

5° Año "B"

Docente: Carolina Pedri

Asignatura: Producción en Lenguaje

Buen día chico/as, espero que hayan pasado una hermosa Semana Santa junto a su familia. Les envío las actividades para esta semana. Un saludo grande!!!

- Leer los siguientes conceptos y destacar las ideas más importantes (Aconsejo transcribir un resumen en su carpeta, puede ayudar en un futuro para refrescar información)

LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se ven sin ser vistos, en la que se perciben espacios sin ser percibidos, en la que, sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas,... La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego, pero también es, al mismo tiempo, un mundo a todo color.

La radio es todo eso porque, en aquel que la escucha, genera constantemente imágenes mentales que, a diferencia de esas otras imágenes que ofrecen el cine, la televisión, la prensa, la fotografía o los videojuegos, por citar algunos ejemplos, no están limitadas por espacios, ni por pantallas, ni por colores, ni por sonidos. Y tampoco están limitadas, ni mucho menos, por el lenguaje radiofónico; un lenguaje que, como luego veremos, presenta una gran riqueza expresiva y unas extraordinarias posibilidades de explotación.

La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación, aunque tradicionalmente también se le han atribuido otras propiedades a las que necesariamente tenemos que referirnos: su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes. Además, la radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla. No hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir, ni trasladar cámaras, ni equipos de iluminación, ni poner en marcha impresionantes rotativas.

La radio, pese a los avances que han experimentado otros medios gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, la más rápida y la más instantánea, sobre todo a la hora de transmitir acontecimientos noticiosos de última hora. De la misma manera, la radio no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, porque su escucha es compatible con el desarrollo de otras actividades, porque entretiene, porque no es necesario saber leer, porque es gratuita, y porque, a diferencia de la prensa, la televisión o el cine, para algunas personas discapacitadas no interpone barreras.

Pero como podrás intuir, no todo son ventajas. La radio tiene otras características que conviene no perder de vista, ya que influyen poderosamente sobre el trabajo diario de sus profesionales y condicionan gran parte de las tareas productivas más cotidianas, como la redacción de los textos y la locución. La radio, no lo olvides, es un medio exclusivamente sonoro y, por tanto, en la percepción de sus mensajes sólo participa uno de los cinco sentidos: el oído.

- Escuchar un programa de radio a elección (en lo posible que no sea sólo música) durante 45 minutos y tomar nota de lo que se emite en ese tiempo.
- Realizar un documento Word y enviarlo (adjuntarlo) a mi casilla de mail cpedri@institutosvvallecba.edu.ar con los siguientes items:
 - **Nombre del alumno:**
 - **Asignatura:**
 - **Curso:**
 - **Emisora elegida:** (incluir nombre y dial)
 - **Programa elegido:** (incluir nombre del programa, conductores y horario)
 - **Detalles de lo captado:**
 - Ej.:
 - **Comienzo de mi escucha 15.00 hs**
 - **15.03: Tema musical** (Nombre del tema e intérprete)
 - **15.07: Lectura de noticias** (Detallar cantidad de lectores de noticias, cantidad de noticias leídas, determinar si el bloque está diferenciado con cortina musical)
 - **15.15: Entrevista** (Describir el entrevistado y la temática planteada por ej. Juan Pérez, Director del Hospital de Clínicas, la entrevista se basó sobre el tema Coronavirus)
 - **15.27: Conversación** entre los conductores del programa sobre las medidas dispuestas por el gobierno nacional
 - **15.36: Publicidad** (Describir las empresa Coca Cola, Personal, etc)
- Voy a tener en cuenta ortografía (acentuación, puntuación, mayúsculas), prolijidad de la producción del texto (Párrafos, Numeración) y coherencia en la enunciación del texto.
- La actividad, enviarla antes del próximo lunes 20/04/2020 al mediodía, y en el asunto del mail, detallar Asignatura y curso.
- En caso de estar viviendo alguna situación que le complique o dificulte la realización de las tareas, por favor no duden en comunicármelas vía mail. Cualquier duda que tengan o sugerencia, también las recibo al mail.