



“María, Madre del pueblo. Esperanza nuestra”  
-400 años del hallazgo de la imagen de Ntra. Sra. del Valle-



Emprendimientos en Medios – 5° año B  
Prof. Lic. Paola Herrera

## Código de clase en Classroom: jew5a5k

Buenos días chicos!

Como de a poco iremos conociendo más sobre el mundo radiofónico. En esta oportunidad vamos a clasificar a las radios de acuerdo a sus características de difusión y también su forma de financiación. También realizaremos nuevamente una actividad de escucha radial grupal.

¿Están preparados?

### Objetivos de la clase:

- Conocer cómo funcionan los diferentes modelos de radiofonía en nuestro país.
- Reconocer mediante la escucha las características de los diferentes tipos de radio.

### Criterios para aprobar las actividades:

- Claridad y pertinencia en las respuestas.
- Interpretación de las consignas.
- Correcta redacción y ortografía.
- Entrega del trabajo en el lapso de 7 días de publicado, de no mediar un imprevisto justificado, al mail [pherrera@institutosvallecba.edu.ar](mailto:pherrera@institutosvallecba.edu.ar) o utilizando la aplicación Classroom.
- Trabajo colaborativo

## MODELOS DE RADIO

El sistema de transmisión de radio y televisión (sistema de radiodifusión) hace uso de un fragmento del espacio radioeléctrico para funcionar. El espacio radioeléctrico es un recurso finito, patrimonio de la humanidad y, por lo tanto, es administrado por los Estados Nacionales a partir de acuerdos internacionales. Algunas frecuencias se destinan a la transmisión de radio y televisión, otras a operaciones militares o aeronáuticas, por ejemplo. Por lo tanto, el ejercicio de la radiodifusión se realiza en el marco de las políticas públicas en materia de comunicación.

La radiodifusión se desarrolló a partir de la década de 1920. De acuerdo con distintas lógicas que organizaron el sistema, podemos distinguir tres tipos de emisoras que conviven a nivel mundial.



“María, Madre del pueblo. Esperanza nuestra”  
-400 años del hallazgo de la imagen de Ntra. Sra. del Valle-



## 1 - EL MODELO DE LIBRE MERCADO O MODELO COMERCIAL



Es la radio financiada por la **publicidad** cuyo objetivo último es obtener un beneficio económico. Por lo tanto, las radios son empresas cuyos productos son las programaciones. Como en toda lógica empresarial, esas programaciones deben costar lo menos posible y deben maximizar las ganancias. Las radios ofertan a los anunciantes y patrocinadores el acceso a un amplio número de oyentes o, mejor dicho, potenciales consumidores. En un mercado especializado, el objetivo es alcanzar el mayor número posible de consumidores de un tipo particular. Es por eso por lo que muchas radios nacen desde estrategias de mercado y apuntan directamente a una franja de audiencia de acuerdo a sus consumos

culturales: radios de música electrónica dirigidas a jóvenes o radios especializadas en deportes destinadas a hombres. Es el mercado quien determina la música, las voces y el tipo y duración de los programas a emitir. Esto también explica por qué en algunos lugares ni siquiera hay radios: porque no hay personas con capacidad de consumo.

El modelo de radiodifusión comercial, que considera a sus audiencias como consumidores dispuestos a escuchar y adquirir, fue el predominante en Estados Unidos y Latinoamérica. Este sistema tiene como consecuencia la concentración geográfica de los medios en las ciudades y la concentración de la propiedad de los medios.



## 2 - EL MODELO DE SERVICIO PÚBLICO O RADIOS DEL ESTADO

En este caso la gestión de los medios está en manos del **Estado** y las radios no persiguen un fin lucrativo ya que son financiadas con fondos públicos. Los medios públicos no constituyen a sus oyentes como consumidores sino como ciudadanos que comparten una identidad nacional.

Una de sus principales características es la universalidad del servicio: todo ciudadano tiene que tener acceso a los mensajes de los medios públicos. Otra característica de los medios públicos es el control unificado de sus contenidos y la búsqueda de una programación de calidad. De ahí se deriva la idea de que los medios de comunicación tienen que “informar, educar y entretener”.

Este modelo fue predominante en Europa y tuvo en la realidad sus propias contradicciones históricas: el hecho de convertirse en medios gubernamentales.

El principal problema de este modelo fue la concentración de frecuencias por parte del Estado. Las primeras radios libres europeas surgieron como reacción a este monopolio. A partir de ese cuestionamiento, y de la presión del mercado, parte del sistema de medios se privatizó y dio paso al modelo de libre mercado, aunque siguen existiendo medios gestionados por el Estado.





## EL MODELO COMUNITARIO



Hasta la década de 1940, en el mundo de la radiodifusión predominaron el modelo de libre mercado y el de servicio público, de acuerdo con el lugar del globo que señalemos.

A partir de esa década comienzan a emerger -en distintos puntos del mundo- proyectos de radio que, de manera implícita o explícita, se oponen a alguno de los dos modelos. **Comunitarias, alternativas, ciudadanas, libres, populares, educativas**, estas radios se nombraron así mismas de diversas maneras de acuerdo con el lugar y al contexto político, geográfico, económico y mediático en el que emergieron, a sus objetivos y a las personas que los llevaron adelante.

Sin embargo, existen algunos elementos comunes en este tipo de proyectos:

- Tienen objetivos no lucrativos. Su fin es social y no comercial.

- Son gestionadas integralmente por la comunidad, que puede ser geográfica o de intereses (políticos, culturales, de género, étnicas, etc.), mediante modelos de organización horizontales que permiten distintos niveles de participación.

- Las audiencias no son consumidores ni ciudadanos. Son participantes, productoras, creadoras.

- Se proponen defender los Derechos Humanos frente al Estado y al mercado.

El tipo de licencia, la frecuencia y la potencia de la señal no es lo que identifica a una radio comunitaria. Tampoco ella es sinónimo de producción artesanal o poco profesional. Son sus objetivos políticos, el carácter social de la emisora, lo que la define.

Pueden estar en zonas rurales o urbanas; pueden ser financiadas por publicidad o por sus oyentes; pueden ser gestionadas por vecinos, estudiantes, campesinos, sindicatos u organizaciones sociales, entre otros colectivos. Las radios comunitarias permiten la pluralidad de sonidos, músicas y voces y otras formas de vinculación con los oyentes.

Las radios comunitarias son, además de medios de comunicación, proyectos políticos de transformación social. Son organizaciones de la sociedad civil que se proponen desarrollar procesos y acciones de cambio en algún plano de la vida social.

“La defensa de los Derechos Humanos, la promoción de un desarrollo humano sostenible, la equidad de género, el respeto a las identidades étnicas, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes y sus propuestas, la protección a la niñez y de las personas adultas mayores, la educación y la salud, la integración nacional y regional, constituyen los ejes fundamentales que determinan el perfil de las radios comunitarias. Por otra parte, la necesaria diversidad informativa en torno a las problemáticas de la comunidad es, también, característica indispensable que nos permite identificar a las radios comunitarias”.

Frente a desigualdades étnicas, de género, de clase, educativas, políticas, culturales, estas emisoras son nexos articuladores de la comunidad con el objetivo de potenciar vínculos y capacidades de acción, en pos de la consolidación de la ciudadanía y de la construcción de sociedades democráticas e igualitarias.

## Actividades

1 – Conformar grupos de tres o cuatro alumnos para realizar las actividades y crear un documento compartido (Google Docs) entre los miembros del grupo y la profesora ([pherrera@institutosvallecba.edu.ar](mailto:pherrera@institutosvallecba.edu.ar)). Se entrega un solo trabajo por grupo.



“María, Madre del pueblo. Esperanza nuestra”  
-400 años del hallazgo de la imagen de Ntra. Sra. del Valle-



2 – Leer nuevamente el texto anterior y realizar un cuadro comparativo de las características que se enumeran de cada radio.

3 – Elegir una radio cordobesa que represente a cada uno de los modelos (a continuación, les dejo algunas opciones, pero ustedes pueden buscar otras en internet).

Escuchar un segmento de por lo menos 10 minutos de cada radio elegida y completar el siguiente cuadro (si en los 10 minutos están sólo transmitiendo música, extender el tiempo para contar con información suficiente como para completar la actividad). Pueden sumar información de los sitios web oficiales de cada una de las emisoras.

	MODELO LIBRE MERCADO	MODELO SERVICIO PÚBLICO	MODELO COMUNITARIO
Nombre y dial de la radio			
Horario de escucha			
Nombre locutor/a			
Temáticas desarrolladas			
Descripción de publicidades			
Tipo de música			
Otras observaciones			

### Modelo de libre mercado o comercial

Cadena 3 AM 700: <https://www.cadena3.com/radio-en-vivo/cadena-3>  
 Mitre AM 810: [https://radiomitre.cienradios.com/player/mitre\\_cordoba/](https://radiomitre.cienradios.com/player/mitre_cordoba/)  
 FM Córdoba 106.9 FM: <https://www.cadena3.com/radio-en-vivo/fm-cordoba>  
 Radio Orfeo 98.5 FM: <http://www.radioorfeo.com/vivo>  
 Pobre Johnny 88.9 FM: <https://suenas.net/playerjohnny/player.php>  
 Cosquín Rock 90.3 FM: <http://cosquinrock.fm/web/>

### Modelo de servicio público o estatal

AM 750 Radio Nacional Córdoba: [http://vmf.edge-apps.net/embed/live.php?streamname=sc\\_rad7-100131&autoplay=true](http://vmf.edge-apps.net/embed/live.php?streamname=sc_rad7-100131&autoplay=true)  
 AM 580 Radio Universidad: <http://radioarg.com/embed/universidad-am/>  
 FM 102.3 Nuestra Radio: <http://radioarg.com/embed/nuestra-cordoba/>

### Modelo comunitario

Nativa 107.9 FM (Unquillo):  
<https://streaming01.shockmedia.com.ar:2083/widgets/player/single/?p=9440&type=dark&text=EMITIENDO>  
 La Ranchada 103.9 FM (Córdoba): <http://laranchada.argentinastream.com/>  
 La quinta pata 93.3 FM (Córdoba): <http://radiolaquintapata.com.ar/>  
 Radio Sur 90.1 FM (Córdoba): <http://www.radiosur901.com.ar/>