

PROPUESTA PEDAGÓGICA

Escuela: **Colegio Dr. Manuel Alvar López.**

- ✓ **6° Año. 1° División. Nivel Secundario Orientado en Comunicación**
- ✓ Turno Tarde
- ✓ **Área Curricular: “Producción Radiofónica, Gráfica y Audiovisual”**
- ✓ Título de la propuesta: **“LA AUDIENCIA”**

CONTENIDOS DESARROLLADOS:

Los contenidos desarrollados en esta guía corresponden al Eje Temático N°1, de la planificación, titulado: “Producción Radiofónica” y cuyos temas corresponden a:
*Análisis de las audiencias teniendo en cuenta los modos de relacionarse con los oyentes *Identificación del espacio publicitario en la programación radial de las emisoras sanjuaninas, determinación del espacio destinado a las OSC de San Juan.

Objetivos:* Promover la reflexión sobre la función social de la radiofonía como medio de cultura popular y desarrollo inclusivo a través de los diferentes modelos radiofónicos que conviven en Argentina y América Latina y *Estimular la realización de producciones de contenido, artística radial, operación técnica a través de prácticas y producciones colectivas en diferentes géneros y formatos radiofónicos.

DESARROLLO DE ACTIVIDADES:

1-Lectura de preguntas y respuestas:

LA AUDIENCIA

a-¿Qué es la audiencia en la radio?.

La **audiencia** de una emisora de **radio** es la relación que -medida en términos de escucha- se establece entre uno o varios productos radiofónicos difundidos por dicha emisora durante un determinado período de tiempo y el conjunto, potencial o efectivo de hogares o individuos heterogéneos, dispersos, variables y anónimos .

b-¿Qué es la audiencia y sus características?.

Audiencia es el número y/o **características** de las personas que están expuestas a un tipo particular de publicidad o a algún medio de comunicación.

c-¿Cuándo se escucha más la radio?.

El lugar preferido los oyentes para **escuchar** la **radio** varía según las franjas horarias. El coche/auto es en donde se registran los niveles de audiencia **más** altos, sobre todo a primera hora del **día** entre las 7:00 y las 9:00 horas (generalmente cuando se viaja camino al trabajo).

d-¿Qué es una audiencia potencial?.

Audiencia potencial: Forma parte de ella todo individuo que sea susceptible de ver un programa de televisión.

Audiencia real: Es el número de personas que siguen un programa. Índice de **audiencia:** Es el porcentaje de la **audiencia** real respecto a la **audiencia potencial** que podría tener ese programa.

e- ¿Cuáles son las funciones de la radio Wikipedia?.

La **radio** (entendida como radiofonía o radiodifusión, términos no estrictamente sinónimos) es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de **radio**, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la **radio** por Internet.

f- ¿Cuáles son los tipos de la radio?.

Qué es la **radio?**, cómo funciona y los **tipos** que existen?....

Además, la **radio** por Internet y las principales emisoras internacionales. La **radio** utiliza la tecnología radiofónica con fines informativos y de entretenimiento.

Se conocen tres tipos de receptores de radio:

Receptor AM.

Receptor FM.

Receptor AUB.

g-¿Cuáles son los tipos de audiencia?

Los 5 tipos de audiencias son:

1. Comercial. Son aquellas personas que reconocen determinada marca o producto gracias a un anuncio publicitario que vieron en medios de comunicación (radio, televisión, prensa o internet).

2. Potencial.

3. Primaria.

4. Real.

5. Útil.

h-¿Cuál es la audiencia meta?.

La **audiencia meta** es la porción de ese mercado que recibirá los mensajes publicitarios. La **audiencia meta** se define en función del medio en donde se va a comunicar-publicitar determinado producto o servicio.

k-¿Cómo funciona la radio?.

Las partes de la radio. En la radio tenemos dos partes, un transmisor y un receptor. El transmisor es capaz de traducir la señal de voz o las imágenes en el caso de una televisión y transmitirla como ondas con una frecuencia determinada que el receptor intercepta y traduce como una señal sonora o visual.

l-¿Cuál es la importancia de la radio?.

La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen.

ll-¿Qué quiere decir AM y FM en la radio?.

AM y **FM**, en el mundo de la radiodifusión, son siglas que se refieren dos formas de modular la onda portadora de señales eléctricas. **AM** corresponde a las siglas de 'amplitud modulada', mientras que **FM** significa 'frecuencia modulada'.

m-¿Cuáles son las características de la radio?.

La radio y sus características. La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales a través de la modulación de ondas electromagnéticas, las cuales no requieren de un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio.

n-¿Qué es la radio comunitaria y su importancia?.

Descripción de **Importancia** de la **radio comunitaria**:

Una **radio comunitaria** es una estación de transmisión de **radio** que ha sido creada con intenciones de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional, cuyos intereses son el desarrollo de su comunidad.

ñ- ¿Qué características al lenguaje se usa en la radio?

El **lenguaje** radiofónico es el **lenguaje que se utiliza en la radio**. Debido a las limitaciones del medio, **se basa exclusivamente en el sonido** (música, palabras, etc.), en una sola dirección (del emisor al oyente).

o-¿Cómo es la Audiencia en Radio?

La radio se mantiene como uno de los medios de comunicación de mayor penetración y alcance, lo cual te permite hacer llegar tus mensajes a tu audiencia meta a relativamente bajo costo. Entre las principales plataformas de comunicación masiva de la actualidad, hay recién llegados con mucho éxito, como los servicios de *streaming*, y formatos antiguos que están cobrando una nueva vida, como los discos de vinilo. Pero una que nunca ha perdido vigencia es la radio.

Este formato comunicacional clásico está haciendo una inteligente transición a la transmisión vía internet, ampliando el tamaño de la audiencia en radio para incluir a las nuevas generaciones.

Según un reciente informe de la firma de investigación de mercados Nielsen, el 91 por ciento de las personas mayores de 12 años, es radioescucha. De manera más prometedora, el grupo demográfico que más escucha radio son los *millennials*, aquellos que tienen entre 18 y 34 años de edad y conforman ya la porción más grande del

mercado laboral, con el poder adquisitivo que ello conlleva. Esta generación más joven supera por casi un punto porcentual a los pertenecientes a la Generación X, quienes tienen entre 35 y 49 años, y a los *baby boomers*, personas de entre 50 y 64 años.

Sin embargo, aunque son más en número, los *millennials* escuchan menos horas de radio, 11 a la semana, en comparación con la Generación X y los *baby boomers*, con 13 y 15 horas, respectivamente.

Este tipo de información detallada sobre cómo es la audiencia de radio es importante para el momento que diseñes tu estrategia de publicidad en radio. El perfil del público de tu marca definirá en qué tipo de estaciones y programas radiofónicos coloques tus pautas de **anuncios de radio**. Esa es una de las principales características de la radio, que te permite segmentar con gran precisión a tu mercado meta e identificar los canales por los que será más fácil que te contactes con él.

Cuando el comerciante/empresario decide ser anunciante, se acerca a las estaciones de radio, que cuentan con departamentos publicitarios y le proporcionan toda la información que necesita sobre sus niveles de audiencia, las tendencias de uso de radio en San Juan, la diferenciación de sus audiencias e, incluso, el apoyo para la preparación y producción de su anuncio publicitario. Apuesta una parte importante de su presupuesto de publicidad a la radio. Se sorprenderá del alto retorno de su inversión que le ofrecerá, por sus buenos resultados.

Actividad:

1-Leer y vincular la teoría con la programación, frecuencias y actuales Radios FM en San Juan.

2-Realizar un cuadro representativo con número de dial y frecuencia de radios FM que funcionan en San Juan.

3-Determinar a partir de la teoría de los tipos de audiencia que poseen las radios detectadas. Por ejemplo: Radio Universidad 93.1 (Audiencia: académicos, alumnos y toda la comunidad educativa de la Universidad Nacional de San Juan). Qué tipo de audiencia es?, A quién/es va/n dirigida/s la programación de esta Radio?, etc.

Director de la Unidad Educativa: Lic. Pedro Yanadel.