Procedimientos para la realización de las promociones.

1. Contar a tiempo con la propuesta a promocionar.
2. Elaboración de la propuesta de tema que se va a promocionar.
3. Seleccionar público al que va dirigido.
4. Consulta del texto con creativos.
5. Presentación del guión en el tiempo establecido.
6. Aprobación del texto.
7. Y (los demás procedimientos del género Mención y Mensaje Corto)

Programas musicales.

La música, unida a la palabra, es uno de los elementos primarios de todas las formas de programas radiofónicos. Por tal motivo, la misma, juega un trascendental papel en la radio, como elemento vivo, de incuestionable valor estético e ideológico, portadora de los rasgos identitarios de nuestra cultura y de los más diversos y genuinos valores artísticos nacionales y universales.

La radio se ha convertido en un factor esencial de promoción y difusión de la música que como sistema de comunicación, transmite información, comunica mensajes que pueden ser portadores de conocimientos y sensaciones. Es por lo que se considera que los programas musicales deben ser el reflejo de nuestro quehacer histórico - social y cultural.

El poder de influencia de la música en las nuevas generaciones puede ser un arma que posibilite modificar o afianzar determinados valores, gustos estéticos, conductas sociales, identidad, etc. Es por eso que a la hora de elegir la obra que vamos a difundir se deben analizar los factores extramusicales y extraliterarios que acentúan o suavizan determinado mensaje, teniendo en cuenta que lo que no alcanza a expresar las palabras, lo completa la música, a veces con la melodía, otras con el ritmo.

Un programa de música es el conjunto de emisiones con una determinada estructura o formato musical y una selección temática que gira alrededor de la música que se emite y viceversa, siempre en el mismo horario de inicio y final, en frecuencias similares.

Formas de los Programas Musicales.

Discoteca.

Espacio en el que se difunde música de todo tipo variada en géneros, estilos, compositores, intérpretes, instrumentos, épocas, áreas geográficas etc. y ofrece breves informaciones sobre lo que se escucha. La música que se difunde es variada cubana y extranjera popular. Puede incluirse también la infantil, campesina, instrumental ligera, clásica o de concierto, folklórica, etc. Se ofrecen los créditos musicales de todos los números empleados (título, autor e intérprete). Puede contener saludos, felicitaciones, reportes de sintonía, acuse de correspondencia intercalada entre los números musicales (no en bloques) así mismo fragmentos de entrevistas a músicos que no excedan los 2 minutos intercaladas entre los números musicales. Incluye propaganda directa (no en bloques). En caso de que sean muy extensas pueden intercalar boletines informativos capsulares.

Recital.
Es el tipo de programa que ofrece un elemento musical común: un autor, intérprete, género, formato y estilo. Puede también estar dedicado a la creación de una época determinada (un período de tiempo que no exceda una década), a un género específico o a un país. Contiene a su vez breves informaciones sobre la música a que está dedicado el espacio, efectos sonoros del medio y propaganda directa. Se ofrecen los créditos musicales de todos los números empleados (título, autor e intérprete).

Escala Musical.
Difunde la música que haya alcanzado mayores niveles de audiencia en períodos de tiempo predeterminados, mensual, quincenal o semanal. Puede contener notas, glosas, informaciones sobre la música que se escucha o pequeñas biografías de intérpretes o autores presentes en el hit parade. Se pueden hacer lanzamiento o promociones de autores, intérpretes, agrupaciones consagradas o noveles y proposiciones de hits de la semana, la quincena, o el mes siguiente. Ofrece acuse de correspondencia y datos de escalas de otras emisoras u otros medios de expresión. Utiliza propaganda directa y una gran variedad de recursos sonoros. Al conformar una escala se debe investigar el comportamiento del gusto musical, así como la incidencia de melodías, autores e intérpretes en otras emisoras y medios de comunicación masivos, tomando como base la escala musical propia. Difunde los créditos musicales.

Programa Musical con Poemas.
Aquel cuyo contenido esencial es la música combinada, coherentemente, con poesía de todas las épocas y regiones del mundo. Contiene breves informaciones acerca de lo que se escucha ya sea de la música o de la poesía. Se ofrece con carácter obligatorio los créditos tanto de los poemas como de la música. Puede contener citas o textos relacionados con los temas. Utiliza los recursos sonoros necesarios y autopromociones al espacio. Difunde los créditos musicales.

Show o Talk Show Musical.
Se caracterizan por girar alrededor de una figura o intérprete y/o conductor o animador como eje fundamental por el que se mueven todos los elementos que participen en el programa. Utiliza el diálogo y la conversación con oyentes presentes, o no, en estudio. Los temas que se traten serán sobre música y se abordará de forma breve. Pueden incluir promociones de eventos musicales, discos, libros y revistas. Debe emplear un diálogo real, o imaginario, para interactuar con los participantes y los oyentes. La música que se utilice es variada en género, formatos y diferentes épocas. Pueden intervenir colaboradores, especialistas e invitados en el estudio o utilizando la vía telefónica. También se puede recurrir a los remotos o móviles. Difunde los créditos musicales.

Programa Musical Variado.
Espacio que tiene una variedad formal y/o temática que gira, en su contenido, alrededor de la música. Incluye musicales de todo tipo y formatos de diferentes géneros, áreas geográficas, estilos, épocas incluyendo la música infantil. Puede tener varias secciones con propaganda directa, carteleras de instituciones y efemérides, concursos, eventos, promociones, libros y revistas musicales, así como difundir los valores del país, en vivo o vía telefónica, para dar a conocer su trayectoria. Puede contar con corresponsales, colaboradores e invitados en general, así como incorporar trabajos de género periodístico, dramatizaciones, o series dramatizadas en horarios fijos, sobre creadores, intérpretes, pedagogos, investigadores, musicólogos, etc. Se ofrecen boletines musicales. Difunde los créditos musicales y utilizar los recursos radiofónicos. Pueden ser grabados o en vivo.

Puede contener elementos de participación sobre la música, si bien estos no deben ocupar un tiempo importante del programa. Este formato puede estar dedicado a varios estilos dentro de un complejo o género.

Programa Didáctico Musical.
Espacio que expone determinados temas relacionados con la música en cuanto a géneros, estilos, formatos, creadores e intérpretes enmarcados en área geográfica, época, etc. Su tratamiento contribuye a ampliar el nivel de conocimiento de los oyentes. Puede estar destinado a la enseñanza especializada, enseñanza general o diferentes destinatarios. Puede incluir dramatizaciones o, a través de ellas, abordar el tema central. Los elementos didácticos o pedagógicos estarán expuestos en el guión, si el tema lo requiere. Incluyen elementos sonoros de todo tipo, trabajos periodísticos de diferentes géneros acorde al tema tratado y autopromociones. Difunde los créditos musicales.

Programa Musical Infantil.
Programa que debe brindarle a los niños, una orientación estética a través de obras compuestas especialmente para ellos. Deben incluirse piezas de valor nacional y/o universal, tanto clásica como popular y folklórica, sin distinción de épocas (vocales, instrumentales o vocal – instrumental), interpretadas por niños o adultos. Deben ofrecerse informaciones que le resulten de interés para los oyentes. Pueden tener un tema central y la música a utilizar en función de la materia tratada. Pueden incluir secciones y emplear las dramatizaciones teniendo en cuenta la idea central. Difunde los créditos musicales.

Programa Musical Especializado.
Se especializa en algún tipo, género, ritmo o estilo, compositores, intérpretes e instrumentos de la música. También pueden estar dedicados a la creación de una época, un país o región. Puede aplicarse tanto a la música de concierto como a la popular. Estos espacios tienen como soporte la investigación sobre el tema seleccionado y la música estará como apoyatura al mismo. Puede incluir géneros periodísticos y secciones relacionadas con el tema. Es imprescindible que se realicen desmontes, valoraciones, críticas, análisis, etc. por voces autorizadas: especialistas, musicólogos, músicos y pedagogos indistintamente; que ofrezcan la mayor cantidad de información posible sobre el tema que se trate en cada una de sus emisiones. En estos espacios tiene que primar el parlamento sobre la música. No necesariamente se incluirán los números musicales completos; los fragmentos empleados deben ilustrar adecuadamente el tema al que se dedica el espacio. Realiza su producción musical y difunde los créditos musicales completos.

Programa Musical Monotemático.
Difunde música de un género, estilo o región geográfica determinados, además de ofrecer informaciones sobre lo que se está escuchando. Se considera especializado por la música que se promociona, no por los temas que se tratan o la información que se facilita. En estos la música predomina sobre los textos. Tiene un tema central, en torno a la música, por lo que la información que se ofrece debe estar en función de ella. Incluye recursos sonoros y propaganda directa, además de jingles, spots, menciones y promociones sobre el tema designado. Admite acuse de correspondencia, saludos y felicitaciones. Difunde los créditos musicales.
Puede incluir secciones que estén relacionadas con el tema tratado, siempre y cuando la información no sea excesiva y llegue a predominar sobre la música.

Programa de continuidad.

Son espacios de corta duración que sirven para completar bloques de la programación (generalmente musicales y sin identidad). Se introduce para ajustar tiempo exacto de las emisiones. Debe de ofrecer créditos completos de las obras que se difunde.

Espacio continuo.
Bloque largo de programación estructurada de la forma más simple: música, información breve, la hora, identificación de la emisora. Generalmente se diferencian por el cambio de voces en la locución. Deben de incluir los créditos completos de las obras que difunden. **Este formato es exclusivo para CMBF.**

Programa Musical con Grupo, Orquesta y/o Solistas.

Difunde música de un género, estilo o región geográfica determinados, además de ofrecer informaciones sobre lo que se está escuchando. Se considera especializado por la música que se promociona, no por los temas que se tratan o la información que se facilita. En estos la música predomina sobre los textos. Incluye recursos sonoros y propaganda directa, además de jingles, spot, menciones y promociones sobre el tema designado. Admite acuse de correspondencia, saludos y felicitaciones. Difunde los créditos musicales.
En el caso de los programas dedicados a la música campesina puede incluir Decimas, controversias y breves notas sobre el quehacer del campesinado en coordinación con la ANAP y ministerio de la Agricultura.

Elementos a tener en cuenta para la conformación de una programación musical:

- Política Musical (Ver Resolución 155)
- A partir del perfil y objetivo de la emisora, definir perfil musical de la programación.
- Tener en cuenta el espectro musical radiofónico del territorio en que se encuentre, partiendo del alcance de transmisión que tenga.

Producción musical.
Es la relación de las obras musicales a utilizar en un programa radial. En las producciones musicales se contempla informaciones de cada una de las obras utilizadas: autor, intérprete, género, formato tímbrico, agrupación etc. Estos temas pueden ser difundidos en fragmentos o en la totalidad de la obra, de acuerdo a la intencionalidad que persiga el director o escritor del programa.

En las producciones musicales se contemplan:

- las obras que se utilizarán en el programa.
- el autor.
- intérprete (solista o agrupación).
- formato tímbrico.
- género de la obra.
- nacionalidad.
- código del producto.
- número de identificación de inventario del soporte que contiene la grabación.
- el tiempo de duración de cada obra.
- otras informaciones que se consideren importantes reflejar.

Toda esta información posibilita el estudio del comportamiento de la difusión musical en determinados períodos del año, en cuanto a si existe un balance en autores, intérpretes, agrupaciones, formatos tímbricos, géneros musicales, época, voces masculinas ó femeninas.

La producción musical la conforma: el director del programa en correspondencia con el guión, debe ser entregada como mínimo (expuesto en la Resolución 155) con 72 horas antes de la salida al aire del programa. Es aprobada generalmente por el director, asesor y/o especialista de música. Puede estar sujeta a cambios durante el trabajo de mesa, el proceso de producción y emisión del programa. Cuando el Director no elabore la producción musical, esta se le remunerará a quien la realice.

Las producciones musicales deben caracterizarse por una buena selección musical en cuanto a diversidad de géneros, estilo, época, formato, autor, intérprete, zona geográfica. Estas, a su vez, deben de ser controladas metodológicamente por especialistas que lleven a cabo investigaciones que respondan a gustos, preferencias con un sentido orientador y educativo y no se debe dejar en manos solamente de los directores de programas (aunque éste es el principal responsable de los mismos), sino de una actitud colegiada por un equipo interdisciplinario de especialistas en los medios audiovisuales, conjuntamente con todos los factores que inciden en una emisora para lograr el producto final (el programa).

Control de la difusión de la música.

Las estadísticas musicales se conforman a partir del análisis vertical y horizontal de la programación tomando como base las producciones musicales (incluye la incidental). Contempla:

- Total de música cubana (incluyendo la del territorio)
- Total de música extranjera
- Total general de música
- Autores
- Intérpretes
- Obras musicales
- Géneros musicales

Se realizarán, después de la emisión del programa, debido a que las producciones musicales pueden estar sujetas a cambios durante el proceso de producción, por presentar problemas técnicos de grabación o almacenamiento en determinado soporte de la obra escogida, sustitución de autores, intérpretes o géneros musicales, incorporar más obras para completar el tiempo de duración del programa o por el contrario, debido al excederse en el tiempo de duración del programa, eliminar determinadas obras musicales u otros cambios que se produzcan en la producción musical inicial.

El análisis y estudio de las estadísticas – con frecuencia trimestral y anual-, permiten conocer los autores, intérpretes, obras y géneros musicales más difundidos de acuerdo a la cantidad y frecuencia utilizados en los programas radiales, representando una importante vía para el control de la política musical. A partir de los resultados se puede realizar un balance en cada uno de los programas y/o en toda la programación de la emisora, en cuanto a calidad de la música que se difunde, reiteración o no de autores, intérpretes, obras musicales y la cantidad de música cubana y extranjera que se difundió en determinado período de tiempo.

Existe un sistema internacional de catalogación para registrar en fonoteca los diferentes soportes de la música existentes en la emisora. El mismo se clasifica por:

- Autor
- Intérprete

- Título
- Género
- Materia
- Formato

Balance musical.
Está determinado por el adecuado tratamiento de la música en los diferentes espacios de toda la programación. Para que esto se cumpla se debe tener presente los siguientes aspectos:

- Selección del contenido temático.
- Correspondencia de la música con el texto.
- Uso adecuado de los géneros, variantes, estilos, épocas y áreas geográficas según la forma del programa.
- Uso de las combinaciones vocales e instrumentales.
- Calidad técnico - artística de la música y utilización de ésta de acuerdo al contenido temático del programa.

El balance musical está dado por la diversidad en cuanto a: géneros, formatos, estilos, zonas geográficas, etc., que intervienen en su salida al aire.

Análisis vertical y horizontal del comportamiento de la música en la programación.

Cumplimiento de la Política Musical. Análisis y relación dialéctica entre contenido y forma de la música difundida en un periodo determinado dentro del diseño de programación (segmento, tira, diario, semanal, entre emisoras, entre formas…)

Análisis vertical.
Se busca el cumplimento de la Política Musical, en relación a la forma y funciones del diseño de programación. El papel que se le confiere a la música, en ese contexto ya sea formación de valores, desarrollo del gusto estético, educativo o recreativo.
Es la evaluación del balance de la difusión musical de cada día en las tiras de programación de la emisora.
Observar la relación de los programas entre si, para evitar incongruencia y contradicciones entre los mensajes de uno y de otros.
Correspondencia entre la música difundida y los intereses de los destinatarias para el cual es diseñado el programa.
Precisar que el tratamiento de los distintos tipos de música y complejos genéricos corresponda a la forma de los programas, así como a los intereses de la audiencia en los horarios que se le ofrecen.

Análisis horizontal.
Es la valoración del comportamiento musical en relación con otros programas, otras emisoras, una semana tipo de un mismo espacio etc. transmitido en un mismo espacio de tiempo. Este tipo de balance es muy oportuno para el análisis de espectros radiofónicos.
Se analiza el tratamiento temático del programa, balance musical, géneros y formatos que tengan tradición de difusión, así como los de nueva creación.
Valorar si existe una intencionalidad o no en las producciones musicales, programas, tiras de programas etc.

Fonoteca.

Es el archivo de música existente en un lugar determinado y apropiado para atesorar y conservar en cualquier tipo de soporte la música de una emisora (puede ser en cintas, discos de placas, CD, DVD, discos duros, memorias flash, etc.) Su importancia está dada porque permite a todos los usuarios tener la historia musical, de intérpretes, autores, géneros. También pueden utilizar en toda la programación musical variedad de géneros, formatos, épocas y hechos locales que identifican nuestra cultura.

Esta tarea se logra con la participación directa de las fonotecarias (os) encargados de mantener la conservación y cuidado de los diferentes soportes.

- Brinda información a los usuarios
- Brinda recomendaciones u orientaciones, actualizando a todo el que requiera de los servicios de la Fonoteca (Ej.: musicalizadotes, especialistas de música, directores de programas, asesores, periodistas, trabajadores del informativo, etc.)

Sobre los por cientos de música establecidos para las emisoras y los espacios.

El por ciento musicales para los espacios en las emisoras es:

- Nacionales 70 – 30%
- Provinciales 80 – 20%
- Municipales 85 – 15%

A continuación relacionamos algunos de los espacios que por los temas que abordan requieren de un por ciento diferenciado de música:

- Espacios de música mexicana: 100% extranjera.
- Espacios de tango: 100% extranjera.
- Espacios dedicados a Latinoamérica, Caribe, ALBA: 20% cubano y 80% extranjero.
- Espacios dedicados a la música clásica y/o de concierto: 20% cubano y 80% extranjero.
- Espacios dedicados al rock: 20% cubano y 80% extranjero.
- Espacios dedicados al jazz: 20% cubano y 80% extranjero.
- Escala musical: 50 % – 50%
- Espacios dirigidos a los jóvenes y adolescentes: 70 % – 30%

Existen programas que por sus características necesitan de una producción musical que demanda de una dispensa o autorización para utilizar otros por cientos musicales. **Esta dispensa es emitida por la Dirección Nacional de Música, en tanto rectora metodológica de esta actividad en el país.**

Formas de los Programas Variados.

Programa de Variedades.

Espacio que se caracteriza por la multiplicidad de formatos o de contenidos variados, o por la combinación de ambos elementos. Se distingue por la diversidad formal, pudiendo incluir uno o varios temas. Se pueden desarrollar otros que no necesariamente tienen que estar ligados al asunto principal. Estos se tratan a través de notas, glosas o de un guión. Incluye variedad de secciones. Utiliza propaganda directa (no en bloques) y todo tipo de elementos del lenguaje radial. Pueden contar con corresponsales, colaboradores e invitados en general, trabajos de géneros periodísticos, elementos de facilitación social, las efemérides, el parte meteorológico, entre otros. Son propicios para incluir dramatizaciones o series dramatizadas,

en horarios fijos. Se ofrecen boletines informativos, deportivos y/o culturales. Incluye números musicales de todo tipo (variados cubanos y extranjeros) difundiendo los créditos musicales. Puede dar tratamiento a la relación oyente - programa, concursos y preguntas a través de la participación.
En esta forma pueden incluirse espacios de temas específicos como los dedicados a la ciencia y tecnología, medio ambiente, cultura, educación sexual, salud, deportivos, tercera edad, etc. en los cuales coexistan los textos y la música.

Programa de Participación.
No debe confundirse un programa de participación con aquellos que incluyen elementos de participación.
Los espacios de participación buscan el mayor y más directo contacto con la audiencia y por tanto, el tema, debe constituir el elemento fundamental en el programa. Se realiza a través de la participación de la audiencia en su interrelación con los especialistas, donde el locutor sirve de mediador. La comunicación puede ser telefónica, por correspondencia, correos electrónicos, directamente en el estudio, a través de grabaciones o en entrevistas realizadas antes o durante el programa. Deben contar con invitados, colaboradores o especialistas que guíen el desarrollo del tema o dilema presentado, si no es dando una solución, al menos propuestas que mueven el pensamiento en busca de la mejor fórmula, o apoyarse en el soporte literario que contenga valoraciones o criterios especializados sobre el tema. Algunos de estos programas pueden aproximarse, en ocasiones, al debate. Incluyen todos los recursos y géneros radiofónicos, así como propaganda directa. La conducción debe establecer la unidad de todos los elementos estructurales del programa. Puede incluir música variada, seleccionando siempre que sea posible, números musicales que apoyen el tema que se trata de modo que no se afecte la dramaturgia del programa. En cualquier caso debe difundir los créditos musicales.

Programa Charla Expositiva.
En él se abordan asuntos de interés, mediante la exposición de una temática de manera conversacional, relacionado con el ámbito socio - cultural, científico o de otras esferas. Cuenta con un tema central y otras temáticas vinculadas a éste; además de secciones fijas o no. Puede incluir fragmentos de números musicales, siempre que apoye de manera directa el tema tratado. Puede insertar algún trabajo periodístico sobre la materia principal, diálogos o dramatizaciones no muy extensas. Se apoya en todos los recursos sonoros del medio radial que se sean necesarios. Estos espacios no deben exceder los treinta minutos de duración.

Show Radial o Talk Show.
Se caracteriza por girar alrededor de la figura de un conductor o animador, en torno al cual se mueven todos los elementos que participan en el programa. Éste interactúa con los invitados y los oyentes convocándolos a un diálogo. Se realiza en vivo y su valor fundamental está dado por la inmediatez de los temas que se tratan. Incluye música variada en géneros y gran cantidad de efectos sonoros. Difunde los créditos musicales. Son muy propicios para ofrecer todo tipo de propaganda directa y auto - promoción. Pueden intervenir colaboradores, especialistas e invitados en el estudio o utilizando la vía telefónica. Puede, también, utilizar el Móvil o realizarse desde Remotos.

Programa Didáctico (No Musical).
Espacio en el que, de forma didáctica o explicativa, se exponen determinados temas de las más disímiles esferas. Es importante que el tratamiento del mismo contribuya a ampliar el nivel de instrucción de los oyentes. Cuenta con un tema central y elementos formales que se integran de forma armónica. Incluye música incidental como apoyo a los temas. Puede utilizar algún número musical completo, en función del tema, además de elementos sonoros de todo tipo y autopromociones. Los aspectos didácticos o pedagógicos estarán expuestos en el guión, si el tema lo requiere. Puede incluir dramatizaciones, secciones fijas vinculadas al tema central y algún trabajo periodístico vinculado estrechamente a éste.

Radio Consultorio.
Programa en el que los oyentes consultan o hacen preguntas a través de la correspondencia, la vía telefónica, el correo electrónico, en el estudio u otras vías. Se abordan distintos temas y, mediante las respuestas de un especialista, se satisface sus inquietudes. Aunque se da tratamiento a temas variados, en cada emisión será monotemático. Puede incluir secciones dedicadas a temas de consulta permanente, siempre vinculados al tema central. Si requieren de un conductor, éste es quien establecerá la relación entre el tema, el oyente y el especialista. Utiliza autopromociones y todo tipo de recursos del lenguaje radial.

La Radio Revista y sus Tipologías.

La Radio Revista es una de las tipologías de más amplio uso. La característica fundamental es que ofrece a la audiencia contenidos variados y multiplicidad de funciones. Estos contenidos pueden versar sobre el quehacer cotidiano, la información de temas inmediatos, el tratamiento diferenciado de informaciones de actualidad dilatada, asuntos de facilitación social, divulgación general, temas de carácter educativo, etc. Siempre deben estar relacionados entre sí, teniendo en cuenta el tema central que es lo que les caracteriza. Puede estar presente más de una función, aunque una de ellas será la predominante. Estos espacios suelen contar con un conductor, factor individual más importante para la creación de un estilo definido y propio de locución, marcando una personalidad. La combinación de voces, es un recurso a tomar en cuenta. Generalmente se incluyen otras voces de apoyo, para determinados trabajos, que se insertan a lo largo del espacio, manteniendo el diálogo o conversando informalmente con el conductor principal. En la solución de los imprevistos que puedan surgir, pues son espacios generalmente en vivo, se recomienda tener previsto algunos materiales intemporales que puedan salir al aire en estos casos, supliendo las fallas que se presentan sobre lo planificado. El director de estos espacios, que recomendamos escriba a su vez el guión para asegurar la unidad estructural y temática, debe reunirse periódicamente con el resto del equipo de realización para orientarlos acerca de la selección de temas, efectos, música, propaganda, géneros informativos, etc. Las menciones, promociones, jingles, mensajes cortos o comerciales que se realicen para este tipo de programa deben estar en correspondencia con los contenidos, la estructura planificada y el resto de la sonoridad que se emplea. Los periodistas, reporteros colaboradores, corresponsales o especialistas, deben tener contacto permanente con el director para seleccionar los temas, su tratamiento y duración al aire. Pueden incluirse preguntas de participación relacionadas al tema central de la emisión, sin que lleguen a asumir protagonismo notable. Cada uno de ellos tendrá asignada una función que el director es quien las determina, previa coordinación con estos en el momento que se diseña el espacio antes de salir al aire por primera vez. Para aunar todos estos factores es imprescindible el trabajo de mesa.

Características Estructurales.
Algunos de los elementos que componen su estructura pueden ser desde cápsulas informativas o boletines noticiosos hasta espacios o cápsulas humorísticas, dramatizaciones, partes meteorológicos o la participación de especialistas desde el exterior de la emisora. Es necesario que exista, a la hora de seleccionar la música que se emplea en la producción musical o en la sonorización general del espacio, la búsqueda de un perfil sonoro que tipifique y defina estos programas. Debe prestarse especial atención al empleo de los temas musicales cuidando la preponderancia del tema central, a excepción de las Radio Revista Musicales.

Estructura Temática.
Cada emisión debe estructurarse sobre la base de una idea central, que no entre en contradicción con los objetivos del espacio en general. Las Radio Revistas deben tener un objetivo claro y definido. De aquí debe surgir la idea para cada emisión. A partir del guión minutado se estructuran los asuntos a tratar en el programa. Lo anterior es válido para cualquier tipo de Revista.

Tipologías de las Radio Revistas en la Radio Cubana.
Las Radio Revistas están clasificadas de la siguiente forma:

Radio Revista de Perfil Informativo.
La característica fundamental está dada por el tratamiento de la información. Cuenta con variedad de temas con contenidos informativos que no, necesariamente, tienen que ser de actualidad y pueden ser tratados a través de la variedad de géneros periodísticos. Ofrece una amplia panorámica acerca del acontecer del ámbito territorial, nacional y extranjero sin excluir la posibilidad de abordar temas intemporales no noticiosos. Se pueden incluir también otros aspectos como curiosidades, notas sobre facilitación social o información utilitaria, estado del tiempo, etc. Pueden insertarse secciones infantiles u otros destinatarios, o de temas especializados que se integren de manera coherente al contexto de este programa. A su vez pueden participar especialistas en distintas materias para ofrecer informaciones acerca de determinados aspectos, según se requiera, desde el estudio o en exteriores. Se aplica, en este tipo de Revistas, recursos como: manejo de la alta, mediana y baja intensidad de la información; realización de propaganda directa; uso adecuado de la musicalización, los efectos de sonido y otros elementos sonoros; la yuxtaposición dialéctica de la información con sus tres variantes conocidas de confirmación, contraste y secuencia lógica. Se utiliza un guión técnico y su director debe responsabilizarse con la previa elaboración del mismo. Es un programa en vivo que implica agilidad y dinamismo, debe asimilar cualquier variante que el director introduzca en los momentos de la transmisión. Se nutre de informaciones recibidas desde el exterior de la emisora y requiere un importante nivel de improvisación. En caso de que se determine un tema central, o una línea editorial, obviamente debe contar con actualidad, interés y prominencia, tratando que se corresponda con asuntos de la cotidianeidad, vinculados a todos los ámbitos. Puede incluirse boletines, informaciones capsulares, notas de diversos tipos (no relacionadas al tema central), efemérides, todas las variantes de propaganda directa y cuantos elementos se consideren necesarios como parte de la realización. La música puede ser un elemento informativo más dentro de estos espacios. Debe integrarse armónicamente al contexto y con intencionalidad temática. Excepcionalmente puede emplearse un tema musical que apoye de manera directa determinado tema tratado.

Radio Revista de Perfil Cultural.
En este caso el tema central siempre gira alrededor de asuntos relacionados con la cultura en su más amplio significado: las artes, las ciencias, las ciencias sociales, el deporte, la vida cotidiana y el quehacer humano en general.

Las posibilidades del conductor principal radican en su preparación intelectual, en el rigor del planteamiento y en el lenguaje que utilice. Generalmente, dentro de estos espacios coexisten múltiples formas de realización: dramatizaciones, debates, valoraciones, notas y viñetas, música, géneros periodísticos y todos aquellos elementos o trabajos con temas culturales que su elaboración implique un goce estético. Estos espacios suelen incluir también reseñas de obras de arte, críticas especializadas, comparecencias de personalidades de la cultura nacional e internacional, las carteleras culturales, etc.
Las emisoras locales, fundamentalmente, se convierten en guía de actividades de esta índole para los oyentes. Estos espacios pueden recoger hechos de la historia que aún se conservan; tradiciones; poemas; cuentos; costumbres; anécdotas; canciones que se han transmitido oralmente a través de generaciones y que forman parte del patrimonio cultural de la localidad. La música que se utiliza en este tipo de Revista debe tener un riguroso nivel de selección y es fundamental que esté, acorde a los temas que se tratan en cada una de las emisiones. Los efectos sonoros y la propaganda que se utilizan para enriquecer el lenguaje deben ser elaborados artísticamente.

Radio Revista de Perfil Musical.
La característica fundamental, en este tipo de revista, es el tratamiento de la música. Este tipo de espacio puede ser utilizado para la difusión musical, para hablar sobre la música, o ambas. Puede contener críticas especializadas, reseñas de eventos musicales, divulgación en general, mediante propaganda de todo tipo, etc. Cuenta, en ocasiones, con la presencia de invitados: músicos, musicólogos, especialistas, autores, intérpretes, aficionados, tanto nacionales como extranjeros. Brinda carteleras de conciertos de música de diversos tipos, de la misma forma que promocionan concursos y otras actividades musicales del país, o del territorio que se trate. Puede dar cobertura a eventos musicales internacionales y nacionales. La música que se utiliza en las secciones, así como los textos que se emplean, deben estar en total correspondencia con las mismas. Es un requisito indispensable, sobre todo en esta tipología, ofrecer los créditos musicales. Por la importancia cultural que tiene no se debe excluir de este tipo de espacios alguna sección sobre la llamada música clásica, explicando sus formas tradicionales y aspectos relacionados con la misma. La música del recuerdo puede tratarse con comentarios y vivencias personales de intérpretes y autores, las pequeñas escalas musicales con los hits durante períodos de tiempo prefijados, mini-recitales con entrevistas a intérpretes o autores, etc. Es un vehículo idóneo para la promoción musical, o para lanzar discos de reciente producción, tanto nacional como internacional, y para el tratamiento de los aficionados y profesionales del territorio que cuenten con la calidad requerida. Utiliza diversos géneros periodísticos para el tratamiento de la información musical, generalmente, entrevistas, comentarios, crónicas y reportajes, aunque no deben dejarse de incluir otros géneros como pueden ser documentales, debates y otros. Es imprescindible el uso de recursos sonoros como pueden ser spots, efectos de sonido, cortinas musicales y la utilización de menciones, promociones, jingles y otras formas de propaganda directa, que contribuyan a enriquecer el lenguaje radiofónico o a enriquecer el mensaje que se desea transmitir. Admite, cada cierto período de tiempo y en dependencia de su duración, boletines de noticias a modo de cápsulas informativas que se insertan en la estructura del espacio.

Radio Revista de Facilitación Social.
Perteneciente a la redacción informativa, estos programas se caracterizan por el tratamiento de informaciones utilitarias de total inmediatez. Los asuntos sociales de máximo interés son el pilar fundamental de estos espacios, al igual que la facilitación sobre todos los aspectos de la vida. En ellos coexisten elementos formales como pueden ser comunicados, entrevistas, comparecencias, comentarios, etc.

Pueden introducir todo tipo de invitados tales como funcionarios, especialistas, divulgadores de empresas, organismos, organizaciones, promotores, etc. En su realización se debe conjugar armónicamente elementos artísticos. La utilización de la propaganda directa, en todas sus formas y con un amplio espectro temático, es usual que se realice en estos espacios al igual que una amplia sonoridad a base de spots, cortinas musicales, efectos sonoros en general y todos aquellos elementos necesarios. Pueden intercalarse algunos números musicales en dependencia del tiempo de duración y de acuerdo a los temas que se traten.
Se divulgan todos los asuntos de interés social, económico, científico, cultural, político, etc. A su vez sirven estos espacios para crear en los radioescuchas costumbres, hábitos de consumo, de vida, etc. Pueden incluirse secciones de consultorio. En las emisoras locales o territoriales, suelen intercalarse algunas secciones de mensajería entre oyentes, las cuales cumplen una función social de máximo interés. Se pueden ofrecer igualmente todo tipo de consejos útiles para el hogar, sobre medicina alternativa, recetas de cocina u otros relacionados con la ciencia y la tecnología, sobre el desarrollo técnico doméstico, cuidado de los equipos eléctricos, los muebles, etc. Pueden ofrecerse a su vez consejos para la familia, para la mujer, modas, curiosidades y otros elementos temáticos necesarios para ayudar a mejorar o facilitar las condiciones de vida de la población**. Estos programas se caracterizan por llevar un Guión Técnico cuya responsabilidad es del Director del espacio y su revisión deberá garantizarla la Redacción correspondiente.**

Radio Revista de Perfil Deportivo.
Dentro de esta tipología, al igual que en otras, el tema central gira en torno a algo específico. En este caso a todo tipo de actividades relacionadas con el mundo del deporte, en todas sus modalidades, y a las actividades relacionadas con la educación física y la recreación. La Revista de Perfil Deportivo puede ser informativa, de análisis, o de ambas formas. Generalmente incluye eventos o fragmentos de jornadas de competición. La conducción es realizada por narradores comentaristas deportivos, o profesionales con pleno dominio del mundo del deporte. Se trabaja utilizando todos los géneros periodísticos y entre los contenidos se incluyen temas de actualidad, curiosidades, historia del deporte, efemérides deportivas, análisis estadísticos, pronósticos, debates, anécdotas y todos los elementos que puedan contribuir a su variedad. Cuenta en ocasiones con invitados, deportistas destacados, figuras vinculadas estrechamente con el deporte, especialistas, médicos deportivos, comentaristas, ejecutivos, etc. ya sea en el estudio o a través de la vía telefónica o pueden participar en un debate con el público receptor. Este tipo de programa es un vehículo muy apropiado para la divulgación sobre las actividades deportivas que a través de la propaganda directa se realice para estos espacios. Es muy importante que los contenidos respondan al entorno de la emisora y se destaque el desarrollo y avance de cada territorio en cuanto al deporte y su masividad. De acuerdo al tiempo de duración del espacio, se pueden ofrecer boletines noticiosos de informaciones no vinculadas al deporte en períodos de tiempo determinados que pueden constituir secciones con horarios fijos. Pueden contar también con boletines deportivos, resúmenes de lo más importante conocido hasta el momento, avances de materiales significativos que puedan motivar la atención del oyente, elementos de facilitación social, y otros. El uso adecuado de la musicalización, los efectos de sonido y otros elementos sonoros deben tenerse en cuenta para conformar un producto radial de calidad. La difusión musical es otro elemento que favorece estos espacios; por lo que pueden intercalar algunos números musicales, en dependencia de la duración del programa, y sin ocupar un peso significativo dentro del mismo. Para esta tipología de Revista se recomienda que los números musicales que se difundan sean cubanos y estén acordes con el ritmo y tono del conductor.

CAPITULO V. EL GUIÓN. TIPOS DE GUIONES (RESOLUCIÓN 51 DEL 2014)

Guión. Es el texto donde se hallan incluidos los elementos formales y de contenido que conforman una obra audiovisual (en este caso radiofónico). El guión es un elemento fundamental en el proceso de creación de un programa de radio, por lo que es muy importante tanto su confección como la calidad de cada guión. Los guiones, de acuerdo a su complejidad se categorizarán en: Dramatizados, Muy Complejos, Complejos, Menos Complejos y Técnicos.
La complejidad de un guión está dada por el nivel de creatividad, aporte, originalidad del escritor o guionista al confeccionar el mismo. Estos aportes pueden estar en el texto, realización (ordenes de sonido) o en ambos. Al guión también se le conoce como libreto.

Guión Dramatizado.
Un Guión Dramatizado es una composición de textos, con lenguaje conversacional, narrativo y descriptivo de acciones escritas, para el medio radial, que incluye personajes y conflictos. Es un texto que de forma integral contiene el aspecto literario de una obra para radio. Expresa en el contenido el enfoque estético de la obra a través de personajes y su psicología, de una estructura dramática, de diálogos y situaciones, entre otros elementos. Contiene parlamentos coherentes, de principio a fin, para que sean interpretados por actores y pueden, o no, incluir narradores. Pueden ser originales para la radio, o adaptaciones y versiones de la literatura u otros medios de difusión. También pueden ser unitarios o por capítulos. En este tipo de guión es imprescindible la descripción de ambientes o escenarios sonoros que se recrean mediante la palabra, la música y los sonidos. Los guiones comprendidos en este acápite son los que se escriben para los programas que clasifican como Escenificados, en cualquiera de sus formatos: Seriados, Seriales, Unitarios, Narración con Dramatizaciones y/o Monólogos y Docudramas. Este tipo de guión es la propiedad intelectual de quien lo escribe y puede ser registrado como tal.

Requisitos para medir la calidad del Guión Dramatizado.

- Tratamiento del argumento de la obra de acuerdo a lo estipulado en la Política de Programación del ICRT.
- Correspondencia armónica entre la forma en que se trata el argumento de la obra, el tratamiento artístico y lo que establece la Política de Programación del ICRT.
- Correspondencia del desarrollo de la trama y las sub-tramas con el tema de la obra, sin desviaciones, disgregaciones, ni elementos superfluos.
- Eficiente adecuación de los factores que intervienen en la realización dramatizada a los factores técnico - artísticos propios del lenguaje radial.
- Coherencia y rigor en la caracterización sicológica de los personajes que intervienen en la obra.
- Ritmo adecuado a la esencia de la obra y a las posibilidades expresivas de la Radio.
- En las obras por encargo deben corresponderse, además, los objetivos planteados con el resultado estético de la obra.
- Consignar todas las órdenes de sonido que sean concebidas para la obra.
- Correspondencia de sus contenidos con el objetivo, función, tiempo, formato y perfil asignados al espacio donde se radiará la obra.
- Entrega en plazo conveniado.

Guión Muy Complejo.

El Guión Muy Complejo es el que aborda un tema determinado, basado en investigaciones realizadas por el escritor para crear un texto, de manera narrativa, explicativa y descriptiva coherentemente, de principio a fin. Su principal característica es que inserta monólogos, diálogos sencillos o dramatizaciones parciales, o completa, determinados géneros periodísticos e intervención de especialistas programado por el guionista. Las dramatizaciones sirven para ilustrar o apoyar el tema en cuestión. Puede incorporar crítica especializada. Describe todas las órdenes de sonidos para los artistas de estas especialidades y las indicaciones o acotaciones para quienes lo interpreten (locutores y/o actores). La música no debe ser el elemento protagónico y su empleo estará condicionado por el contenido. Los Guiones Muy Complejos son propios de programas no dramatizados que pueden ser, fundamentalmente, por su formato: Musicales Especializados, Charlas Expositivas y Programas Didácticos, de cualquier temática. En el caso de los Documentales y Reportajes se podrán remunerar como Muy Complejos, por excepción, cuando la emisora considere necesario contratar un escritor para ello. Esto puede ocurrir debido a que este tipo de programa no se origine en la Dirección Informativa. Dentro de las tipologías de programas de radio pueden existir otros espacios que se ajusten a un guión de estas características. **Este tipo de guión también constituye la propiedad intelectual del escritor.**

Requisitos para medir la calidad del Guión Muy Complejo.

- Confirmación del resultado riguroso de la investigación como soporte del propósito.
- Responder al perfil del espacio y corresponderse con su objetivo.
- Observar una secuencia progresiva, formal y de contenido en función del objetivo y el tema de la obra.
- Reflejar originalidad, inventiva y creatividad en el tratamiento radial de los contenidos.
- Uso correcto del lenguaje formal y utilización creativa de los elementos técnico - artísticos del lenguaje radial.
- Consignar los elementos formales como presencia, entrada y salida de los conductores, presentación de géneros periodísticos, de artistas, de invitados; acotaciones sobre características de la locución y elementos a utilizar. Hacer acotaciones sobre asuntos a tratar por especialistas, invitados e improvisadores.
- Incluir dramatizaciones y monólogos breves, o interpretaciones que se integren a la obra de manera armónica y coherente.
- Señalar todas las órdenes de sonido que sean concebidas para el programa.
- Correspondencia de sus contenidos con la función, tiempo y formato asignados al espacio donde se radiará la obra.
- Entrega en plazo conveniado.

Guión Complejo.

Guión Complejo es aquel que trata un tema determinado basado en investigaciones realizadas por el escritor, que contiene textos, de manera narrativa y descriptiva y tiene la característica de ser coherente de principio a fin. Estructura su desarrollo a partir de sus objetivos que generalmente están en función de temas determinados o específicos, estableciendo una secuencia formal y de contenido con la expresión de elementos técnico - artísticos del medio radial, en que se apoya, para la conclusión de la idea o tema. Se incorporan todas las órdenes de sonidos y de locución. Puede ser concebido para que lo interprete un locutor. No incluye dramatizaciones creadas por el guionista; aunque éste puede ubicar alguna escenificación ya elaborada, planificando el tiempo de duración y dando la orden de inclusión en el texto.

En este caso pueden ser utilizadas las producciones de Radio Arte u otra entidad, las cuñas, los radiochistes, siempre y cuando sean elaboradas por otro creador y se integren armónicamente al contexto. También pueden planificarse números musicales, siempre que apoyen el tema y sin romper la dramaturgia de lo que se trate. Puede incluir algún género periodístico, realizado por un profesional de la información que haya sido debidamente planificado por el escritor. Estos Guiones son propios, fundamentalmente, a los formatos: Musicales Especializados, Charlas Expositivas y Programas Didácticos. También pueden utilizarse en aquellos Radio Consultorios, cuyo especialista elabore el guión, o para algún otro tipo de programa (de Variedades, Revistas o de Participación, que requieran de mucha complejidad en el tratamiento de sus contenidos, **previa consulta con la Sub Dirección de Programación de la Provincia**). En el caso de los Documentales, Reportajes, Crónicas y Comentarios se podrán remunerar como Complejos, por excepción, cuando la emisora considere necesario contratar un escritor para ello. Esto puede ocurrir debido a que este tipo de programa no se origine en la Dirección Informativa. Dentro de las tipologías de programas de radio pueden existir otros espacios que se ajusten a un guión de estas características. **También en este caso la propiedad intelectual pertenece al autor.**

Requisitos para medir la calidad del Guión Complejo.

- Responder al perfil del espacio y corresponderse con su objetivo.
- Observar una secuencia progresiva, formal y de contenido en función del objetivo y el tema de la obra.
- Reflejar originalidad, inventiva y creatividad en el tratamiento radial de los contenidos.
- Uso correcto del lenguaje formal y utilización creativa de los elementos técnico - artísticos del lenguaje radial.
- Consignar los elementos formales como presencia, entrada y salida de los conductores, presentación de géneros periodísticos, de artistas, de invitados; acotaciones sobre características de la locución y elementos a utilizar. Hacer acotaciones sobre asuntos a tratar por especialistas, invitados e improvisadores.
- Señalar todas las órdenes de sonido que sean concebidas para el programa.
- Correspondencia de sus contenidos con la función, tiempo y formato asignados al espacio donde se radiará la obra.
- Entrega en plazo conveniado.

Guión Menos Complejo.

Es aquel que relaciona el ordenamiento de los elementos de contenido y técnico - artísticos dentro de un espacio. Puede contener breves investigaciones que son creación parcial del guionista. Éste escribe o describe parlamentos y acciones del o los conductores. Sus factores de enlace se expresan por medio de voz o voces conductoras y no precisa de una elaboración técnica compleja. El guión puede ser creado por ideas que el escritor toma de fuentes bibliográficas y los adapta al medio radial. Puede a su vez incorporar breves investigaciones de creación propia. Todos los factores que se empleen en el programa deben estar planificados por el escritor (órdenes para sonidos y locución). Estos Guiones son propios a los formatos: Musicales Monotemáticos; Musicales con Poemas; Programas de Música Infantil; Radio Revistas de Variedades, de Perfil Cultural o Musicales, que tengan cierta complejidad; Programas de Variedades; Programas de Participación; Charlas Expositivas menos complejas (donde se da paso a un especialista y sólo se hace la introducción de la persona en cuestión) y Radio Consultorios donde el especialista elabore el guión o el escritor introduce al especialista en cuestión.

En el caso de la Información, Crónica, Comentario, Debate y Mesa Redonda se podrán remunerar como Menos Complejos, por excepción, cuando la emisora considere necesario contratar un escritor para ello. Esto puede ocurrir debido a que este tipo de programa no se origine en la Dirección Informativa.

Requisitos para medir la calidad del Guión Menos Complejo.

- Relacionar y ordenar en secuencia progresiva los diversos elementos que se integran dentro de la obra, cuya factura es creación parcial del guionista.
- Enlazar los elementos de la obra a través de presentadores y otros recursos propios del lenguaje radial.
- Incluir las acotaciones de ordenamiento y las órdenes de sonido que requiere el programa.
- Adecuada descripción o redacción de los parlamentos y acciones de los presentadores u otros elementos que se utilicen.
- Correspondencia de sus contenidos con la función, tiempo y formato asignados al espacio donde se radiará la obra.
- Entrega en plazo conveniado.

Guión Técnico.

Es el ordenamiento lógico de la estructura interna del programa radial. Establece el orden, nivel y papel de los factores técnico – artísticos y de contenido que concurren en la realización. Fija la presencia y existencia de cada aspecto en apoyo a la idea, o tema, que desarrolla el programa. Este tipo de guión no es remunerable puesto que forma parte del contenido del director y su valor está comprendido dentro de las tasas y tiempos de realización que le corresponde al programa. Es apropiado para los programas informativos por la inmediatez que deben tener, tales como Noticieros; Radio Revistas de Perfil Informativo y Deportivo; Resúmenes Informativos; Programas de Panel; Revistas y Programas de Facilitación Social, que hasta minutos antes de su transmisión aceptan información de tipo utilitario, incluso, durante su transmisión; Discotecas; Radio Revistas Musicales; algunos Musicales Monotemáticos muy simples como por ejemplo los dedicados a la música mexicana; Recitales; Escalas Musicales; algunas Radio Revistas de Variedades o de Perfil Cultural, donde los invitados y la mayoría de los factores sean elementos intemporales, imprevistos; Programas de Variedades de estructura muy sencilla; algunos Programas de Participación; Talk Show, donde la improvisación del conductor es fundamental y Radio Consultorios, donde el mismo especialista asuma la dirección y/o conducción del espacio. En algunas Charlas Expositivas se aprueba, por excepción, el Guión Técnico con Notas. Se le conoce también como escaleta.

Notas.

Las Notas son textos especializados. Pueden ser complejas o menos complejas y con un tiempo de duración entre 1 y 5 minutos. Se escriben para incorporar a aquellos programas que llevan Guiones Técnicos. El Director es quien planifica su ubicación, de acuerdo con el escritor, ya que las Notas pueden ser fraccionadas y distribuidas a lo largo del espacio. En el caso de que el mismo director escriba notas complejas, o menos complejas, que estén insertadas en el guión, éstas sí serán remuneradas. Es imprescindible que, en cada nota, se aborde un único tema. Deben tener una introducción, desarrollo y conclusión. Deben incorporar, utilizando un lenguaje narrativo y descriptivo, todas las órdenes de sonidos y de locución. Las complejas son creadas íntegramente por quien las escribe y las menos complejas pueden ser tomadas de fuentes bibliográficas, pero transformadas al lenguaje radial.

Notas Complejas.
Son textos elaborados que insertan en su concepción algunos recursos del lenguaje radial, marcando las órdenes de sonido y locución de manera creativa. No toman textualmente, como base, informaciones publicadas; por lo que constituyen una novedad creativa o un análisis original sobre un tema determinado.

Notas Menos Complejas.
Son adaptaciones que toman como base publicaciones de todo tipo para su confección, aplicándose todas las técnicas de redacción, así como algunos recursos técnicos - artísticos del medio radial (órdenes de sonido y locución)

Requisitos para medir la calidad de las Notas.

- Que se refieran a un asunto relacionado con el espacio.
- Que la redacción se base en las formas expresivas propias de la Radio.
- Que contenga las acotaciones de presentación y despedida.
- Que incluyan las acotaciones de ordenamiento y las exigencias de sonido que requiere cada una de ellas.
- Entrega en plazo conveniado.

Observaciones.
Cuando se asocian formatos radiofónicos determinados a categorizaciones de guiones específicos, nos estamos refiriendo a la generalidad o promedio; lo que no excluye que puedan existir situaciones en que determinado formato radiofónico precise de otro tipo de guión que el que se señala.
En los programas Musicales Monotemáticos, el soporte representativo es el Guión Menos Complejo, aunque también se pueden categorizar a través de Guión Técnico con Nota.
En las Discotecas, Recitales y Escalas Musicales, el soporte representativo es el Guión Técnico.
En las Revistas Musicales, el soporte representativo es el Guión Menos Complejo, aunque también se pueden categorizar a través de Guión Técnico con Notas.
En los Musicales Especializados y Didácticos Musicales el soporte representativo es el Guión Muy Complejo o Complejo, **siempre que incluyan dramatizaciones, escenificaciones y/o monólogos.**

Las Colaboraciones Periodísticas y/o Especializadas.
Las Colaboraciones Periodísticas y las Especializadas, son trabajos de géneros periodísticos, investigativos o especializados, sobre determinados temas, que la emisora encarga por el interés que pueden despertar en los oyentes o por la importancia de determinado criterio profesional. Es lo exclusivo, lo extra, lo que se aporta además… que se remuneran a especialistas o conocedor de un tema. Pueden ser leídos por locutor o el propio especialista quien, a su vez, puede conducir totalmente el espacio.

Algunas consideraciones sobre la implementación de la Resolución 157/80 para el pago de las colaboraciones periodísticas.
Aunque en la Resolución 157/80 están definidos las normas y procedimientos para su aplicación, consideramos necesario insistir en los siguientes indicadores, y su estricto cumplimiento, detectados como violaciones o errores de interpretación de este documento rector, en múltiples visitas metodológicas realizadas a distintas emisoras del Sistema Radial.

1. En ningún caso debe ser utilizada la Resolución como vía de mejorar salario o cubrir plantilla.
2. En aras de defender la calidad de las colaboraciones, su significado social y sus valores informativos, científicos, culturales e ideológicos, los contratos deben estar bien fundamentados por su exclusividad y excepcionalidad.
3. Debe tenerse en cuenta la complejidad y dificultades del trabajo creador, así como la experiencia, la calificación y el reconocimiento alcanzados por el autor.
4. En el caso de la información, deben ser únicamente fuentes propias y exclusivas.
5. El autor tendrá derecho a recibir remuneración por las colaboraciones siempre que éstas sean realizadas fuera de su contenido y plan de trabajo específico y en horario extralaboral.
6. En ningún caso del pago de la colaboración están excluidos profesionales del propio medio, siempre que sea efectivo en su desempeño y el tema de este contrato no entre en el contenido por el cual percibe un salario.
7. Las colaboraciones no deben responder esquemáticamente al número previsto en el contrato, sino a una solicitud de la dirección del medio, que responda a una intencionalidad editorial y/o exclusividad.
8. Es imprescindible articular la realización de las investigaciones científicas y metodológicas de las emisoras, con los resultados y repercusión de las colaboraciones. Estos estudios constituyen la premisa para mantener los contratos de colaboración.
9. Los colaboradores deben contar con contratos diferenciados, de acuerdo con la actividad por la cual tributan y estos deben ser actualizados oportunamente.
10. Las copias de las colaboraciones deben archivarse en formato digital y en papel por espacio de un año natural.

En el caso de las redacciones digitales debe tenerse en cuenta lo siguiente:

1. Hasta tanto no se concluya el cuerpo legal que reglamente las normas y procedimientos de pago de este nuevo medio, actualmente en fase de experimentación y prueba, los miembros de este equipo de trabajo pueden ser estimulados por la Resolución 89 o incorporarse a la regulación de pago por la colaboración periodística.
2. En el caso de los profesionales de la comunicación, que constituyan plantilla del medio de prensa, se puede articular la implementación de los pagos adicionales propuestos por la Resolución 89, con lo establecido por la Resolución 157/80.

CAPÍTULO VI. SOBRE LAS ESPECIALIDADES.

En la labor de creación - producción para la Radio, desempeñan un rol muy importante las diferentes especialidades. Las mismas son las que asumen la responsabilidad directa de materializar los diferentes productos radiofónicos que, de conjunto, conformarán la programación de una emisora y más, integralmente, el de la Radio en su conjunto. Todas resultan importantes por cuanto son complementarias y en cuyo contexto la triología Escritor – Asesor – Director asume un rol de máxima trascendencia. La eficacia de un programa se garantiza por la calidad de todas las especialidades que intervienen en su confección.

Escritor.
Conocido como guionista, es la persona encargada de redactar o confeccionar los guiones o notas para los distintos programas de radio. Garantiza en forma de guión la base literaria del programa radial. Según la peculiaridad del espacio al que tributa, se definirá la complejidad del soporte escrito. La obra puede ser de creación original, total o parcial, adaptación o versión. En todos los casos debe contar con un lenguaje radiofónico acorde al objetivo del espacio o emisión.
Esta especialidad requiere de un vasto conocimiento de la Radio y su lenguaje, así como una amplia cultura general e integral, garantizada por una permanente autopreparación. Es imprescindible que posea capacidad para la creatividad, pues la radio es arte en sí misma. Aunque se especialice en un tipo de programa, debe estar en condiciones de escribir para cualquier formato radiofónico. Los escritores de los programas dramatizados, teniendo en cuenta la complejidad de la elaboración de estos guiones, requieren de un alto talento que le permita enfrentar, con éxito, la creación de obras adaptadas, versionar otras o crear originales. Entrega a pedido los guiones, previo acuerdo entre las partes. Debe corregir su obra, si es preciso. Se considera su trabajo, de autor por lo que se registra con ese derecho (Derecho de Autor) Forma parte del colectivo del programa. Aunque su relación mayor es con el asesor, debe también vincularse con el Director y demás miembros del equipo. Puede asistir, indistintamente, a grabaciones, trabajos de mesas o emisiones, aunque no es obligatoria su presencia. Si es requerido en algún punto del proceso productivo, debe asistir. Su participación no termina con la entrega del libreto.

Asesor.
El Reglamento Interno del ICRT, plantea que el Asesor es la persona natural que revisa, aprueba, coordina y vela por la calidad integral del producto radiofónico, donde juega un papel importante el cumplimiento de lo que establece la Política de Programación vigente. Es por eso que debe coordinar con el, o los escritor(es) de un espacio y darle(s) a conocer todas las características que tiene el mismo en cuanto a contenidos y estructura. Sólo aceptará aquellos guiones que tengan la calidad requerida para producir los programas o asesorar al escritor sobre determinados aspectos que debe variar o cambiar para lograr esa calidad y/o que estén en consonancia con la política de programación vigente. El Asesor tiene que poseer un alto nivel cultural avalado por un título universitario y una permanente autosuperación. Debe tener un amplio dominio de todas las especialidades artísticas, además debe documentarse sobre el, o los temas que se tratan en cada guión. Debe poseer un dominio notable sobre música y un adecuado nivel de conocimiento sobre la cultura en general. Es fundamental su presencia en el trabajo de mesa y la realización del programa. El Asesor participará al menos en el 50% de las grabaciones, ediciones y/o transmisiones en vivo, de los trabajos de mesa, de los monitoreos y de los colectivos. También participa en la selección del elenco o voces que se requieran para un espacio y así como del o los guionista(s).

Junto al Director realiza el desmonte completo del guión a fin de precisar los propósitos generales de la obra. También analizará los resultados de investigaciones sociales que se hagan respecto a los espacios que tiene a su cargo.
En el caso de los espacios dramatizados es necesario que valore la cantidad óptima de personajes que deben intervenir en la creación de cada obra y la remuneración de los actores que los interpretarán.
Independientemente del cargo artístico que posee, el asesor se subordina al Subdirector de Programación de la emisora y por interés puede asumir análisis de tiras de la programación.
Observación: Los programas musicales que lo requieran contarán con un asesor. Debemos destacar que el asesor no puede dirigir el espacio que asesora.

Director.
El Director es el máximo responsable de lo que sale al aire. Debe poseer un alto nivel cultural avalado por un título universitario y una permanente autosuperación. Está capacitado para dirigir programas radiales de cualquier formato, en vivo, grabados o en control remoto. Conoce y utiliza todos los recursos técnicos y artísticos del medio radiofónico y ordena su empleo en la realización de la obra. En la discusión del proyecto de programa, el director puede sugerir el elenco artístico (actores, narradores, locutores, animadores, conductores, realizadores de sonido) que conformará el espacio, lo cual será aprobado por la Dirección de la emisora. Planifica el trabajo de mesa, el tiempo de ensayo y grabaciones del espacio que se le ha asignado, en el caso de que estos sean grabados completos en estudio. En aquellos en los que hace toma de voces en grabaciones y después se editan, planifica el tiempo para el trabajo de mesa, el ensayo y posteriormente dirige también la edición. Elabora las producciones musicales para los programas en vivo y el guión técnico, que incluye glosas simples o acotaciones dentro de ese tipo de guión. Garantiza también el balance musical de los programas de acuerdo a la política musical vigente. Finalmente evalúa los resultados del trabajo del equipo de realización.

Locutor.
Consideramos en esta categoría todas las especialidades relacionadas con su perfil, ya que un locutor está capacitado para asumirlas (narración, conducción, locución, animación, entre otras).
El Locutor tiene que poseer un alto nivel cultural y una permanente autosuperación. En las emisoras nacionales requieren poseer nivel universitario para su desempeño; mientras que las emisoras provinciales y municipales se exige un nivel pre – universitario (12 grado). Debe tener buena dicción y un amplio nivel cultural, ya que en muchos casos debe improvisar acerca de los más disímiles temas. Lee cualquier información, o texto, que aparezcan en todo tipo de guión. Efectúa entrevistas, sostiene diálogos con otros locutores o interlocutores y con el público, hace contrafiguras, interpreta textos, declama poemas o poesía y narra programas dramatizados. A su vez anima o conduce programas de todo tipo que requieran estas variantes, o hace animación con público presente en estudio o desde remotos. Pone su voz para la realización de propaganda directa, de todo tipo, realiza las labores propias de las guardias de cabinas, como lectura de boletines, anuncios de próximos programas, dar la hora e identifica la emisora con su voz. Tiene que participar en ensayos o grabaciones a los que sea citado, así como a los trabajos de mesa y colectivos de programas. Igualmente debe documentarse acerca de los temas que se traten en los espacios donde hace cualquier variante de la locución.

Narrador Comentarista Deportivo.
Es una variante de la locución que se particulariza por su especificidad. Está capacitado para narrar todo tipo de acontecimiento de las más disímiles manifestaciones de la cultura física y el deporte. Debe improvisar comentarios en las transmisiones y/o grabaciones de certámenes y ofrecer datos estadísticos con la mayor veracidad y comprobados en fuentes documentales. A su vez puede apoyar desde cabina las transmisiones de eventos deportivos. Estos artistas que utilizan su voz para la narración deportiva, reciben un salario básico por realizar otras labores no artísticas, que consisten en elaborar materiales de géneros periodísticos relacionados con el deporte, o guiones de noticieros o revistas de la especialidad.

Realizador de Grabaciones, Ediciones y Transmisiones de Sonidos de Radio.
Está capacitado para ejecutar cualquiera de estas especialidades, ya sea en estudios de grabaciones, ediciones, transmisiones, o por control remoto, empleando todas las técnicas sonoras que existen. Deben tener absoluto conocimiento de todos los elementos de realización radial. Efectúan todas las grabaciones y ediciones de música incidental, por lo que deben poseer conocimientos de música y proponer y/o discutir con el Director del espacio acerca de la sonorización apropiada. Hacen toma de voces a los locutores o actores en estudios de grabaciones y luego editan o mezclan éstas con todos los sonidos necesarios. Su presencia en el trabajo de mesa que se realiza, previo a las grabaciones o transmisiones de los programas, es obligatoria. Participa además en los ensayos en seco y con micrófono. Junto con el Director, logran los planos de las distintas fuentes sonoras, elaboran el audio de los controles remotos, deciden la ubicación de micrófonos y de músicos, locutores y demás participantes. Realizan también el matrizaje de música para los programas que le sean asignados. Mezclan voces, música y efectos, producen ediciones sin alterar la línea melódica y literaria. Eventualmente pueden musicalizar y realizar efectos sonoros. Operan el equipamiento completo de un estudio de transmisiones siendo los responsables directos de la transmisión de cada emisora. Transmiten en todos los sistemas conocidos, chequean los niveles de audio y mantienen la modulación correcta. Deben dominar todos los recursos tecnológicos de los equipos de transmisión.

Musicalizador.
Crean la unidad musical y dramática de la obra. Estos artistas musicalizan todo tipo de guiones literarios e imágenes creadas para la radio, con todos los grados de complejidad. De conjunto con el Director analizan la obra y seleccionan la música para la misma, teniendo en cuenta época y lugar y, particularidades psicológicas, sociales y físicas de los personajes en los dramatizados. También tienen en cuenta para la selección, los hechos que se representan, la actuación, ambientación y otros elementos. Asesoran al Director respecto a la dramaturgia musical y sonora de un programa. Seleccionan los medios tecnológicos adecuados y elaboran los medios musicales y efectos sonoros asincrónicos, creando aquellos que por su carácter especial pueda demandar el guión. Realizan y selecciona los efectos no sincrónicos en función dramática y ambiental en todos los programas que lo requieran. Participan en el trabajo de mesa y ensayos. Deben conocer todos los equipos tecnológicos y medios para su labor. Transfieren y editan música y efectos del ambiente a cualquier tipo de soporte.

Realizador de Efectos Sonoros.
Los realizadores de efectos sonoros (efectistas) son quienes crean y realizan manualmente todos los sonidos sincrónicos que sirvan como propósito de la acción de una obra. Determinan los efectos adecuados que hayan sido señalados en el guión, para los actores o para lograr ambientes y los enriquecen, previa consulta con el Director.

Estudian la obra para ubicarla en tiempo y espacio, así como las características de los personajes, coordinación de sonidos entre sí, interrelación entre tiempo y ritmo con el desarrollo de la acción. Realizan y graban los efectos especiales, de elaboración psicológica o irreal. Participan en el trabajo de mesa y ensayos, donde deben crear las condiciones para elaborar efectos que no estén en existencia. Se apoyan con sonidos guturales y el cuerpo para lograr efectos que se requieran de esta índole. Están capacitados para realizar los efectos de todos los tipos de programas y crear otros que requieran elementos electrónicos o cualquier tipo que demande la sonoridad deseada para una obra.

CAPÍTULO VII. ALGUNAS ACLARACIONES RESPECTO AL CONTROL REMOTO, LAS GUARDIAS DE CABINA Y LAS GRABACIONES Y EDICIONES.

Actos o Actividades por Control Remoto y Control Remoto Planificado.

Se considera Programa por Control Remoto aquellos que son programas habituales de la emisora y que se realizan desde el exterior de la emisora. A estos efectos deben ajustarse al Capítulo 2, Artículo 4, de la Resolución 27 del 2014, donde se explica que se paga la tasa del programa más un incremento adicional. Esto es aplicable al colectivo completo menos al Operador de Control Maestro y a los Narradores Comentaristas Deportivos, si fuere el caso.
El Operador de Control Maestro atendiendo a las complejidades de los programas se categorizará por el código 5.5.3 y el Narrador Comentarista Deportivo por los códigos 8.5.1 En estudio y 8.5.2 en el caso de las transmisiones de las narraciones completas desde instalaciones Deportivas y por los códigos 8.6.2 y 8.6.3 en el caso de reseñas de eventos con narraciones parciales.
En el caso de los Controles Remotos de Actos y Actividades se categorizarán sobre la base de la complejidad del remoto atendiendo a dos parámetros: Complejidad técnica y radiofónica e Importancia o repercusión de la actividad pública. Debemos tener en cuenta que la complejidad también debe entrar en estas valoraciones. En el caso de los Actos de Nivel Provincial u otros Actos pueden ser también Muy Complejos o Complejos, por excepción, atendiendo a su complejidad técnico - radiofónica. Aunque en todos los casos, por la importancia que tienen, se categorizarán teniendo en cuenta que los Actos de Primer Nivel en vivo serán Muy Complejos. Los Primer Nivel Nacional Grabados y de Primer Nivel Provincial en Vivo serán Complejos. Y los de Primer Nivel Provincial Grabados y Otros Actos en Vivo o Grabados serán Menos Complejos
En el caso de los Realizadores de Sonido, siempre que su actividad sea tributar (hacer pases) a un programa o varios de la emisora, se categorizarán como Simples (5.5.1)
Los Controles Remotos de Actos y Actividades, tienen que ser caracterizados antes de realizarse ya que cada uno de ellos lleva complejidades diferentes. Tienen en estos casos que definirse los elementos de complejidad y definir el proceso a seguir para asegurar el éxito de la transmisión. (Generalmente se definen entre el Jefe de Programación y el Director del Remoto)

Guardia de Cabina.
Las Guardias de Grabación y/o Edición se hacen generalmente para los programas informativos, pero no se excluye otras tipologías que lo necesiten. Se puede encargar al guardia de cabina que grabe y edite algunas secciones de otros programas. Los técnicos de sonidos que se encuentran en turnos por guardias de Grabación y/o Edición graban y editan simultáneamente en el mismo tiempo de trabajo.
La Resolución 27/2014 remunera la obra, esto significa que los Realizadores de Sonido no trabajan por turnos, de ahí que haya que definir el tiempo de realización necesario de trabajo

planificado para estas actividades. (Este tiempo de realización se determina sobre la base del cálculo para definir el trabajo de cada día) El procedimiento que se debe seguir para el control del trabajo del Realizador es mantener un reporte de trabajo de cada Realizador que debe recoger los datos en general para otorgarle la complejidad (Fecha, Tiempo de trabajo planificado, Tiempo de trabajo dedicado a cada uno de los periodistas, corresponsales y colaboradores o Directores de Programas que vayan a hacer el "Sapo", Firma del Periodista, Director de programa o Jefe de Turno Informativo)

En el caso de las llamadas telefónicas se toma el tiempo en que se reciben las mismas. (Se toma de forma general) Ej: Un programa cuyo horario de transmisión es de 08:00 – 11:00 a.m., recibe la primera llamada alrededor de las 08:30 a.m. y la última sobre las 10:30 a.m. ya que las que estén después de esa hora no saldrían al aire. Por tanto el horario que se toma es de 08:30 – 10:30 a.m.

Al concluir el día de trabajo, el Jefe de Programación recoge este reporte y suma los tiempos reales utilizados y a partir del total de estos tiempos se determina el por ciento en relación con lo planificado y del resultado de esto se define la tasa diaria.

Guardia de Cabina es aquel tiempo en que se transmiten programas grabados. Esta Guardia de Cabina tiene que programar a un Operador de Control Maestro y a un Locutor quienes quedarán responsabilizados con la transmisión en ese tiempo y se categorizan por los códigos 2.6.1 el Locutor y 5.5.3 el Operador de Control Maestro. En el tiempo de espera de una Transmisión Especial (Actos, Transmisiones Deportivas, Discursos, Actividades, etc.) y durante la transmisión de la misma, se hace necesario planificar un Director en Cabina el cual se categorizará por el código 1.4.5

Cuando los programas se encuentren en Remoto pero desde cabina se tengan que transmitir otros elementos que no sean la música, se debe planificar a un Director el que se categorizará, en atención a su complejidad, por el 1.4.5 o por la Menor Complejidad del código que le fue otorgado al Director del Remoto del programa.

Grabaciones y/o Ediciones.

En los programas Grabados hay dos maneras de hacer las grabaciones: completos en estudio (que terminan en grabación) y programas que terminan en ediciones (llevan grabación y edición)

Existe edición ocasional para sonorizar los temas fijos de los espacios (Ej: Programas de Temas Específicos, Efemérides etc.). Esta preedición se puede hacer cada tres o seis meses o una vez al año según lo requiera el programa dado los intereses que se hayan planificado.

En los programas en vivo que tienen secciones especializadas que se graben sus intervenciones, deben realizarse con el concepto de preedición (Se pueden grabar agrupadas en un día, todas las secciones) y lo que se remuneraría sería el tiempo total de estas grabaciones, es decir por guardia de cabina.

ANEXO I.

CÓMO PROCEDER A LOS DESCUENTOS DE LOS TÉCNICOS ARTÍSTICOS.

En este capítulo se hace necesario aclarar que todas las indisciplinas que se produzcan por parte de los realizadores, actores o técnicos artísticos, y que estén dadas, por llegadas tardes o ausencias injustificadas a cualquier paso del proceso de producción de una obra a que hayan sido convocados, no sólo llevarán el descuento correspondiente, sino que también deben ser sancionadas administrativamente como requieren las leyes para éstos efectos dictadas por el Ministerio del Trabajo y Seguridad Social y que se encuentran contempladas en todos los convenios colectivos de trabajo de cada centro laboral, y son aplicables a todos los trabajadores por igual.

El Asesor.

Cuando se compruebe que un Asesor, aprueba guiones que no se correspondan con los parámetros de calidad que debe observar cada tipo de guión, se debe proceder a afectar el salario de estos especialistas de la siguiente forma:

Programas Dramatizados
(Grabados en estudio o grabados y editados)

Aspectos	%
Mal tratamiento del Argumento de la obra	50
Mal tratamiento del Formato utilizado	50
No participar en el trabajo de mesa y ensayos cuando se requiera	50
No Elaborar de Conjunto con el Director y Escritor el Plan Temático	50
Errores históricos o geográficos evidentes	50
Aceptar guiones sin órdenes de sonidos, acotaciones y otras	50
Aceptar poca originalidad, inventiva y creatividad	45
Mal tratamiento de los objetivos de la obra	45
Uso incorrecto del lenguaje	40
Mal tratamiento del desarrollo de tramas y subtramas	40
Mal tratamiento del ritmo y esencia de la obra	35
Mal tratamiento de la caracterización psicológica de personajes	35
Aceptar guiones con mayor o menor tiempo del establecido	35
Permitir la mala utilización de la música y efectos sonoros	30

Para No Dramatizados
(Grabados en estudio o grabados y editados y para los programas en vivo)

Mal tratamiento del Perfil, formato y no correspondencia con el objetivo	50
Mala secuencia progresiva, formal y de contenido	50
Errores históricos o geográficos evidentes	50
Aceptar guiones sin órdenes de sonidos, acotaciones y otras	50
No participar en el trabajo de mesa y ensayos cuando se requiera	50
No participar en los programas en Vivo cuando se requiera	50
Aceptar poca originalidad, inventiva y creatividad	45

Permitir el uso incorrecto del lenguaje	40
Mala utilización de dramatizaciones, diálogos o monólogos	40
Mala utilización de géneros periodísticos	35
Aceptar guiones con mayor o menor tiempo del establecido	35
Permitir la mala utilización de especialistas y otros invitados planificados o no	35
Permitir mala utilización de la música y efectos sonoros	30

Cuando un Asesor, en varias oportunidades, incurre en errores que pudieron haber sido subsanados por quien escribe el guión, y no ha propuesto dar por terminado el contrato con ese escritor, entonces nos encontramos, además, ante un acto de indisciplina grave, que conlleva responsabilidad material por pagos indebidos al escritor. Si esto sucede es necesario re-evaluar la calidad de ese artista, a través del Consejo Artístico o de la Comisión para las Evaluaciones de esta especialidad, independientemente de que se deben aplicar medidas disciplinarias por parte de la Dirección de la Emisora.
En los casos de no participar en cualquier parte del proceso de producción de una obra (trabajos de mesa, ensayos, reuniones previas al programa, colectivos, trabajo en cabina en el caso de los programas en Vivo, grabaciones o ediciones) donde se haya solicitado por parte del Director del espacio, su colaboración y/o asesoría, también se deben aplicar medidas disciplinarias.

El Director.

Programas Dramatizados
(Grabados en estudio o grabados y editados)

Aspectos	%
Grabar guiones que no se correspondan con la Ficha de Control	50
Cambiar, alterar o sustituir total o parcial más del 20% de una obra	50
Provocar interrupciones innecesarias de las grabaciones	50
Ausentarse del estudio innecesariamente mientras la grabación continúa	50
Inadecuado manejo de los recursos sonoros del lenguaje radial (voces, silencios, efectos, musicalización, planos sonoros etc)	50
Estar ausente en algún paso del proceso productivo (trabajo de mesa y ensayos, grabación, ediciones etc)	50
Permitir errores históricos o geográficos evidentes	50
No asistir a los colectivos o reuniones del equipo de realización	50
Permitir ruidos o baches evidentes en las obras	50
No corregir errores en las voces de locutores o actores	45
No corregir errores de intencionalidad a los locutores o actores	45
No correspondencia de la música seleccionada con los textos	40
Tolerar errores de grabación o edición	40
Mala selección de reparto	35
Grabar programas con mayor o menor tiempo del establecido	35
Mala utilización de propaganda directa	30
Mala utilización de música incidental	30

Programas No Dramatizados
(Grabados en estudio, grabados y editados o transmitidos en vivo)

Grabar o transmitir programas no se correspondan con la Ficha	50
Cambiar, alterar o sustituir total o parcial más del 20% de una obra	50
Provocar interrupciones innecesarias de las grabaciones o transmisiones	50

Ausentarse del estudio innecesariamente mientras la grabación, edición o transmisión continúa	50
Inadecuado manejo de los recursos sonoros del lenguaje radial (voces, silencios, efectos, musicalización, planos sonoros etc)	50
Estar ausente en algún paso del proceso productivo (trabajo de mesa y ensayos, grabación, ediciones etc)	50
Cualquier violación de la política musical vigente	50
No elaborar el guión técnico o escaleta	50
Permitir errores históricos o geográficos en las grabaciones o transmisiones en vivo sin dar una explicación al oyente	50
No asistir a los colectivos o reuniones del equipo de realización	50
Permitir ruidos o baches evidentes en las obras grabadas	50
No corregir errores en las voces de locutores o actores que sean grabadas (si los lleva)	45
No corregir errores de intencionalidad a los locutores o actores que se hayan grabado	45
No correspondencia de la música seleccionada con los textos	40
Tolerar errores de grabación, edición o transmisiones	40
Grabar o transmitir programas con mayor o menor tiempo del establecido	35
Mala selección de elenco	35
Mala utilización de propaganda directa	30
Mala utilización de música incidental	30
Permitir ruidos o baches evidentes en las obras en vivo	25

El Director, como máximo responsable del colectivo de realización de un programa grabado y/o transmitido, tiene que velar porque se mantenga la disciplina en los estudios de grabaciones, ediciones y/o de transmisiones. Si se producen indisciplinas de cualquier orden durante la grabación o transmisión en vivo de un programa, al director se descontará el 50%. Igualmente se descontará esa misma cantidad si se comprueba que en el modelo de certificación de la calidad todo es avalado como bueno y se han detectado errores al aire, o en las grabaciones. Esto conllevará, además, medidas disciplinarias de carácter moral o sanciones administrativas, en tanto constituyen indisciplinas en los primeros casos y deshonestidad en el último.
Al igual que en el caso del asesor, cuando un director incurra varias veces en uno de los errores en los acápites correspondientes a los descuentos por programas se deben re-evaluar a través de Consejo Artístico de la emisora o de las Comisiones de Evaluaciones.

El Locutor.

Programas Dramatizados
(Grabados en estudio o grabados y editados)

Aspectos	%
Pérdida del texto en la narración	50
Lectura plana de textos, sin intención dramática	50
Mala dicción	50
No asistir al trabajo de mesa o ensayos	50
Por ausentarse del estudio durante las grabaciones de modo que haya retraso en las grabaciones, imputables al locutor	50
No levantar poéticamente los parlamentos que lo requieran	40
Errores al decir palabras o textos	35
Equivocaciones en la lectura del guión que hagan retroceder la grabación varias veces (más de cinco) en el mismo texto	35

Programas No Dramatizados
(Grabados en estudio, grabados y editados o transmitidos en vivo)

Pérdida del texto	50
Lectura plana de textos, sin intención dramática	50
Por ausentarse de la cabina de transmisiones en los programas en vivo	50
Por ausentarse de la cabina de transmisiones mientras se está de guardia de cabina	50
Mala dicción	50
Por ausentarse del estudio durante las grabaciones de modo que haya retraso en la grabaciones, imputables al locutor	50
Por ausentarse de la cabina de transmisiones mientras se está en vivo	50
No asistir al trabajo de mesa o ensayos	50
Por decir en las improvisaciones cosas que no tengan credibilidad	50
No levantar poéticamente los parlamentos que lo requieran	40
Errores al decir palabras o texto (más de cinco veces en los programas en vivo)	40
Por filosofar sin conocimiento del tema, dar consejos innecesarios, abusar de saludos a conocidos, o improvisando vagamente en programas en vivo	40
Equivocaciones en la lectura del guión que hagan retroceder la grabación varias veces en el mismo texto	35
No dialogar con especialistas e invitados y permitir que hablen solos, por desconocimiento del tema por parte del conductor	35
Por adelantarse a la acción, suplantar los hechos o interrumpir a los especialistas o testimoniantes innecesariamente	30
Por decir al aire errores históricos o geográficos y no corregirlos	30
Por no utilizar un vocabulario adecuado en las improvisaciones o que el mismo sea escaso	25
Por repetir innecesariamente muchas veces lo mismo de manera diferente, por desconocimiento del tema	25
Por utilizar en las improvisaciones palabras rebuscadas de difícil comprensión al oyente	25
Por alargar excesivamente una improvisación innecesariamente	20

Al igual que en las demás especialidades artísticas, los locutores que incurran en los errores por los que se les descuente, en varias ocasiones, deben ser re-evaluados por los Consejos Artísticos de las emisoras o por la Comisión de Evaluación, y esto también conllevará amonestaciones de tipo moral o sanciones laborales en los casos de problemas de disciplina.

El Narrador Comentarista Deportivo.

Aspectos	%
Por inapropiada dicción	50
Por pérdida de la narración	50
Por errores en datos estadísticos, históricos o geográficos	50
Por hacer comentarios totalmente ajenos a la transmisión del evento	50
Por ausentarse del puesto de trabajo injustificadamente, de modo que se produzcan baches u otros problemas en la transmisión imputables a él	50

Por errores en el vocabulario	45
Por atropellar en las narraciones de modo que se compruebe que el oyente no puede entender lo que se le está narrando	40
Por equivocaciones en varias oportunidades (más de cinco veces)	40
Por emitir juicios y criterios en detrimento de algún deportista nacional, sin una fundamentación sólida	40
Por detectarse que en los eventos de carácter nacional se trata de beneficiar a un equipo en detrimento de otro	30
Por omisión en aspectos de un partido de cualquier deporte que sean de interés al público	25

Al igual que en las demás especialidades artísticas, los narradores comentaristas deportivos, que incurran en los errores por los que se les descuente, en varias ocasiones, deben ser re-evaluados por los Consejos Artísticos de las emisoras o por la Comisión de Evaluación, y esto también conllevará amonestaciones de tipo moral o sanciones laborales en los casos de problemas de disciplina.

El Realizador de Grabaciones, Ediciones y Transmisiones de Sonidos de Radio.

Aspectos	%
Por errores notables en las grabaciones y/o ediciones	50
Por errores notables en las transmisiones de programas en vivo	50
Por errores notables en las transmisiones de controles remotos	50
Por ausentarse de la cabina de transmisiones en los turnos de guardia de cabina	50
Por ausentarse de la cabina de transmisiones durante la realización de un programa en vivo	50
Por ausentarse de la cabina de transmisiones durante la grabación de un programa	50
Por no participar en el trabajo de mesa	50
Por errores en la selección de música incidental y sonidos en general	45
Por no lograr los planos de las distintas fuentes sonoras o no lograr ambientes adecuados para la obra	45
Por mezclar mal los sonidos, efectos y voces	40
Por no lograr de manera correcta cortes directos o entrelazamientos de varios elementos sonoros (Cross Fade)	40
En caso de que realice musicalización y efectos y no lograr el sentido que se propone	30
Por utilizar sonidos inapropiados para determinado tipo de programa	30
Por descuidar la modulación y niveles de audio	30
Por editar mal el matrizaje de música, alterando la producción musical que se ha preconcebido	25
Por no utilizar adecuadamente música para cortinas, ráfagas, puentes, fondos, golpes o telón	25

Las indisciplinas en que incurran estos artistas, se sancionarán por parte de la administración de la misma forma que el resto de los especialistas. Igualmente al incurrir varias veces en errores detectados, deben ser re-evaluados por los Consejos Artísticos de las emisoras o por la Comisión de Evaluación.

El Musicalizador.

Aspectos	%
Mala selección de la banda sonora total de una obra seriada	50
Mala selección de la banda sonora total de una obra no seriada	50
Por no participar en el trabajo de mesa y ensayos o no brindar asesoría al Director de la obra respecto a su especialidad	50
Mala selección de la música de una época o región geográfica	45
Mala selección de música en función dramática	40
Mala selección de música para caracterizar personajes	35
Mala selección de música para crear ambientes en programas dramatizados o no dramatizados	30
Mala selección de la banda sonora parcial de una obra seriada	30
Mala selección de la banda sonora parcial de una obra no seriada	30
Grabaciones malas o defectuosas de sonidos ambientales reales o efectos asincrónicos	25

La administración tomará medidas en casos de indisciplinas y si el especialista incurre varias veces en errores se analizarán o re-evaluarán por el Consejo Artístico de la emisora o por la Comisión de Evaluación correspondiente.

El Realizador de Efectos Sonoros.

Aspectos	%
Mala utilización de efectos en su conjunto de una obra Seriada	50
Mala utilización de efectos en su conjunto de una obra No Seriada	50
No ser bien utilizados como propósito de la acción en todo tipo de programas	50
No asistir al trabajo de mesa y ensayos	50
No lograr la expresión adecuada con se emplean con valor dramático	45
No ser bien utilizados en calidad de segundo plano u otros en todo tipo de programas	40
No ser bien utilizados en el propósito acústico en que se presentan	35
No estar ligados a emociones o caracterización de personajes	30
No lograr efectos especiales requeridos para una obra	30
Mala utilización de efectos parcialmente de una obra Seriada	25
Mala utilización de efectos parcialmente de una obra No Seriada	25

Se tomarán medidas en casos de indisciplinas y si el especialista incurre varias veces en errores se analizarán o re-evaluarán por el Consejo Artístico de la emisora o por la Comisión de Evaluación correspondiente.