

APUNTES DE CLASES



LOS PROGRAMAS RADIOFONICOS: GUIONES Y CREATIVIDAD

ESCUELA DE PERIODISMO - UNIVERSIDAD DE CHILE
CATEDRA: TALLER DE PERIODISMO RADIOFÓNICO
PROFESOR: SERGIO CAMPOS ULLOA

Bibliografía: disponible en programa de estudios del curso

¿A qué llamamos Programa radiofónico?

Son varias las definiciones que pueden acercarnos al concepto general de lo que se entiende como un "Programa" de radio.

Si partimos de una consideración física del concepto, podríamos decir que:

- Un Programa radiofónico es una conjunción de palabras, músicas, efectos y silencios que, portadora y ambientadora de un tema común o similar, se ofrecen al público, a través de las ondas, en forma de una unidad de creación.

Enfocando la definición desde una perspectiva utilitaria y conceptual, tendríamos un nuevo enfoque que se concretaría así:

- Un Programa es una unidad informativa formada por un espacio de tiempo, un contenido de emisión y un medio radiofónico de transmisión, que permiten hacer llegar un mensaje idéntico a infinidad de oyentes.

Finalmente, definiríamos el concepto Programa como:

- "Un conjunto de contenidos diferenciados del discurso radiofónico, dotado de una estructura

propia y diferenciada, así como de una duración concreta".

En cualquier caso, al margen de toda definición más o menos encorsetadora, un "Programa" de radio debe tender, siempre, a ser una fuente de creatividad aplicada a la comunicación, en otras palabras, la vida misma a través de las ondas.

¿A qué llamamos Géneros radiofónicos?

Se define como "género", cuando hablamos de producción radiofónica, a aquellos programas tipo que manejan en su continuidad, en su forma y en su fondo, una serie de reglas de producción similares.

No obstante, estas reglas no suelen ser mantenidas de forma férrea y uniforme, muy al contrario, son alterables y permiten introducir rasgos distintos según varíen las características de los mensajes.

Por ejemplo: en el caso de los programas musicales, aunque la base del género sea la presentación de novedades (obras e intérpretes), queda claro que permite un amplio abanico de posibilidades, desde el estilo musical, hasta el ritmo y orden de presentación, pasando por duración, variedad, e incluso, en casos determinados, incorporando informaciones y críti-

cas, que pueden alterar, aparentemente, la característica generalizada del género.

En cualquier caso, siempre existirán unas reglas básicas para identificar el género a que pertenece un programa, que permitirán el establecimiento de una tipología general.

¿Cuántos tipos de Programas existen?

Nuestra propuesta de clasificación de los posible tipos de programas de radio, pretende que sea entendida como base de trabajo, con todas las variantes que, a gusto del lector, crea lógicas y permisibles.

Sobre esta base, la clasificación principal que, en cada caso, irá acompañada de subclasificaciones, se concreta en estos siete grandes grupos:

- Programas informativos.
- Programas de variedades.
- Programas musicales.
- Programas deportivos.
- Programas dramáticos.
- Programas culturales.
- Programas especializados.

Aunque pueda parecer fácil el establecer una relación de tipologías radiofónicas como la anterior, en realidad, cualquier lista de clasificación no puede ser cerrada ni exhaustiva dada la vitalidad que el medio permite.

Además, debe tenerse en cuenta la característica especial de los oyentes, tanto en relación a la localización física de su hábitat, como a la idiosincrasia de sus costumbres, hábitos y cultura. No obstante, cada vez más, se tiende a una unificación de gustos y criterios, y las diferencias internacionales son cada vez menores.

Por otra parte, como hemos dicho más arriba, la vitalidad del medio exige una conti-

nua evolución, incluso mutación, producto de las inquietudes de los equipos de producción y realización que, además de ser inevitable, puede hacer muy difícil el mantener los programas dentro de una clasificación uniformadora.

¿Qué se entiende por un programa Informativo?

La característica más destacada de esta clase de programas está en las noticias de actualidad y forma de ser presentadas.

y constituyen, en el momento actual, uno de los géneros más programados en las emisoras de radio de todos los países.

Dentro de este género, interesa destacar algunos de las especializaciones o subgrupos. De los cuales, los más destacados son:

- El "flash" informativo.

(Se trata de dar la noticia, escueta y sin comentarios, en el momento en que se tiene la información, interrumpiendo la programación habitual, como signo de urgencia, y suele ir acompañado

por un acorde, o una ráfaga musical, habitual y característica, que advierte de la novedad informativa).

- Avance informativo.

(Está constituido por una llamada de atención especial, intercalado entre dos programas, siguiendo una puntualidad periódica, para dar breves detalles sobre las noticias que, posteriormente, serán más ampliamente comentadas en el correspondiente espacio habitual de noticias).

- Boletín de noticias y horario.

(Se refiere a una especie de resumen o selección de las noticias transcurridas en un breve y reciente espacio de tiempo -la última hora, o algo más-, y transmitidas entre intervalos de tiempo parecidos, en los que incluye, la información horaria.)

- Las Noticias de...

(Se trata de programas de larga duración y elaborado contenido que, generalmente, son los programas informativos base más desta-

cados en cualquier emisora, y que se asocian con determinadas horas de emisión preestablecidas. Incluye, por lo general, junto a la actualidad, crónicas, entrevistas breves y algún reportaje).

. Información mixta.

(Se trata de una mezcla de noticias de actualidad, junto con curiosidades e, incluso, información sobre espectáculos o actividades públicas, a las que se le suelen añadir cuñas publicitarias. En algunos casos pueden incluir junto a reportajes, resumen informativos generales, adecuados a la hora del día en que se haga su programación).

- El debate o tertulia.

(Es una programación especializada en la que presenta un único tema, o varios, previamente establecidos y, alrededor de ellos, se efectúa un coloquio o mesa redonda. En algunos casos, el punto de partida del programa tiene lugar en base a una rueda informativa o entrevista pregrabada).

- El gran informativo.

(Su característica principal, junto a su mayor duración - puede ser de 1 hora o más-, estriba en que no necesariamente debe tratarse de un espacio fijo y habitual, y su contenido informativo, aunque variado, suele tratar temas más o menos interrelacionados).

- La edición especial.

(Claramente indicado en su nombre, es un espacio esporádico y monográfico, dedicado a un acontecimiento poco habitual -elecciones, visita oficial, acontecimiento extraordinario, etc.-, que merece una especial atención.

En su conjunto se incluyen entrevistas, reportajes, coloquios y ruedas informativas, aunque en dosis limitadas, para poder tratar exhaustivamente el tema principal del programa).

¿Qué se entiende por un programa de Variedades?

Originariamente, cuando la televisión no existía o no era competitiva, el programa de variedades se convirtió, en muchos casos, como una de las principales razones de la existencia de la radio.

Aunque, en la actualidad, este impacto se ha visto muy mermado, todavía constituyen un acercamiento, entre el oyente que sigue el programa cómodamente instalado en su casa, y el grupo de oyentes que vive en directo el espectáculo, desde el estudio o desde un lugar público, donde tiene lugar la retransmisión.

Estos programas, tocando temas desenfadados, con una muy ligera profundidad, primaban la sonrisa, procurando llegar hasta la carcajada, potenciando las posibilidades que, juegos y concursos, ofrecen en su desarrollo.

Sus contenidos, variopintos y entretenidos, perseguían una distracción lúdica a todos los niveles, sociales y culturales, que la televisión ha heredado, y utilizado descaradamente, con posterioridad.

Las amplias posibilidades de este tipo de programas, y la variedad de audiencias que han sentido adicción a su contenido, permitieron que algunas de las secciones contenidas por estos programas "magazine" tomarán entidad propia y se convirtieran en otros tantos programas independientes.

Entre estas segmentaciones destacaremos temas como: Concursos, Juegos de participación, Humor, temas Femeninos, temas Juveniles e Infantiles, Entrevistas a famosos, etc.

¿Qué se entiende por un programa Musical?

Este tipo de programas, en los que prima, naturalmente, la presencia de la música, está muy supeditado al tipo de programación elegido por la emisora.

Se ha dicho que "la música es la reina de la radio" y aunque se trate de una afirmación que tiende a la exageración, es indudable que, además de su aportación como complemento de la palabra en la mayoría de programas, la música, por sí sola, considerada como "protagonista", ha merecido la creación y emi-

sión de programas individualizados con personalidad propia. En este sentido, en la actualidad, los programas musicales están clasificados por especializaciones muy concretas que, a partir del auge de las emisoras de FM, están alcanzando gran audiencia, aunque, en cada caso, se trate de una audiencia sectorial y muy predeterminada.

Aunque la nomenclatura de algunos subgrupos, dentro de los programas musicales, ya tiene una clara referencia al tipo de música: como son los de música moderna, de música clásica, de música joven, de música de óperas, etc. preferimos concretar las clasificaciones definitivas partiendo de su fórmula de producción y emisión.

Así, vamos a concretarnos y comentar los siguientes grupos:

- Conciertos y recitales.

(Permite llevar hasta los oyentes interesados las actuaciones de importantes intérpretes, desde la más sofisticada ópera al más popular concierto de "rock", gracias a las unidades móviles y a los radio-enlaces, conservando una gran calidad musical en la recepción final).

- Música en directo, en el estudio radiofónico. (Aunque, en la actualidad, pocas veces se efectúan programas de este tipo, no dudamos en considerar esta fórmula radiofónica como la más genuina y sincera, cuando se desea transmitir al oyente la pureza de una actuación en directo.

En la mayoría de los casos, la colaboración del "disc-jockey", añade espontaneidad y realismo a la retransmisión).

- Música pre-grabada.

(Esta posibilidad extraordinaria que la técnica nos ha deparado, permitiendo disponer de las mejores actuaciones, los cantantes más cotizados, los músicos más creativos, con solo manipular una pequeña clavija, ha provocado una gran variedad de ofertas radiofónicas. La especialización, basada en la forma de presentar y comentar la música, tanto como en el contenido de la misma música, caracteriza a

numerosos programas y a sus presentadores).

¿Qué se entiende por un programa Deportivo?

Como ya hemos comentado, siguiendo un proceso de partenogénesis radiofónica, han aparecido tipos de programas que, en su origen, no eran más secciones o partes de otros, en especial de los originales "magazines" o programas de variedades.

El tema deportivo estuvo presente, inicialmente, en los boletines de noticias y en los programas informativos en general. Pero, al ampliarse el ámbito deportivo con el aumento de nuevos deportes, así como con el nacimiento de las aficiones o seguidores de equipos y deportistas, surgió la necesidad de dar más espacio a estos temas, a la vez que se conseguía aumentar su interés al independizar la especialidad.

Los programas deportivos, en sus diferentes variantes que veremos a continuación, utilizan unos apoyos técnicos y de producción que, siendo comunes a otras retransmisiones y programaciones, en especial a los programas informativos, cada vez están alcanzando una mayor audiencia, así como unas características que les son propias.

Entre estos grupos o especialidades destacaremos las siguientes:

- Retransmisiones deportivas.

(Normalmente en directo, la retransmisión de partidos de fútbol y baloncesto, carreras ciclistas y de vehículos a motor, así como otras muchas competiciones deportivas, constituyen una de las programaciones con más aceptación por la audiencia radiofónica).

- Entrevistas, reportajes y coloquios.

(Como complemento de las retransmisiones deportivas, incluidos en las mismas o, en muchos casos, como oferta independiente, este tipo de programas sirven como promoción de las retransmisiones o como vehículo de críticas e informaciones complementarias).

¿Qué se entiende por un programa Dramá-

tico?

Este tipo de programas que, antes de la competencia directa de la televisión, fueron una muestra del poder de convocatoria que tuvo la radio, pasaron a un segundo, o tercer término, en la apreciación de la audiencia, amenazando de desaparecer de las parrillas de programación.

No obstante, cuando ya casi habían desaparecido los grupos de actores de radio profesionales, y se daba por finalizada una época que, por la calidad de los intérpretes y la fuerza de los textos, llenó de esplendor la creación artística radiofónica, parece que algo está cambiando.

La novedad que aportó la imagen televisiva, está empezando a perder mucho de su atractivo y, además, en numerosos casos, la baja calidad de las programaciones de películas de cine y de teleseries, ha hecho que exista una progresiva fatiga ante determinados productos audiovisuales.

Por lo que es importante destacar que, de nuevo, y precisamente en las parrillas de programación de las principales cadenas radiofónicas, van apareciendo ofertas de programas dramáticos, basados en temas de reconocida solvencia literaria, e incluso guiones, especialmente creados por especialistas de amplia aceptación popular.

Las posibilidades que la programación de espacios dramáticos ofrece pueden ser contenidas en los subgrupos siguientes:

- Retransmisiones desde teatros.
(Volviendo a lo que fue una de las primeras presencias de los micrófonos fuera de los estudios, la retransmisión de obras de teatro, todavía no ha despegado plenamente, aunque, en el caso de las óperas, sigue teniendo un público fiel y entusiasta).

- Retransmisiones de teatro radiofónico.
(Se trata de un género completamente nuevo, aparecido durante la primera implantación de la radio, que exigía también obras especialmente creadas pensando en el medio: mucha palabra y poca acción, susurros en lugar de voces fuertes. Este tipo de programas demuestra lo que se puede conseguir cuando se

logra conjugar creativamente música, efectos y silencios, para suplir la no disponibilidad de imágenes).

- Seriales radiofónicos.

(Una vez superada la época de las adaptaciones literarias, los autores descubrieron los "secretos" que permitían a los oyentes imaginar, y "vivir" desde su hogar, los más complejos problemas y situaciones, iniciando una producción especializada, algunas veces con narrador incluido, que fue de total aceptación. Y que, en la actualidad, va camino de recuperar mucha de la audiencia que disfrutó)

- Docudramas y reportajes humanos.

(También en la actualidad está ganando adeptos este tipo de programa -entre la dramatización y el reportaje vivo-, que recrea situaciones que, en su momento, fueron reales y, en muchos casos, mezclando el drama de una realidad con la aportación de opiniones, testimonios e información complementaria).

¿Qué se entiende por un programa Cultural?

Este tipo de programas, pese a su importancia y necesidad de existir, no acostumbran tener una audiencia demasiado numerosa ni disponen de una estructura de producción excesivamente atractiva, cuando se tocan temas de interés muy sectorial: comentarios sobre arte, crítica literaria o asesoramiento médico.

En el bien entendidos que, algunos de estos programas, inicialmente considerados culturales, al conseguir una audiencia interesante, posteriormente pasaron a tener su propia independencia como: los temas deportivos y taurinos, los conciertos o transmisiones dramáticas e, incluso, las informaciones sobre actos culturales y sociales.

En general, la estructura de este tipo de programas dependerá siempre del profesional que deba llevarlos a cabo que, en todos los casos, estará obligado a supeditarse al tema y a las disponibilidades técnicas.

y si aceptamos, como punto de partida,

que la radio, como medio de comunicación de masas debe ser, de por un vehículo de cultura, tendríamos que considerar que los programas radiofónicos deberían contener, en mayor o menor grado, un aporte cultural colectivo hacia su audiencia.

¿Qué se entiende por programas Especializados?

Como hemos visto hasta este momento, es muy difícil concretar definiciones cuando existen una amplia interrelación entre contenidos de programas y sus clasificaciones correspondientes.

En realidad, en las parrillas de la radiodifusión, los programas especiales no son excesivamente abundantes porque preferimos evitar el acudir a una socorrida forma de establecer distinciones, que habla de programas femeninos, infantiles, juveniles, tercera edad, etc. en relación con colectivos de oyentes más o menos numerosos.

No creemos necesario insistir en esta línea por considerar que muchos de estos pretendidos grupos incluyen programas que ya han sido clasificados en otros apartados, por ejemplo: se pueden considerar igualmente programas femeninos los que hemos llamado de variedades, o culturales o dramáticos, y lo mismo puede pasara con programas deportivos, de variedades o musicales que, plenamente, caben en la clasificación de programas de interés juvenil o infantil.

Por lo tanto, en nuestra opinión, podrían incluirse en el apartado de "especiales" las programaciones que se refirieran a temas como los que citamos a continuación:

- Cuestiones benéficas.
(Se trata de utilizar la fuerza de seducción de la radio para llegar a convencer a los oyentes para que colaboren en una obra colectiva benéfica: ayudar a los damnificados de un terremoto, o participar en la lucha contra una enfermedad incurable e, incluso, coordinar una petición de liberación de un secuestrado).

- Información religiosa, política o social.
(Como si fuera un púlpito colocado junto a cada oyente, la radio permite hacer llegar mensajes religiosos o sociales de forma masiva. También puede incluirse la propaganda política y social, dentro de las normativas oficiales de cada caso, teniendo presente que no se trata de fomentar luchas ideológicas, ni de provocar adoctrinamientos radicales).

. Publicidad.
(No podemos olvidar la fuerza de convicción que los anuncios, intercalados en la programación habitual, ejercen sobre los oyentes, hasta el extremo de poder provocar determinados grados de fatiga, cuando hay excesiva presencia de los mismos. Al lector debe también interesarle esta vertiente comercial de la creación y producción radiodifusión, detrás de la cual se mueven los hilos de tantos éxitos y fracasos profesionales).

PALABRAS, TEXTOS Y LOCUTORES

¿Cuál es la relación entre la Palabra y la Voz?

Uno de los factores más importantes entre lo que se dice o como se dice, para conseguir el equilibrio estético, ya la vez efectivo, en un texto radiofónico, es el tratamiento de los sonidos, origen de las palabras, a través de la voz humana.

Las palabras radiofónicas existen desde el momento en que se convierten en sonidos articulados y, para ello, deben intervenir una serie de factores fisiológicos, aparentemente simples, porque estamos muy habituados a ellos, pero de una gran complejidad.

Estos factores son:

. Las vibraciones de las cuerdas vocales.
(El mismo aire que utilizamos para respirar, al pasar por nuestra laringe, de acuerdo con el código de órdenes que llega desde el cerebro, hace que las cuerdas vocales vibren, dando origen a lo que llamamos sonidos y que se convertirán en letras y en palabras).

- La fuerza energética.

(Es necesario la utilización de una energía, que nuestro propio cuerpo facilita, para que el anterior proceso tenga lugar. Este proceso energético se produce a través de los músculos respiratorios y, muy especialmente, gracias al diafragma).

- La resonancia y su proyección.

(Cuando el interior de nuestra boca, al igual que ocurre con los instrumentos musicales, se hace eco de nuestras palabras, provoca una resonancia, ampliando el sonido que proviene de las cuerdas vocales, y lo lanza al exterior, con el "timbre" o potencia que, a cada tipo de voz, le es característico.

¿Cuáles son las características de las Vocales y las Consonantes?

Estamos hablando de palabras, porque suponemos aceptada la realidad existencial de las letras que, debida. mente ordenadas y clasificadas, son la base del origen de estas palabras. y entre las letras, tenemos a las vocales y las consonantes.

Son las vocales, precisamente, las se encargan d comunicar a las palabras en las que están incluidas, un diseño sonoro muy específico.

Las características propias de las letras vocales, en relación a las vibraciones simples que provocan en las cuerdas vocales, son las siguientes:

- letra A, con 1880 vibraciones, sonido claro y limpio.

- letra E, con 3760 vibraciones, sonido equilibrado y concreto.

- letra I, con 7520 vibraciones, sonido agudo y muy sonoro.

- letra O, con sostenido 940 vibraciones, sonido suave y

- letra V, con 450 vibraciones, sonido grave y uniforme.

Las letras consonantes destacan, principalmente, porque sirven para dar salida, proyectando al exterior, a los letras vocales, a la vez que, combinándose con ellas, dan el sentido final a las palabras.

Las consonantes utilizan, para su existencia y protección, utilizan diferentes partes de los órganos articulatorios como son la lengua, los labios, el paladar y los maxilares, por lo que se acostumbra a clasificar partiendo de esta característica, en consonantes labiales, dentales, labiodentales, etc.

La misión de un locutor radiofónico es saber controlar y analizar su forma de pronunciar las vocales y las consonantes para mejorar su expresión. La mejor forma de conseguirlo es grabarse en un magnetófono y escucharse muchas veces,

El secreto de una buena pronunciación radiofónica está en dar mucha expresividad a las vocales y procurar que, siempre, las consonantes sean claras e inteligibles.

¿Qué características distinguen a las Palabras?

Se ha dado en llamar el "color" de las palabras al concepto, entre estético y dinámico, que confiere personalidad a una palabra, partiendo de la interrelación existente entre el timbre, el tono y la intensidad.

- El Timbre.

(Está constituido por la composición misma de la palabra, que le permite diferenciarse de otra por el espacio en tránsito que recorre desde el origen de la primera letra hasta la que le sirve de final).

- El Tono.

(Se refiere a la frecuencia fundamental que se repite en el proceso de sonorización y que se mide por ciclos, y por segundos, así:

- voz de hombre: entre 80 y 250 ciclos por segundo,

- voz de mujer: de 150 a 350 e/s,

- voz de niño: 250 a 500 e/s.

- La Intensidad.

(Este concepto va asociado a la fuerza de emisión de las vibraciones procedentes de las cuerdas vocales, y a la potencia de ampliación previa a su emisión).

¿Cómo utilizar la Voz radiofónicamente?

Como hemos comentado, para poder emitir una palabra, a través de la voz, utilizamos el pecho como caja de resonancia y, a través de esta reverberancia, potenciándola, nace un sonido, que puede ser suave y agudo, o profundo y resonante, que ayuda, según nos interese a multiplicar el impacto de una idea.

No es necesario gritar para captar la atención de los oyentes, pero si es necesario efectuar cambios en el volumen de la intensidad de voz utilizada en la lectura de un texto, para ayudar a la comprensión de su contenido.

En la lectura de cualquier texto, siempre debe evitarse la monotonía, para lo cual se procurará modificar el tono, la velocidad y el volumen, según el contenido del texto.

¿Cómo debe ser la Estructura de un texto?

Todo texto radiofónico, cualquiera que sea su contenido (informativo, crítico, documental, dramático o de entretenimiento), o su duración, debe estar constituido por una estructura consistente, por que sino, el contenido del texto se derrumbará aparatosamente, haciendo muy difícil su entendimiento par parte del público oyente.

Todo texto radiofónico debe tener su estructura dividida en tres partes vitales, en las que se tendrán en cuenta determinadas características que también citamos.

- El inicio o planteamiento.
- Un buen comienzo es una necesidad vital para cualquier texto.
- Hay que captar el interés del oyente desde el primer instante.

- Si falla la primera frase, se pierde el interés sobre la continuidad.

- Se deberá incluir un breve resumen de lo que será el contenido total.

- El cuerpo o contenido de la comunicación. - Las ideas deben ir engarzándose naturalmente, unas con otras.

- La interrelación entre todo el texto debe quedar patente.

- El mensaje debe ser personalizado, dirigido al oyente, como si fuera la única persona que existe para el locutor.

- El final o conclusión.

- En un texto radiofónico, el final es tan importante como el principio.

- Hay que acabar con un breve resumen, concentrado todo lo dicho.

- Es mejor terminar con una propuesta de acción o de interpretación.

- Es interesante utilizar un final efectista, con una frase potente, que excite o motive al oyente.

¿Cómo hay que cuidar las Palabras de un texto?

Todo texto radiofónico, aunque exista una constante incógnita sobre la personalidad del oyente, y tal vez por este mismo motivo, debe tener, junto al cuidado normal de su contenido gramatical, un elaborado control para evitar malsonancias, defectos de fondo y libertades expresivas factibles de molestar, aunque se trate de uno solo de los oyentes.

(Para concretar más ampliamente esta recomendación sobre los textos radiofónicos, veamos las particularidades siguientes, a tener en cuenta:

- Hay que usar una gran libertad de expresión, sin extremismos innecesarios.

- No deben emplearse vulgarismo y palabras excesivamente "modernas".

- Debe evitarse todo tipo de palabras con significado difícil o dudoso.

- Entre una palabra larga y otra corta, siempre elegir la corta.
- Utilizar frases cortas, para ayudar a la comprensión del oyente.
- Hay que evitar estadísticas farragosas e indemostrables.
- El lenguaje directo es vital en un texto radiofónico.

¿Qué importancia tiene el Tiempo en la radio?

En el resultado final de un texto radiofónico, el paso del tiempo, como condicionante y limitador, será siempre visto como un posible enemigo imbatible.

Captar, cautivar y convencer a los oyentes, se debe conseguir, siempre, por medio de texto breve.

He aquí una frase que debe estar grabada siempre en la mente de un redactor de textos radiofónicos:

- La brevedad, siempre es posible.

¿Qué puede incluirse para Mejorar un texto?

En todo texto radiofónico que pretenda ser diferente, creativo y eficaz en su mensaje, pueden incorporarse detalles, más o menos complementarios, que aumenten el impacto sobre el oyente.

A continuación damos algunas sugerencias, en el bien entendido que se tratará siempre de limitar sus posibilidades y utilizarlas en momentos y dosis adecuadas:

- Un texto puede admitir, sin abusar, algunas muestras de ingenio y, en casos muy determinados, también de humor.
- Una exageración deliberada y reconocible puede ser un atractivo detalle en el contenido de un texto.
- Las repeticiones de ideas, justificando deliberadamente su inclusión, pueden servir para mantener la atención.
- Hay tópicos y frases hechas que pueden incluirse en un texto, siempre que se justifi-

quen y no suenen a recurso fácil.

- Mucho cuidado con la auto adulación: en todo texto hay que evitar el uso de la primera persona en singular.
- Solo se hablará en primera persona cuando se trate de exponer opiniones.
- Las pausas, como veremos más adelante, son una arma fundamental para controlar el estilo de un texto.

De todo lo que antecede, sin más complicaciones, podemos sacar una conclusión definitiva:

- La sinceridad es básica para que un texto sea eficaz y llegue al oyente.

¿En qué se caracteriza la Palabra radiofónica?

El concepto más característico de la palabra radiofónica es su "artificialidad", porque quien la emite, el locutor, no puede observar físicamente la reacción del receptor, el oyente.

Dado que el lenguaje radiofónico está basado, en gran parte, en el "monólogo", que es una forma de lenguaje muy poco habitual en la vida real, no debe identificarse nunca el lenguaje radiofónico con el puramente verbal.

El mayor problema del locutor es que debe expresar ideas y sentimientos a los radioyentes, comunicarse con ellos, para lo cual debe vencer continuamente la sensación de soledad.

¿Cuál es el efecto psicológico de la "Auto-audición"?

Cuando el locutor habla a sus invisibles oyentes no hace más que proyectar el acto de comunicación sobre una abstracción que está formada por los oyentes imaginarios, al otro extremo del aparato receptor.

Para poder sobreponerse a su "soledad", el locutor se apoya en el efecto de la "auto-audición", o retorno de su propia voz a través de los auriculares.

Por medio de este proceso, en el momento en que el locutor escucha sus propias palabras, conceptos e ideas, recibe una primera impresión psicológica, que actúa sobre sí mismo de forma parecida a como la está

recibiendo el oyente.

¿Cuáles son las bases de la Comunicación verbal?

Todo acto de comunicación verbal radiofónica se encuentran entre la lectura de textos y la improvisación verbal.

El locutor deberá utilizar las mismas fórmulas y procedimientos expresivos, tanto si está leyendo un texto como si lo improvisa. (contar, nunca leer)

En su actuación, el locutor debe dar siempre la sensación de que se está dirigiendo personalmente al oyente, de que le mira a los ojos, de que le susurra o le habla con fuerza, según sea la información que le desea hacer llegar.

Lógicamente, en el caso de estar leyendo, el locutor debe dar la misma sensación de autenticidad que cuando improvisa frente al micrófono, para evita toda sensación mecánica o monótona.

Por lo cual, si es necesario, el locutor utilizará, para una mayor expresividad del texto leído, todos los recursos sonoros, en especial los silencios, que permiten dar la sensación de improvisación y naturalidad.

Hay que tener en cuenta, no obstante, que un silencio o una pausa de más de dos segundos puede dar la sensación de que la comunicación se ha interrumpido por alguna causa técnica.

¿Cuáles deben ser las características de las Pausas?

Como el tema de la importancia de las pausas en el transcurso del texto radiofónico ha sido comentado varias veces hasta este momento, vamos a concretar, a continuación, las características más importantes de este concepto radiofónico.

He aquí lo que hay que tener en cuenta:

- Las pausas son una de las armas más útiles para influir con un texto.

- Las pausas pueden servir para ocultar un breve nerviosismo, y para pensar.

- Las pausas están recomendadas antes de una palabra o una idea importante.

- Las pausas no deben ser demasiado largas, un máximo de 3 segundos.

- Las pausas son recomendadas en los siguientes momentos: después de las primeras palabras del texto, en medio de una frase a la que se quiere dar énfasis y antes del resumen final.

- No hay que tener miedo a las pausas, son tan decisivas y convincentes como el mismo texto.

¿Cuál debe ser la actitud profesional del Locutor / redactor?

En toda comunicación o programa radiofónico existe un condicionante limitador, que es el tiempo, que influye negativamente en las posibilidades de expresión del mensaje, por lo que, en la mayoría de los casos, deben leerse los textos en lugar de improvisar.

Esto permite, por otro lado, una preparación previa y concienzuda de los contenidos.

Las reglas básicas para escribir un texto radiofónicos son las siguientes:

- Escribir y hablar, únicamente, de los temas que se conocen.

- Centrar el contenido del tema desde un principio, sin divagaciones.

- Mostrarse espontáneo y libre en la exposición de las ideas.

¿Cuál debe ser la actitud psicológica del Locutor / redactor?

Dado el continuo proceso creativo de la comunicación radiofónica, desde la redacción de los textos hasta el momento de su lectura y lanzamiento a las ondas, es lógico que la mente del profesional pase por una serie de sensaciones y estados de ánimo que exigen la

colaboración de otros factores psicológicos como la pasión, la sensibilidad o el tacto.

- Sobre la Pasión.

Todo profesional entregado a la radiodifusión vivirá una fuerte pasión por sentirla, reconocerla y dominarla. He aquí lo que le recomendamos:

- Todos los excesos ofuscan y pueden llevar a un buen texto al fracaso.

- Una tranquilidad estudiada es un arma muy poderosa.

- El oyente debe sentir el contenido del texto al mismo tiempo que lo escucha.

- Hay que centrar el tema en las palabras a utilizar, no en los sentimientos.

- Las expresiones excesivamente apasionadas no son las más apropiadas para un texto radiofónico.

- Sobre la Sensibilidad y el Tacto.

También estos dos conceptos merecen que les dediquemos una breve comentario. El profesional que escribe textos radiofónicos y los envía a sus oyentes, deberá tener en cuenta lo siguiente.

- Debe tener en cuenta siempre la amplia variedad de oyentes que le escucha.

- Tiene que tener presente la diferentes sensibilidades de estos oyentes.

- Eliminará todo posible texto que pueda incluir ataques personales.

- Es importante ser persuasivo, pero sin pesadez.

- Tratar a la audiencia con educación, evitando crear inquietudes.

- Nunca debe hacerse ostentación de superioridad.

- Respetar a los oyentes es hablarles en un

"idioma" que puedan comprender.

- Situarse es la posición de los oyentes e incluirse en su propio nivel.

¿Qué hay que considerar cuando un texto se somete a Debate?

Hay programas radiofónicos, como hemos visto con anterioridad, que pueden ir acompañados por un debate o participación de otras personas, oyentes o no, que se les supone la posibilidades de exponer sus propias opiniones, al margen de la del periodista/presentador/locutor.

Nos parece importante destacar ciertas particularidades de esta circunstancia:

- Es de vital importancia tener en cuenta la opinión de los demás.

- Es imprescindible conceder el derecho a la réplica.

- Hay que agradecer públicamente la participación de los demás.

- Es importante resumir los distintos argumentos y proponer un acuerdo general.

- El contenido de un debate también debe tener un comienzo brillante, un desarrollo sólido y un final adecuado.

¿Qué otras armas ayudarán a conseguir un buen Texto / programa?

En la preparación de un texto para un programa es recomendable tener en cuenta, desde el punto de vista estructural, disponer de:

- notas y apuntes varios,

- citas y datos estadísticos,

- un amplio archivo de recortes, artículos y comentarios.

y desde el punto de vista práctico, para poder hablar con los oyentes de una forma natural, es necesario contar una actitud mental muy equilibrada y serena.

Para ello, pueden ser interesantes algunas de las siguientes opciones:

- Practicar previamente, lo que siempre es un buen camino a seguir. Hacer prácticas continuamente ayuda a alcanzar facilidad de expresión.
- También es recomendable seguir un curso especializado, pues ayuda a ver los propios defectos. No hay ninguna razón profesional, o lógica, que prohíba recibir un adecuado adiestramiento.
- No hay que manifestar inquietud, aunque se tenga. Hablar sin miedo, elimina cualquier síntoma de nerviosismo.
- Hablar es actuar, por lo que es necesario ser algo actor.
- Evitar sequedades de garganta y pérdidas de voz.

¿Qué aporta la Voz a un texto / programa?

Dado que en cualquier tipo de comunicación oral, y el medio radiofónico así lo atestigua, la voz es el más completo sistema disponible, debemos considerarla como protagonista casi único y, desde luego, fundamental.

Al no tener disponibilidad de imagen, los programas radiofónicos tiene que basarse en las propiedades de las cuerdas vocales, por lo que es imprescindible conocer una serie de técnicas imprescindible.

Aunque no se deba huir de las fórmulas estándares y de las voces tipo, si que es necesario mantener un nivel de calidad que permita transmitir los textos, y las ideas, de la forma más agradable y convincente posible.

La voz que llega al oyente es diferente de la original, está tratada, de acuerdo con unas técnicas electromagnéticas y unas leyes físicas, con las cuales se pule, manipula y elabora de nuevo.

Las primeras no son más que las técnicas que ya hemos visto en capítulos anteriores, que constituyen la base del proceso radiofónico.

Por su parte, las leyes físicas, tiene como base mejorar la calidad de los sonidos vocales de acuerdo con las posibilidades del aparato respiratorio, que permite dar una personalidad continuada y especial a cada tipo de voz.

Hay que saber aspirar aire y dejarlo ir, dosificado, para no ahogarse antes de tiempo, quedándose sin poder terminar una frase. No obstante, esto debe hacerse de forma especial, muy diferente a cuando, simplemente, se aspira y expira en el proceso natural de respirar.

¿Es posible prepara la Voz para sacarle más provecho?

Naturalmente, todo es mejorable y la voz no iba a ser menos. Se la puede someter a entrenamiento, a base de ejercicios respiratorio convenientemente establecidos, de acuerdo con cada caso.

Es algo similar a lo que hacen los cantantes que modelan, pulen y cultivan su voz, aprendiendo a impostarla y también a proyectarla.

Todo esto sirve para lograr que la voz pueda mantener una entonación continuada y adaptada al contenido y a la duración de una frase, de las palabras que contiene y del significado que quiera dársele.

Pero, además de manipular la voz también es posible manipular la dicción, la entonación, la velocidad, el tono y los signos de puntuación ortográficos.

Por ejemplo, hay que acostumbrarse a no hablar con rapidez. Aunque en la vida real puede ser algo muy normal, a través de las ondas da siempre una impresión de nerviosismo y puede llegar a causar angustia al oyente.

Hablar de forma rápida, corriendo, debe

quedar reservado a los locutores deportivos que luchan contra el tiempo, al describir las acciones de las que están dando testimonio radiofónico.

Como tampoco es necesario llegar a gritar desaforadamente, incluso en plena interpretación de un personaje o situación en extremo violento.

¿Qué otras posibilidades ofrece la Modulación vocal?

Los signos de puntuación, a pesar de ser necesarios, no siempre son utilizados, de forma mecánica, de acuerdo con sus valores gramaticales.

Para conseguir determinados efectos es factible descomponer frases, e incluso destacar palabras o sílabas, para que el efecto sobre el oyente sea más impactante, si el contenido del texto así lo exige.

Los estados de ánimo, el carácter, las intenciones e incluso los deseos de un personaje, pueden ser marcados de acuerdo con la forma de pronunciar el texto, según las pausas intercaladas, la animación en el tono, la reiteración en las palabras o el timbre de voz empleado.

No obstante, como receptor final, hay que procurar que al oyente siempre le llegue una dicción correcta, ya que, además de ser un signo de profesionalidad, obliga a eliminar toda posible deformación de sílabas, fragmentación de frases y utilización indebida de formas sonoras.

Resumiendo, en cualquier caso, el conjunto de los textos de una comunicación radiofónica, tanto si se trata de unas noticias, como si se trata de una interpretación dramática o la retransmisión de un concierto, debe ser estructurado sobre una base armónica que, sin sacrificar la naturalidad, imprima a la comunicación un sello muy alejado de exageraciones y afectaciones.

CREATIVIDAD RADIOFÓNICA: DEL GUIÓN Y SUS COMPONENTES

¿Cuál es la definición de Guión?

Hemos creído necesario iniciar este capítulo sobre la creatividad radiofónica con unas breves notas sobre la redacción de guiones, en un sentido amplio y generalizado, a modo de llamada de atención sobre la importancia del tema, muy especialmente, en el caso de los programas de radio denominados dramáticos.

Por este mismo motivo, nos limitaremos a una serie de conceptos básicos que, a nuestro entender, debe conocer toda persona que pretenda dedicarse a la creación de programas radiofónicos, al margen de que cuente con la colaboración de un especialista en guiones.

Aclarado este punto, vamos a entrar de lleno en el tema que nos ocupa definiendo, de forma clara y concreta, el concepto general de lo que es un guión, desde el amplio abanico de posibilidades que el tema ofrece:

- Es el desarrollo extenso de un argumento, destinado a convertirse en una historia, incluyendo la expresión escrita, detallada y ordenada, de "todos" los elementos que habrán de ser convertidos en sonidos, en el transcurso de la producción, grabación y emisión de un programa radiofónico.

¿Tanta importancia tiene un Guión radiofónico?

En el guión está el mensaje que vamos a emitir, en forma de soporte literario.

Aunque en una programación propia de emisoras de radio muy "libres" pueda, en determinados casos, prescindirse del guión, en realidad, de forma más o menos compleja, siempre será necesario disponer de guiones para una buena continuidad de la producción.

Todo guión debe llevar en su estructura dos bases informativas:

- El contenido literario.

Que en forma de voces y sonidos llegará al oyente.

- La forma técnica.

O código de producción, que debe ser comprendido y utilizado por los elementos que in-

tervengan en la producción.

¿Cuáles son las partes Formales de un guión?

El contenido estructural de un guión radiofónico, se trate de un programa informativo o de un capítulo de un serial dramático, es factible de ser desglosado en partes.

Vamos a hacerlo a continuación:

- El tema.

Es el contenido de la historia desarrollada en sus páginas.

- El espacio.

Es el tiempo que será necesario para que el tema sea desarrollado y pueda ser captado en forma de sonidos por los oyentes.

- Los personajes.

Son los diferentes protagonistas de la historia, que deberá ser interpretada por actores radiofónicos

- El diálogo.

Es el conjunto de palabras pronunciadas por los distintos personajes, o por un narrador, para la mejor comprensión de la historia.

- La música.

Lo forman el conjunto de acompañamientos musicales, ya sean fondos, ráfagas, compases o simples acordes, que complementan la historia dándole ambiente y creando situaciones.

- Los efectos.

Es el conjunto de ruidos, sonidos naturales y especiales, creados para que el desarrollo de la historia sea más creíble y llegue con el mayor realismo posible a los oyentes.

- Las pausas.

Es el conjunto de momentos de silencio, de interrupción de diálogos, música y efectos, que ayudan a imprimir carácter a las dramatizaciones.

- Los detalles técnicos.

En el caso de los guiones radiofónicos, serán el conjunto de anotaciones, advertencias y demás referencias técnicas, que pueden ser vitales para una correcta grabación del programa y que servirán de orientación a los técnicos profesionales que colaboren en su realización.

¿Cómo se inicia la Redacción de un guión?

Vamos a recomendar una normativa que debe tenerse, desde el momento de la aparición de la idea inicial, hasta el instante que se finaliza el guión literario, es decir, antes de la inclusión de los detalles técnicos.

Como en todo trabajo creativo, es importante:

- Trabajar despacio.

Es decir, en cada una de las etapas de este proceso, debemos conseguir un trabajo correcto, al margen del tiempo que se necesite invertir en el mismo.

- No se debe dejar nada por definitivo, si no satisface.

Es la única manera de pasar a la etapa siguiente con la conciencia tranquila.

Las etapas de este proceso "redaccional" se desarrollarán por el siguiente orden:

- La idea.

- La sinopsis.

- El tratamiento.

- La escaleta de secuencias.

- Los diálogos.

- La música.

- Los efectos y pausas.

Hemos establecido el orden, más o menos lógico, de como acostumbra a transcurrir este proceso, no obstante, queda a salvo la libertad creativa de los que participen en la redacción del guión, muy especialmente si va destinado a la producción de un programa radiofónico

dramático.

¿Qué es una Idea?

Entendemos por "idea" el concepto claro y simple que representa el tema central de la historia que va a convertirse en un guión.

Cualquier "idea" sencilla puede ser interesante, cuanto más sencilla más interesante, si se le aplica un desarrollo inteligente que presente de una forma original, y realmente extraordinaria, unos hechos poco corrientes.

Esta primera "idea" debe ser de rápida comprensión, con un propósito al alcance de todo el mundo y lejos de todo tipo de abstracción, es decir, concretando:

- Una idea, si no es factible de ser escrita, descrita y entendida, en un máximo de dos líneas, no es una buena idea.

¿Qué es una Sinopsis?

A partir de la idea se realizará la "sinopsis", que definiremos como:

Un desarrollo más amplio de la idea inicial, que se escribirá en forma de cuento literario, con una extensión entre una y tres páginas, y en la que establecerán los hechos más destacados del incipiente guión.

Debe ser una especie de resumen o sumario general, en el que se prescindirá de los pormenores de la historia, pero que dejará bien claro cual va a ser el hilo conductor de la misma, así como la presencia de los principales personajes protagonistas.

La importancia de una buena "sinopsis" viene condicionada por su concepto de esquema primario, y aunque puede sufrir alteraciones y cambios posteriores, las referencias que queden consignadas como definitivas, deberán bastar para efectuar una narración completa, sin huecos ni fragilidad en el desarrollo.

Principalmente, en el caso de la producción de un programa radiofónico, una buena "sinopsis", acompañada de su desarrollo técnico correspondiente, ayudará a encontrar y asegurar las posibilidades de producción.

¿Qué es un Tratamiento?

El tratamiento es el resultado de la primera elaboración de una sinopsis.

Su longitud puede variar entre 5 y 8 páginas, aunque no existe una medida obligada.

En resumen, un tratamiento será:

- La manera de explicar más ampliamente todo lo contenido en la sinopsis, con más detalles, redactando pequeños bloques de acción, numerados y ordenados, en donde se utiliza un lenguaje más cercano a la forma radiofónica.

Reseñamos a continuación una serie de consejos, seguidos de una "ley inexorable", a tener en cuenta cuando un productor/realizador radiofónico deba opinar, o juzgar, un tratamiento destinado a una producción dramática para la radio:

- 1er. Consejo:

En un tratamiento debe acumularse la mayor cantidad posible de datos, para que sirvan de documentación.

- 2o. Consejo:

No importa si se consigue una cantidad, aparentemente, excesiva de información. De la cantidad sale la calidad.

- 3o. Consejo:

Hay que procurar que haya más material desechado que aprovechable. No interesan acciones y situaciones de "relleno".

- 4º. Consejo:

Hay que repetir una secuencia si aparece un nuevo elemento más interesante. Los tratamientos se deben escribir varias veces.

- 5º. Consejo:

Escribir las secuencias en hojas sueltas, que permitan cambios, añadidos, alternancias, etc.

- 6º. Consejo:

Eliminar toda situación o acción que no sea imprescindible para el desarrollo de la historia.

y la "ley inexorable", que regirá todo el trabajo, es la siguiente:

"Cualquier tratamiento de una idea, destinado a ser un guión radiofónico, siempre es factible de ser mejorado".

¿Cómo se pueden continuar las demás Etapas del guión?

A partir del momento en que se dispone de un "trata. miento", se tiene que empezar a desarrollar, de forma más compleja y técnica, lo que será el guión definitivo.

Lo cual, en el caso de un programa de radio, incluye ya la presencia y colaboración de uno, o varios profesionales, como un montador musical, un mezclador, un efectista, etc...

No obstante, en esta misma colección, existe el libro "Así se crean Guiones" que reúne, de la forma mas clara y detallada posible, todo lo que sobre el tema puede interesar a un guionista o futuro guionista, sea cual sea el medio de expresión en que se especialice.

¿Cómo han de ser los Guiones según su contenido?

Aunque, como hemos visto hasta ahora, la técnica de escribir un guión puede ser considerada de una forma general, aplicable a las distintas posibilidades que la producción radiofónica ofrece, creemos conveniente entrar de lleno en un análisis más detallado, según el destino final de cada proyecto.

Por ello, empezaremos por clasificar las diferentes clases de guiones que pueden existir:

- Guiones para programas Informativos.
- Guiones para programas Dramáticos.
- Guiones para programas Musicales.
- Guiones para programas "Magazine".
- Guiones para programas Varios.
(culturales, monográficos, especializados, etc.)

¿Cómo han de ser los guiones para programas Informativos?

Los guiones para los programas informativos destacan por su complejidad, que viene fundamentada en la amplia y heterogénea variedad de los elementos que intervienen en su producción y realización: noticias, redacción, unidades móviles, radio-enlaces, entrevistas en directo, etc. y todo ello dentro de un limitado espacio de tiempo, obligado por la inmediatez de la noticia y la necesidad de continua actualidad.

En la mayoría de los casos, se acostumbra a trabajar en base a disponer de una lista de temas, brevemente establecidos sobre hojas sueltas, que permitan ser intercambiadas sobre la marcha, y que se utilizarán como una pauta general de lo que será el contenido final y contando siempre con la colaboración eficiente y segura de un amplio abanico de profesionales.

Resumiendo, las características más destacadas de este tipo de guiones son:

- Contenido variable, en previsión de noticias de última hora.
- Trabajo abrumador en la elaboración del material escrito y sonoro.
- Gran variedad en los elementos que intervienen: textos, cintas con declaraciones, testimonios, conexiones en directo, líneas telefónicas, unida. des móviles, publicidad, etc.

¿Cómo tienen que ser los guiones para programas Dramáticos?

Este tipo de guiones reúnen tres elementos básicos en su estructura: los textos, interpretados por actores especialistas, la música que acompaña y ambienta las distintas situaciones, y los efectos especiales, que colaboran a dar realismo y credibilidad a la acción.

A pesar del amplio contenido de temas posibles de utilizar, como pueden ser los históricos, las biografías, los cuentos infantiles, las narración, las novelas y obras de teatro adap-

tadas, etc. las características más importantes a tener en cuenta al escribir esta clase de guiones son:

- No poner límite a la imaginación, utilizando todas las posibilidades de despertar sensaciones y sentimientos en el oyente.
- Cuidar el texto, de forma que el lenguaje permita una buena interpretación.
- Mantener la continuidad de la historia, dando ritmo a las situaciones.
- Plantear los ambientes utilizando palabras, música y efectos, para crear una atmósfera en la que el oyente se deje envolver.
- Utilizar el narrador, como recurso, si se cree imprescindible, y siempre según las necesidades del tema y del grado de creatividad del guionista.
- Indicar en el guión las características físicas, psicológicas, culturales y sociales de cada personaje, así como su forma de actuar, las reacciones que tienen y las que provocan.
- Detallar ampliamente los sonidos ambientales, internos y externos, puertas, lluvia, vehículos etc...para ayudar a la comprensión del oyente.
- Indicar toda la información posible sobre la música, su ubicación y duración, así como su significado y características: música pomposa, triste, suave, romántica...
- Aprovechar los imprescindibles ensayos para que el director y el guionista establezcan los cambios más convenientes, según los consejos de la realización técnica.

¿Cómo son los guiones para programas Musicales?

Teniendo en cuenta que la interpretación musical será siempre el elemento más destacado en este tipo de programas, será lógico contar, también, con la colaboración de un locutor / presentador.

Aunque, aparentemente, la simplicidad puede ser la característica más destacada en los programas musicales, la especial idiosincrasia de su contenido hace que sea necesario considerar algunos detalles, que deben incluirse en su producción y realización.

Será aconsejable, en los programas musicales, tener en cuenta lo siguiente:

- Disponer de un guión que concrete fielmente los temas musicales y sus características.
- En el caso de un programa en directo, este guión deberá permitir la posibilidad de introducir cambios.
- Es muy importante que los textos describan muy ampliamente el contenido musical, preparando la receptividad del oyente.
- La voz del locutor, en especial en un programa de música clásica, debe quedar situada en un segundo plano, evitando protagonismos.
- En un programa de música moderna, con entrevistas y actuaciones, la vinculación del locutor con los intérpretes puede ser más directa e informal.
- Se indicará claramente en el guión la duración de cada tema musical, su fusión o corte, con el siguiente, etc.

¿Cómo han de ser los guiones para programas "Magazines"?

En este tipo de programas cuya característica más destacada es la variedad y diversidad continuada de su contenido, más que nunca es necesario un guión flexible, que permita cualquier cambio, improvisación o aportación inesperada.

Por lo que, todos los elementos que deberán intervenir vendrán reseñados, en un orden de actuación provisional.

Así que, en la producción de este tipo de programas, en los que pueden mezclarse concursos, actuaciones y entrevistas, será bueno recordar lo siguiente:

- El presentador o conductor del programa dispondrá de unos textos base, sobre los que le será permitido improvisar.
- Los tiempos previstos en el guión deberán ser ajustados sobre la marcha, desde la dirección del programa, para evitar desequilibrios horarios.
- En el guión se tendrá previsto la posibilidad de utilizar pequeños "gags" o situaciones breves, que permitan enlazar actuaciones y concursos, para evitar caídas de ritmo o baches técnicos.

¿Cómo han de ser los guiones para programas Varios?

En este apartado incluimos un tipo de guión, muy estandarizado, que puede ser aplicado, en su estructura general a programas culturales, monográficos, especializados o extraordinarios, etc. en los que las características principales pueden ser la presencia de locutores / narradores, con acompañamiento sonoro, en el que domine la música y entrevistas.

En la estructura general de estos guiones se tendrá en cuenta:

- Deberán consignarse, por orden natural de sucesión, las partes que constituyen el contenido del programa, para su cumplimiento normal, sin ningún tropiezo.
- Como debe ser habitual, en todos los casos, los datos técnicos estarán consignados para información de locutores y colaboradores técnicos: sonido' directo, material pregrabado, publicidad, etc.

EL LENGUAJE RADIOFONICO

¿Cuál es la posición de un Guionista radiofónico?

En el momento en que se está escribiendo

un guión radiofónico, el guionista debe adoptar dos posicionamientos diferentes, para poder interpretar las particularidades de los dos elementos de recepción independientes a que va destinado.

Estos elementos son:

- 1) El oyente, a quien va dirigido el mensaje artístico y/o informativo del programa.
- 2) El técnico, o técnicos, que deben realizar la plasmación física de la comunicación.

Para conseguir su objetivo, el guionista debe utilizar un doble lenguaje radiofónico, de acuerdo con los códigos y características que les son propios a los citados elementos.

¿En qué se distingue el Lenguaje radiofónico?

Damos por establecido y aceptado que la existencia de un lenguaje radiofónico no es discutida por nadie, no obstante, debe ser tenido en cuenta que este lenguaje tiene sus propios condicionantes, tanto en su relación con los oyentes, como con los colaboradores técnicos.

Las características distintivas más destacadas del lenguaje radiofónico, en relación a los oyentes, son:

- 1) Lo efímero de una emisión radiofónica no permite repetir la "escucha" de un contenido, que no haya sido comprendido por el oyente en el instante de la emisión, por lo que:

EL OYENTE DEBE ENTENDER LA COMUNICACION EN EL INSTANTE QUE SE EMITE.

- 2) Lo espontáneo de una emisión no permite mentalizar a la posible audiencia por anticipado, por lo que su posición pasiva puede frenar el deseo de continuidad o, cuando menos,

restar entusiasmo, por lo que:

EL OYENTE, COMO SUJETO PASIVO, NO APORTARA NINGUN ESFUERZO, SI NO SE LE INTERESA.

3) Lo imprescindible de todo programa radiofónico, para que merezca la atención de los oyentes, es reunir el contenido de "las 3 C": Claro, Conciso y Comprensible. Por lo que:

EL OYENTE, NORMALMENTE "OYE" LA RADIO, PERO HAY QUE CONSEGUIR QUE LA "ESCUCHE".

¿Cómo conseguir un mensaje radiofónico "Claro"?

La parte redaccional de un guión radiofónico debe estar escrita de acuerdo con la necesidad ineludible de que se entienda su contenido de forma clara.

Los textos descriptivos que corresponden al locutor, así como los posibles diálogos de los actores, deberán reunir una serie de cualidades que el guionista no debe ignorar.

Estas cualidades son las siguientes:

- Se utilizará un lenguaje que explique claramente el mensaje a transmitir sin necesidad de que el guionista quiera demostrar sus méritos para ganar un premio literario.
- La redacción debe estar limpia de metáforas de difícil comprensión, no presentará ningún alarde de erudición, prescindirá de barroquismos literarios y, en todo momento, quedará libre de abusos metafóricos.
- También el contenido técnico debe estar justificado por el mensaje a comunicar, procurando, en estos casos, utilizar las palabras más fáciles de comprender, de acuerdo con los códigos habituales.
- y esto incluye también los nombres de personas, organismos y entidades que sea preciso citar que, en todos los casos, deben ser rápidamente asimilados y comprendidos por

los oyentes.

¿Cómo conseguir un mensaje radiofónico "Conciso"?

Esta nueva cualidad, que debe destacar en la redacción de un guión, merece ser comentada a continuación. La concisión en los textos es obligada a causa de las limitaciones de tiempo, que no permiten rodeos ni largas exposiciones.

Todo guionista radiofónico sabe que las palabras de más son segundos de menos, en la voluntad de continuidad del oyente.

Por lo que es conveniente tener en cuenta lo siguiente:

- Para comunicar una idea, un concepto o un sentimiento, utilizar siempre la palabra más apropiada para conseguir que se entienda el mensaje.
- Añadir a eso la necesidad de que las frases sean cortas, que no precisen aclaraciones y que, en cualquier caso, nunca se mezclen conceptos.
- El soporte literario será siempre simple y neutro, sin alardes redaccionales que lo asocien al lenguaje escrito.
- Sin caer en una pobreza literaria innecesaria, el grado de erudición será sometido a la espontaneidad de un texto hablado, no leído.

¿Cómo conseguir un mensaje radiofónico "Comprensible"?

Las palabras se las lleva el viento, reza el viejo refrán. Y eso es lo que ocurre cuando un programa radiofónico sale a las ondas.

El poder testimonial de un periódico o de un libro, no existe en una información hablada, y nadie puede volver atrás y "escuchar de nuevo" un texto que no ha comprendido bien.

Si la pesadez de una información o interpretación causan aburrimiento a quien las escucha, se pierde toda posibilidad de continuar la rela-

ción con el oyente.

Un solo consejo, que resuma plenamente este concepto, será suficiente para el guionista inteligente:

- Decir mucho, con pocas palabras, y que todas sean comprensibles y justas.

¿Cómo poder darle forma física a un Guión radiofónico?

El guionista debe saber presentar el fondo, o contenido de un gui3n, de una forma plástica que sea comprendida a todos los niveles: oyentes y t3cnicos.

Dada la variedad de elementos que participan en el contenido de un gui3n radiof3nico (voces, m3sica, efectos, etc.) y la dificultad de su producci3n, ya sea en directo o con grabaci3n previa, debemos considerar la realizaci3n t3cnica como una complejidad a3adida.

Esto nos obliga a poder disponer de unos c3digos informativos internos, para que los especialistas que colaboran en las realizaciones puedan comprender y aplicar las medidas t3cnicas que permitan darle la forma definitiva a cada producci3n.

Todo esto nos lleva a hablar de la forma en que se deben preparar y presentar los guiones, para que cada elemento pueda ser situado en su lugar oportuno, en espera del momento en que su participaci3n ser3 solicitada.

Del gui3n, l3gicamente, existir3n tantas copias como especialistas participen en la producci3n final, en las que se consignar3n una serie de datos generales, junto a otros muy particularizados y referidos al programa en cuesti3n.

¿Cu3l es la mejor forma de presentar un Gui3n radiof3nico?

A3n sabiendo que las variadas formas posibles de plasmar sobre el papel un gui3n no obligan a seguir exclusividades, ni permiten soluciones ideales, vamos a dar, a continuaci3n, una sugerencia, que puede ser 3til a

nuestros lectores, si se deciden a aplicarla de forma generalizada.

El contenido de un gui3n permite la siguiente distribuci3n:

- 1) Cabecera.

Sirve para iniciar el gui3n, con datos referidos al t3tulo, autor, duraci3n, hora de emisi3n, fecha y cualquier otro pormenor que permita su localizaci3n inmediata.

- 2) Colaboradores.

Relaci3n de personas que van a intervenir: locutor(LOR) y locutora(LORA) en el caso de los informativos, o nombres de los actores y de los personajes que interpretan, en el caso de los dram3ticos

- 3) Personajes y caracter3sticas.

Detalle de la intervenci3n de cada personaje, con lo que tenga que decir o hacer, con referencia del orden y la continuidad. As3 como los di3logos correspondientes.

- 4) T3cnicos

Intervenciones de los colaboradores t3cnicos ("Control"), con referencias de sus aportaciones.

- 5) Elementos complementarios.

Relaci3n, por orden de intervenci3n, de los elementos complementarios que deben estar presentes en la producci3n y realizaci3n final: m3sica, publicidad, cinta, unidad m3vil, etc., con referencias al momento oportuno.

- 6) Caracter3sticas personales.

Cuando se trate del gui3n de un programa dram3tico, debe tener en cuenta la necesidad de a3adir un espacio con detalles sobre la personalidad y caracter3sticas distintivas de los diversos personajes, sobre su forma de interpretar, modulaci3n de voz, reacciones frente a la acci3n, etc.

¿Existe una Nomenclatura especial propia de los Guiones?

Para una mayor comprensi3n del contenido t3cnico de un gui3n, se usan unas determinadas nomenclaturas, por lo general abreviadas, que permiten mantener la continuidad uti-

lizando un lenguaje técnico, generalmente referido al sonido complementario del programa.

En este caso, nos hemos permitido ampliar la relación de nombres y descripciones a otros sectores del proceso radiofónico, para una más amplia información del lector.

C .- Es el final de un sonido, indicando que "Cesa", es decir, que se aleja lentamente hasta desaparecer por completo.

Caretas.- Espacio breve, generalmente a base de música o efectos, y también texto, que se incluye al principio y al final de un programa para personalizarlo.

Cinta.- Sirve para indicar la presencia de un nuevo sonido, codificado en una cinta magnetofónica, que deberá hacer acto de presencia en el momento y con la duración que el guión indica.

Continuidad.- Obligatoriedad de seguir la emisión de un programa determinado, a cargo de un mismo equipo técnico y/o artístico, sin poder permitirse ningún tipo de interrupción posible del mismo.

Control. - Local situado junto al locutorio, del que le separa una "pecera" de cristal, desde donde se puede producir y realizar un programa radiofónico,

Cuñas.- Comunicación breve, con música y texto, que incluye en su contenido mensajes publicitarios, promociones de programas, ilustraciones musicales, comunicados periódicos, etc.

Directo.- Se define así todo programa que, instantáneamente, en el mismo momento, tiene lugar su realización y su emisión al aire, con destino a los oyentes.

Dúplex.- Sirve para indicar que, en un momento dado, en un programa intervendrán dos centros de producción diferentes, de forma simultánea y alternativa.

Edición. - Manipulación técnica sobre una grabación ya existente de un programa, para

una nueva ordenación de su contenido, antes de su emisión definitiva.

Efectos especiales. - Sonido diferenciado de las palabras y la música, generalmente de archivo, que sirve para hacer más comprensible una acción destacada, para crear un ambiente o para ilustrar un determinado texto.

Estudio.- Lugar donde, gracias a estar acondicionado y sonorizado convenientemente, las voces suenan correctamente y se pueden realizar y grabar programas radiofónicos.

Exteriores.- Se refiere a la producción y realización de un programa radiofónico en un lugar distinto del estudio habitual, con los inconvenientes y particularidades que ello reporta.

F.- Indica que el sonido presente "Funde" con el que llega a continuación, de forma gradual y sin ninguna interrupción.

Mezcla.- Conjunto final de un programa radiofónico, que se consigue con la unión, gracias a un proceso técnico magnético, del contenido de diferentes fuentes sonoras: palabras, música, efectos, etc.

Música.- Incluye todo complemento musical que deba intervenir en el programa, ya sea una breve melodía o una larga intervención musical, como fondo de una situación determinada. Esta anotación irá, siempre, acompañada por la descripción del tipo de música, nombre del disco, autor, referencia de archivo, etc.

Patrocinador.- Persona o empresa que, a cambio de incluir publicidad de su marca o producto, participa con su aportación económica en la producción de un programa radiofónico determinado.

PIF .- Sirve para indicar que el sonido "Pasa a Fondo", es decir, a un segundo plano, para dar presencia a un nuevo sonido.

PIP .- Indica que el sonido deberá ser oído con gran nitidez y presencia, es decir, en

"Primer Plano",

Productor.- Responsable general, técnico y artístico, de la producción y realización de un programa, al que puede aportar desde ideas hasta apoyo económico.

Publicidad. - Señala la necesidad de disponer de una cinta magnetofónica donde está grabado el mensaje publicitario o cuña, que forma parte del programa como compensación a la aportación económica del patrocinador o patrocinadores de la producción.

Ráfaga.- Equivale a un punto y aparte en la redacción, al estilo de un fundido cinematográfico, y consiste en unos breves compases de fuerte presencia, para marcar una breve separación entre dos informaciones.

Redactor.- Por lo general, se trata de un periodista que se hace responsable de dar forma radiofónica a una noticia, de acuerdo con el criterio del director del programa.

Sintonía.- Distintivo sonoro característico de un programa (puede ser un efecto pero, por lo general, son unos compases musicales) que se emite al principio y al final y lo identifica,

Unidad móvil.- Equipo básico para la producción y realización de programas radiofónicos que, por su fácil manejo y pequeño tamaño, se incorpora a un vehículo y permite trabajar en exteriores.

COMO PREPARAR UN TEXTO RADIOFONICO

¿Cuál es la Metodología a seguir al escribir un Guión?

Estamos llegando al final de este capítulo sobre la creatividad radiofónica y puede ser interesante para el lector intentar una aproximación directa al proceso que debe seguirse para escribir un guión radiofónico.

Por la necesidad de generalizar, condi-

cionamos estas sugerencias a un tipo de guión eminentemente referido a programas informativos, que son, realmente, los más habituales en la radiodifusión actual.

Para lo cual, vamos a establecer los diferentes puntos importantes del proceso:

- Buscar la idea original.
- Definir el mensaje a comunicar.
- Escoger la forma de hacerlo.
- Estructurar la creación del texto.
- Materializar el texto a través de la voz.

¿Cómo ha de ser la Idea que vamos a transmitir?

Ya hemos dicho, al inicio de este capítulo, que entendemos por "idea" el concepto claro y simple que representa el tema central de la historia, de la noticia o de la información que va a convertirse en un guión.

Cualquier "idea" sencilla puede ser interesante, si es de rápida comprensión, con un propósito al alcance de todo el mundo y lejos de todo tipo de abstracción, es decir, concretando:

- Una idea, si no es factible de ser escrita, descrita y comprendida, en un máximo de dos líneas, no es una buena idea.

¿Cómo se puede definir el Mensaje a comunicar?

Cuando pensamos en un texto que va destinado a ser oído, siempre hay que decidir su objetivo final. Y en un programa radiofónico, salvo en especiales ocasiones, el objetivo final que se persigue debe estar siempre entre las tres alternativas siguientes: instruir, informar, persuadir.

A partir de estas premisas, los siguientes procesos a realizar, de forma parcial, o en su

totalidad, serán:

- Determinar el auditorio a quien nos vamos a dirigir para seleccionar el estilo apropiado, de acuerdo con el tiempo de duración del texto.
- Buscar los argumentos básicos sobre el tema.
- Enriquecerlos con citas, referencias y estadísticas.
- Establecer, como premisa, la realidad de hechos aceptados por todos, sobre el tema que tratamos.
- Introducir, si es posible, experiencias personales.

¿De qué forma vamos a Escribir el guión?

Siempre a título de ejemplo, que puede ser adaptado a cada circunstancia, si así lo desea el guionista, nos permitimos establecer una escaleta estructural, que puede servir de base para desarrollar un guión radiofónico, y que dividimos en tres partes:

- Introducción.
Presentar el tema central que se va a tratar, de forma muy concisa, definiéndolo y justificando la razón de su elección y su relación con el oyente.
- Cuerpo.
Presentación de los argumentos siguiendo una secuencia natural de desarrollo, con los detalles esenciales, sin demasiados caminos laterales y en una terminología comprensible para todo tipo de oyentes.
- Final.
Repetir los puntos importantes del tema, resumiendo el mensaje de forma concreta y definitiva.

¿Cómo estructurar la Creación del texto?

Inicialmente, debemos reunir toda la documentación disponible sobre el tema, con lo que se realizará la "sinopsis" que, como ya hemos comentado con anterioridad, debe ser

una especie de resumen o sumario general, en el que se prescindirá de los pormenores, pero que dejará bien claro cual va a ser el hilo conductor de la misma.

La importancia de una buena "sinopsis" viene condicionada por su concepto de esquema primario, y aunque puede sufrir alteraciones y cambios posteriores, los que, queden consignados deberán bastar para efectuar una narración completa, sin huecos ni fragilidad en el desarrollo.

A continuación, el guionista procederá a la redacción definitiva del tema, teniendo en cuenta los condicionantes de tiempo, contenido y audiencia.

¿Cómo materializar el texto a través de la Voz?

Una vez el guión terminado, siempre será necesario ensayar su lectura, para ello entrará en juego el importante e imprescindible soporte de la voz humana.

Estos ensayos ayudarán a pulir y a concretar, de forma definitiva, el contenido del guión, estableciendo posibles cambios estructurales y literarios.

Asimismo, se seguirá un análisis cualitativo de la expresión oral, como es encontrar el tono apropiado, ni alto ni bajo, con la voz clara y segura.

- Podemos añadir, a estos comentarios, algunas sugerencias más:
- Hacer pruebas previas para escoger el volumen de la voz, su velocidad y su tono.
- Hablar con ritmo equilibrado, modulando lentamente, pero sin llegar a arrastrar las palabras.
- Estudiar el elemento vocal más apropiado para los textos más significativos, utilizando todos los registros, desde los tonos más bajos a los más agudos.
- Acentuar las argumentaciones es primordial,

cuando los textos llevan una carga crítica o pretenden ser muy persuasivos, subrayándolos, para que los oyentes la comprendan y la recuerden.

- Utilizar siempre el magnetófono para efectuar estos ejercicios.

¿Cómo dar mayor Énfasis a un texto?

Finalmente, y para poder dar una mayor énfasis, o acento, a un determinado texto, situado en el momento culminante del programa, pueden ser útiles las siguientes opciones:

- Aumentar la velocidad del discurso, para llamar la atención.

- Disminuir o aumentar el volumen la voz, para destacar una frase.

- Repetir determinadas palabras clave, y deletrearlas, o ambas cosas.

- Ser sinceros y entusiastas, para conseguir la credibilidad del oyente.

LA PREPARACION DE UN PROGRAMA DE RADIO

ORGANIZACION INTERNA

¿Qué es una Emisora de Radio?

Se entiende por "emisora de radio" el lugar físico donde se encuentran instalados los diferentes equipos y personas que se responsabilizan de la producción, realización y emisión de programas radiofónicos.

Las emisoras de radio acostumbran a encontrarse en el núcleo de una ciudad, en especial lo que entendemos por estudio de producción y grabación, mientras que los equipos técnicos de emisión y las antenas están situadas en lugares más aislados, en el campo y, principalmente, en zonas más elevadas, para evitar obstáculos y facilitar la propagación de las ondas sonoras.

¿Qué Departamentos componen una emisora de radio?

Cada empresa, y las emisoras de radio también lo son, tiende a organizarse a su manera, y a desarrollar sus actividades de acuerdo con la envergadura de sus instalaciones y del personal que las utiliza.

En cualquier caso, por lo general, existen unas condiciones mínimas para que un equipo de especialistas, con material técnico apropiado, pueda organizarse en departamentos, como estructura necesaria para un correcto cumplimiento de las actividades radiofónicas.

Estos departamentos, que comentaremos a continuación, podrían ser:

- Dirección general.
- Departamento de Personal o recursos humanos.
- Departamento de Programas.
- Departamento de Emisiones.
- Departamento de Noticias (redacción).
- Departamento de Producción (estudios).
- Departamento de Publicidad o comercial.
- Departamento de Archivo o documentación (fonoteca).
- Departamento de marketing.
- Departamento de Relaciones Públicas.

¿Cuál es la responsabilidad de la Dirección general?

La "dirección general" de una emisora de radiodifusión constituye el núcleo central de su funcionamiento y es el "cerebro" de la estructura, de donde emanan las normativas y las órdenes de actuación de todos los demás departamentos.

Según la envergadura de la emisora, en el equipo directivo pueden participar responsables directos de cada uno de los departamentos especializados, formando un núcleo coordinador de las gestiones y trabajos que constituyen la base del funcionamiento de la empresa.

¿Cuál es la responsabilidad del departa-

mento de Personal?

Dependerá de la envergadura institucional de la empresa el que este departamento tenga una mayor o menor incidencia en su desenvolvimiento.

Un pequeño grupo, eficiente y profesional, puede mantener en buen funcionamiento una emisora local o regional, y en este caso, bastaría con muy pocas personas para dirigir el trabajo del equipo.

Por el contrario, en las grandes emisoras y en las cadenas nacionales, este departamento suele alcanzar grandes proporciones y su funcionamiento puede ser complejo, de acuerdo con el número de colaboradores y sus organigramas de funcionamiento.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Programas?

Es en este departamento donde se establece la política de producción y se confeccionan las diferentes programaciones de una emisora radiofónica.

Una vez establecido el horario de emisión, que puede variar desde las 24 horas del día a fragmentos horarios muy escogidos, según la envergadura de la emisora, la dirección del departamento decide los tiempos de duración de los programas a emitir, así como los contenidos artísticos y técnicos de los mismos.

Para una mayor eficacia de la labor de programación es preciso determinar, previamente, dos factores muy importantes, que marcarán el futuro desarrollo de una buena programación radiofónica.

Estos factores son: la decisión sobre el público en potencia, al que se van a destinar los programas (características, edad, nivel social, etc.) y la envergadura de los equipos, humanos y técnicos, que van a participar en la producción de estos programas.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Emisiones?

Un "departamento de emisiones" está

formado por dos partes bien diferenciadas, cuyas características vienen establecidas claramente: los medios humanos y los equipos técnicos o medios materiales.

Para poder producir y realizar los diferentes tipos de programas, que han sido decididos en el departamento de programación, se deberán utilizar unos materiales y equipos técnicos cuyos detalles ya hemos comentado con anterioridad (magnetófonos, líneas telefónicas, discos, cintas, estudios, unidades móviles, etc.).

Y, como es lógico, además se deberá contar con los elementos humanos imprescindibles para el buen funcionamiento de estos equipos: redactores, guionistas, locutores / presentadores, técnicos de control, ingenieros de sonido, etc.

También dependerán de este departamento las personas cuya especialización es el cuidado del buen funcionamiento de las diferentes instalaciones, ya sean las del centro de producción y realización de los programas, como los destinados en el centro emisor.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Informativos y noticias?

Dada la importancia que se concede, en las modernas emisoras de radio, al tema informativo, la existencia de una redacción muy activa y bien equipada, tanto de contactos con el exterior como de personal periodístico propio, es de vital importancia, si se quiere ser competitivo.

En este departamento se agruparán los profesionales de la información diaria, entre los que se encontrarán corresponsales, reporteros, redactores, etc. y cuyo trabajo irá distribuido entre los diferentes espacios de noticias de la emisora.

Para una más completa captación y seguimiento de las noticias, es imprescindible disponer, en este departamento, de una sección de archivo, que permita documentar y ampliar cualquier noticia de actualidad que llegue al departamento.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Producción?

En este departamento es donde tiene lugar la realización final de los programas y, por lo general, está situado en lo que podemos llamar los "estudios", en donde se realizan las emisiones en directo, o la previa grabación de los programas diferidos.

La clasificación de los diferentes estudios viene determinada por la envergadura de sus instalaciones, que estará de acuerdo con el tipo de programas a que van destinados.

Así, puede tratarse de "auditorios", cuando la realización y emisión de los programas se haga con la asistencia de público espectador, o se llamarán "Locutorios" cuando el equipo realizador sea más limitado.

También es posible la utilización de pequeños espacios, las llamadas "cabinas", en las que una única persona, un locutor que puede efectuar, al mismo tiempo, el trabajo de un técnico de sonido, lleva a cabo producciones de poca envergadura y limitada complejidad.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Marketing?

Realizar estudios de opinión pública, especialmente de las audiencias ya sean cuantitativos o cualitativos. En su defecto procesar información disponible de estudios realizados por empresas especializadas.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Relaciones Públicas?

Relacionarse con todos los medios de comunicación para proporcionar datos sobre la programación, cambios, innovaciones, etc...

Elaborar piezas publicitarias o campañas en forma autónoma o en conjunto con agencias publicitarias. Determinar auspicios o patrocinios a eventos en que la radio esté interesada.

¿En qué consiste un Estudio-Locutorio?

La composición de un estudio-locutorio parte de la existencia de una habitación de relativo tamaño, a la que se le ha añadido un tratamiento para mejorar su acústica, evitando to-

do ruido que llegue del exterior, así como toda reverberación sonora de sus paredes internas, en una de las cuales hay una ventana o "pecera", con doble cristal aislante.

Desde el interior de este estudio / locutorio, sentados alrededor de una mesa con micrófonos, los locutores y los personajes invitados, dan forma sonora a cada programa.

A través de interruptores de apertura y cierre de micrófonos, y con la colaboración de altavoces para seguir el sonido de la emisión, se mantiene el contacto directo con el exterior del locutorio, en especial con los técnicos de sonido y montados res musicales, instalados al otro lado de la ventana de doble cristal, en la llamada "sala de control" .

¿En qué consiste la Sala de Control?

Como ya hemos comentado, se llama "sala de control", al departamento instalado junto al locutorio o estudio, del que está aislado, pero en contacto visual y técnico, a través de la ventana de doble cristal aislante.

En el interior de esta habitación se encuentran instalados los diferentes aparatos que tendrán que utilizarse para hacer grabaciones, reproducirlas y mezclarlas con la música, ya sea en el estudio o en la misma sala de control.

Todo este material sonoro será enviado, en directo, o en cualquier otro momento, si se trabaja con pre-grabación, al centro emisor para que pueda llegar hasta los receptores de los oyentes.

En algunas emisoras, cuya envergadura de producción así lo requiere, se dispone de una sala de control central, o general, que distribuye, supervisa y comprueba la emisión a las ondas de la señal final de cada programa.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Publicidad o Comercial?

Este departamento comercial, que algunas veces suele incluir una sección de relaciones públicas, es el encargado de gestionar, en las emisoras comerciales, ya través de su equipo de promotores, la aportación financiera, contratando espacios publicitarios.

Los anunciantes patrocinadores, pueden hacer acto de presencia en determinados programas, con la publicidad de sus productos, utilizando las cuñas, los publirreportajes, los espacios patrocinados e, incluso, el patrocinio de programas completos.

Este soporte económico, a cambio de publicidad, se suele valorar de acuerdo con el tiempo de antena ocupado, el tipo de programa patrocinado y la hora o momento del día en que va a ser emitido, relacionándose siempre su coste con la audiencia efectiva.

¿Cuál es la responsabilidad del departamento de Archivo o documentación?

Este departamento, que tiene la estructura de una biblioteca, aunque el material archivado consiste en discos, CD, DVD, cintas grabadas u otros soportes técnicos, es un elemento documental muy importante para la preparación y producción de determinados programas, como pueden ser los informativos y los musicales.

Todos los espacios y programas producidos por la emisora serán conservados en esta fonoteca, ya que servirán de base documental para otras posibles producciones, almacenándose también las novedades discográficas, junto con todo tipo de efectos, ruidos ambientales y detalles sonoros que, en un momento determinado, pueden ser útiles para incorporar en un nuevo programa.

- FUENTES DOCUMENTALES Y TECNICAS RADIOFONICAS

¿Cómo empezar creativamente un Programa de Radio?

Hacer un programa radiofónico conlleva una serie de aportaciones, procedentes de distintos orígenes, que deben ser coordinadas y ensambladas por un profesional que sepa utilizar sus dotes creativas de acuerdo con los objetivos fijados en cada caso.

En realidad, cualquier tema, cualquier hecho real, puede ser la base de una producción radiofónica, no obstante, para poder elab-

orar un determinado programa I deben utilizarse diferentes técnicas, muchas veces interrelacionadas que, sinceramente, creemos que merecen

Entre estas técnicas, a las cuales tendremos que recurrir, con seguridad, muchas veces, destacaremos:

- El origen o fuente inicial de la información.
- Los criterios seguidos para la selección.
- El lenguaje radiofónico: el guión.
- El sonido: voz, música y efectos.
- La manipulación: montaje y edición.

¿Cuáles pueden ser las Fuentes de la información?

La llegada de una noticia al departamento de redacción de una emisora es la pieza clave que pone en funcionamiento todo el engranaje que debe culminar con la salida a las ondas de la información, tras su adaptación y conversión a las necesidades del soporte radiofónico.

Para evitar la emisión de noticias vacías de contenido, carentes de interés o, por defecto del tiempo, sin ninguna actualidad real, es necesario disponer de una amplia gama de fuentes de documentación que, según la envergadura de la emisora, varíaran en su cobertura, pero no dejarán de estar presentes, en mayor o menor escala, en cada caso.

La noticias de actualidad puede tener su origen en varias fuentes, que dependerán de otros factores secundarios para ser realmente efectivas.

He aquí la relación de las fuentes principales:

- Las fuentes propias.
Se trata de la posibilidad de utilizar periodistas e informadores de la propia emisora que, por sus relaciones, o por su experiencia, entran en contacto con el origen natural de la noticia, lo que permite disponer de datos de primera

mano, a la vez que, en algunos casos, puede representar una exclusiva informativa.

Como es lógico, dentro de la más pura ética profesional, se hace obligatorio, en cada caso, contrastar la autenticidad de la noticia, a través de otras fuentes documentales, para poder garantizar la veracidad de la información conseguida.

En el caso de contar con una redacción amplia y eficiente, será muy importante saber establecer previsiones sobre actos, sucesos o temas, planificando un seguimiento previo, que puede ser la base de un éxito espectacular.

En cualquier caso, los propios medios de documentación y archivo deben permitir a la redacción de la emisora ampliar su base informativa, mejorando y, en muchos casos, revalorizando, gracias al material sonoro conseguido, la información recibida, dándole una nueva configuración, gracias al fondo documental del propio archivo.

- Las fuentes ajenas.

En este apartado incluiremos las informaciones procedentes de otros medios de comunicación en los que los redactores deben saber extraer bases noticiables, para manipularlas convenientemente hasta darles un aspecto de originalidad, sin que esto represente un plagio o una copia, sino una forma de encontrar un nuevo enfoque de un tema ya conocido.

También las "oficinas de prensa" y las "agencias de noticias" serán un punto de partida para disponer de novedades informativas, aunque dada la falta de exclusividad de sus informaciones, el resultado dependerá de la calificación profesional de los redactores para que, tras un seguimiento detallado y continuado del suceso, se pueda con. seguir una información final que revalorice el mero comunicado original.

- Los enviados especiales.

Se trata de redactores propios especializados en la búsqueda de la noticia en su lugar de

origen y que, desplazándose rápida y esporádicamente, pueden conseguir desde la proximidad del suceso, una cobertura más eficaz, portadora de credibilidad y profundidad.

Dependerá del tipo de información a cubrir, el que sea posible prever su localización o instantaneidad, por lo que, estos redactores especialistas, acostumbran a trabajar recurriendo a sus propios medios de desplazamiento y gestión.

El éxito de una información conseguida a través de enviados especiales dependerá siempre del informador radiofónico, de su oportunismo y de su profesionalidad, por lo que la improvisación y el "saber estar" en el "lugar oportuno", en el "momento indicado", serán la base en la que radique el éxito final.

- Corresponsales locales.

Por último, también se acostumbra a disponer de determinados redactores locales, que actúan de informadores fijos, dada la gran cantidad de información que determinado lugar o zona genera normalmente.

En este caso, el corresponsal, una vez conocida la noticia y facilitada a la redacción central de la emisora, procura cubrir también su continuidad y desarrollo, lo que puede permitirle sacar una más amplia rentabilidad a la información, en forma de reportaje especial, crónica o entrevista.

¿Qué criterios de Selección se seguirán?

La actualidad informativa puede clasificarse por medio de una sencilla dicotomía que, por las características de cada posibilidad, merece un tratamiento especial y diferenciado.

Así, el origen de una información puede estar en una noticia, concreta y personalizada, o en un tema que, por indicios o por realidades, está en condiciones de convertirse en una serie de noticias.

Los diferentes enfoques que una selección plantea y que, además, se pueden subdividir, posteriormente, en varios subgrupos, son:

- La selección de una noticia determinada.
- La selección de un tema determinado.

Cada uno de estos casos y sus apéndices, los comentaremos a continuación.

¿Cómo planificar la selección de una Noticia?

La importancia de una noticia se mide por la capacidad que tiene de sorprender al oyente, de despertar interés y por las posibilidades de "exclusividad" en relación a otros medios informativos.

El oyente no quiere oír, en un boletín informativo, lo que ya sabe y, como mínimo, desea que le amplíen lo que ya tiene sabido, con una nueva información, diferente y tanto o más interesante que la original.

Claro que, una noticia puede ser analizada, comentada y comparada, pero esto será como utilizar un sucedáneo, cuando el oyente siempre quiere algo que sea genuino y original.

Para poder valorar una noticia determinada, el redactor jefe, o el periodista responsable de la búsqueda e investigación, tendrá como referencia un orden de valores, cuya importancia no puede ser inalterable y fija, y que su buen criterio tendrá que determinar y establecer, en cada caso.

Estos que siguen pueden ser unos buenos puntos de partida, para establecer el orden de valoración de una nueva noticia:

- 1) La Intuición profesional.
Se trata de la noticia nacida de la intuición profesional del redactor que, asociando una serie de actos, situaciones y rumores, llega a una conclusión oportuna y descubre el tema de la noticia con anterioridad a que lo haga su competencia.

En todo caso, dada la lógica dificultad de lle-

gar a estas conclusiones intuitivas de forma milagrosa, siempre será conveniente tener un amplio conocimiento de la materia, una formación cultural general y una inquietud que permita sospechar las posibilidades de un tema y sus posteriores repercusiones.

- 2) El Interés objetivo del tema.
Se tratará, en este caso, de las informaciones que, por su interés generalizado, no permiten ninguna duda sobre su prioridad en relación al resto de las noticias generadas a su alrededor: un atentado, la concesión del premio Nobel o la llegada del primer hombre a Marte.

- 3) El Interés temático de la información.
Nos referimos a informaciones que, por razones de relación o contradicción, se asocian a una actualidad indiscutible, y que por referencia con un tema principal, tiene un interés asegurado por parte de los oyentes

Podríamos poner como ejemplo: el levantamiento del embargo de armas a los contendientes de una guerra local, la aparición de un nuevo modelo de comunicación videográfica o, algo más cercano, la pérdida de la cosecha de uva a causa de un desastre meteorológico.

- El Interés local del tema.
Se trata de ese tipo de noticias que, a nivel general de un país o continente, no tiene ningún interés especial pero que, en una determinada localización geográfica, puede despertar fuerte conmoción y ser noticia de primera página.

Por ejemplo, un nuevo servicio de vigilancia local o la posibilidad de pasar a superior categoría de un equipo de fútbol local.

¿Cómo planificar la selección de un Tema?

La selección de un tema forma parte de una faceta de la programación que no precisa de la urgencia de decisión que acompaña a las informaciones diarias.

En cada caso, el profesional responsable de la programación de la emisora deberá seleccionar el tema, previo análisis y consultas, acompañando documentación y posibilidades de la propuesta, directamente relacionadas, tanto

con el tema mismo como con los medios a su alcance, para llevarlo a término correctamente.

Los criterios que deben primar en una decisión de esta clase se verán condicionados por los siguientes conceptos:

- Las necesidades de la programación existente.
- La petición de determinado sector de audiencia.
- La aportación cultural en determinado sector.
- La intuición profesional del programador.

A continuación entraremos a comentar en detalle cada una de estas cuatro posibilidades, así como las razones que justifican poner en antena un nuevo programa.

¿Cuándo es necesario cambiar una Programación?

Para poder disponer de una "parrilla" de programación que sea equilibrada y atractiva a la vez, es necesario disponer de una serie de espacios, con personalidad propia, que puedan llegar al más amplio número de oyentes.

Pero, dada la variedad de opiniones, de gustos, de sugerencias y de criterios que, con o sin razón, llegan hasta el teléfono de una emisora radiofónica, la decisión no siempre es lo fácil y rápida que se quisiera.

No obstante, siempre según los objetivos generales de la emisora, y de acuerdo con unos criterios preestablecidos, toda programación debe procurar incorporar el máximo de programas que permitan establecer un equilibrio artístico-cultural- recreativo.

El poder mantener la atención de los oyentes, considerando su diversidad social y cultural, obliga a los programadores a planificar proyectos de programas que sean coherentemente equilibrados en sus elementos base,

admitiendo que mantener una fórmula de "pureza" integral será siempre una utopía.

¿Cuándo es necesario atender peticiones de la Audiencia?

Partiendo siempre de la base que la dirección de programas de una emisora, de forma más o menos documentada, ya tiene establecida su "parrilla" de programación definitiva, recomendamos cierta flexibilidad ante las posibilidades de sugerencias procedentes de la propia audiencia.

Si una emisora de radio no es radicalmente "fórmula", es decir, no ha seleccionado a su público oyente de forma total y sectorial: sólo jóvenes, sólo tercera edad, sólo amas de casa, etc. se le debe suponer un amplio grado de receptividad a las demandas de sus oyentes.

Por lo que, si la insistente petición, por ejemplo, de un programa musical o de variedades, por determinado número de oyentes, puede dar más satisfacción que otro programa diferente, que ocupa una franja horaria importante, la dirección de programas no podrá hacer oídos sordos a la demanda, procediendo a la introducción en "parrilla" de lo que le piden sus oyentes.

¿Cuándo es necesaria una aportación Cultural Sectorial?

Hay determinados sectores de audiencia, realmente minoritarios, pero no por ello menos influyentes y creadores de opinión que, como en el caso de los oyentes de programas culturales, merecen ser tenidos en consideración.

La radio, en su programación diaria, no puede ser ajena a una obligación de transmitir temas culturales y didácticos.

Decidir una situación como la que comentamos será, de forma personal e intransferible, criterio del responsable de programación.

De todas maneras, esta necesidad de cumplir una responsabilidad de información cultural que, por otro lado, es tan amplia como variada (desde consejos para pintar al óleo, como asesoramiento para pagar los impuestos,

la gama es, prácticamente, inagotable), permite la utilización de técnicas de comunicación e información que, no forzosamente, deben ser monótonas y pesadas.

Saber imprimir agilidad y fácil comprensión a un tema cultural, aparentemente poco atractivo, será un reto a superar por los creativos de la emisora.

¿Cuándo es necesaria la Intuición profesional del programador?

Todo director de programas conoce las pequeñas referencias que, de manera más o menos directa, llegan a sus oídos y pueden orientarle sobre lo que interesa a la gente, sea o no sea oyente de su emisora.

Es a través de esos comentarios, debidamente contrastados, separando los deseos individuales de los intereses del público mayoritario, que el director de programas podrá echar mano de su "intuición" para tomar decisiones de cambio o de incorporación de nuevos programas.

La verdad está en la calle, reza una máxima periodística. Y lo que los oyentes quieren que sus receptores les ofrezcan también puede intuirse, sabiendo sintonizar con la actualidad.

¿Qué es necesario saber sobre el Lenguaje radiofónico?

Todo. Es la clave de la eficacia en la comunicación del medio con su público. No debe descuidarse ningún detalle. Lo óptimo en recursos técnicos y humano marcan la importancia .

¿Qué es necesario saber sobre el Sonido radiofónico?

Los tres elementos básicos que constituyen la base del sonido de un programa radiofónico son, como ya hemos comentado, la voz, la música y los efectos especiales.

En lo referente a la voz, al igual como ha ocurrido con el lenguaje radiofónico, le hemos dedicado una amplia información en un capítulo anterior que, lógicamente, ya habrá sido leído por nuestros lectores.

Vamos a comentar aquí las particularidades técnicas que la incorporación de música y efectos supone en la producción, realización y emisión de un programa radiofónico.

Empezaremos con la música y sus posibilidades.

- La música, elemento ambiental.

Como forma de sonido, la música es uno de los tres elementos que colaboran a dar ambiente y personalidad a un programa radiofónico.

Dentro de lo que hemos llamado "lenguaje radiofónico", la música disfruta de un posicionamiento propio y destacado, utilizando una serie de nomenclaturas y códigos de comunicación que según se combinen y mezclen con la voz y los efectos, puede tener una lectura e interpretación variable.

Pero, en esta continuada presencia dentro del sonido radiofónico, la música puede adoptar dos aplicaciones muy diferentes, y a la vez algo antagónicas, que merecen ser estudiadas con atención.

Así, la música puede ser:

- Un elemento protagonista del programa.

Se trata de posicionar la retransmisión de una pieza musical, de un conjunto de grabaciones o de una retransmisión en directo de un concierto, como eje central e indiscutible del contenido de un programa.

Esta fue una fórmula radiofónica que, desde los orígenes del medio, tuvo una muy amplia aceptación general, creando incluso unos hábitos especiales entre los oyentes, que acomodaban su vida privada a la audiencia, en solitario, o en grupos, de determinados conciertos, rodeándose en su propio hogar de un ceremonial específico y sofisticado.

Concretamente, este protagonismo de la música queda bien explicado desde el concepto de un programa eminentemente musical, basado en una retransmisión de un concierto desde el exterior, de una actuación en el pro-

pio estudio o de la utilización de discos y grabaciones, formando una recreación interpretativa que aporte originalidad al diseño del programa.

- Un elemento complementario del montaje. En este caso, la música constituye un apoyo de la voz, es un añadido a una narración, a unos diálogos o a unos comentarios, a los que se une indisolublemente, formando un todo, que por su característica principal podríamos considerar como una decoración, una ambientación o un envoltorio estético.

En esta presencia complementaria, la música también adopta, en formato temporal más reducido, el carácter de un pequeño mensaje conceptual que aporta un enlace literario, refuerza una acción determinada, sugiere una separación entre temas, y cumple una función similar a los signos gramaticales del texto: comas, punto y aparte, dos puntos, puntos y comas, signos de admiración, etc. crean una continuidad reflexiva en el contenido de un programa.

Estos fragmentos musicales, por su duración, características y aplicación, tienen diferentes denominaciones.

Son las siguientes:

- Indicativos de emisora o programa.
- Fondos musicales para programas.
- Sintonías.
- Recurso o puente.
- Ráfagas musicales.
- Telón musical.

¿A qué se llama Indicativos de emisora o programa?

Se les da esta denominación a una serie de acordes musicales, basados en versiones distintas de un determinado fragmento de una melodía, por lo general muy conocida, que sir-

ve para recordar al oyente la emisora que está sintonizando, así como, en algunos casos, un determinado programa.

Como hemos dicho, pueden ser breves sonidos, acordes repetidos en momentos oportunos, incluso pueden usarse cuando se trata de determinadas interrupciones debidas a fallos técnicos, con lo que se consigue señalar la presencia viva de la emisora o de un programa, a pesar de la interrupción temporal.

¿A qué se llama Fondos musicales para programas?

Cuando el contenido literario de un programa, ya sea descriptivo o meramente informativo, puede tener excesiva duración, y es imposible reducirlo, como por ejemplo, la retransmisión de una boda real, se impone la inclusión de una base musical, con un volumen moderado de sonido, a modo de colchón ambiental, que no interfiera sobre la voz que describe las imágenes.

Un fondo musical también puede servir para dar intensidad a la interpretación de una escena, en un programa dramático, siempre que su contenido melódico esté en sintonía con el ambiente.

La utilización de fondos musicales, para advertir de la proximidad de una noticia o información destacada, exige la utilización de ráfagas sincopadas o música muy vibrante.

Por el contrario, una música discreta, suave y sin percusión, que no incluya una voz cantante, servirá para cubrir la posible monotonía de un largo discurso.

¿A qué se llaman Sintonías?

Una sintonía musical, al ser incluida en un programa, tiene una misión muy destacada e individualizadora: ser la cabecera, la portada, el inicio esperado del espacio.

Es una forma directa de llamar la atención sobre determinado programa, por lo que será muy importante que la sintonía reúna unas características relacionadas con el contenido de lo que se va a radiar a continuación,

para que su fuerza de atención se potencie.

La sintonía debe servir para despertar el interés hacia lo que va a empezar y, muchas veces, cuando es muy conocida y reconocida, no precisa acompañamiento de texto.

En la mayoría de los casos, la sintonía formará parte de un conjunto sonoro, previamente grabado, y que resume las posibilidades comunicativas del programa al que pertenece.

Aunque hemos hablado de cabecera y portada, los compases de la sintonía, con o sin modificación, suelen servir también para poner fin al programa y, en muchos casos, como ráfaga de continuidad, entre las diferentes secciones del mismo programa.

¿A qué se llama Recurso o puente?

En toda emisora radiofónica, en su control técnico, existen grabaciones musicales previstas para cubrir cualquier ruptura de continuidad de la transmisión, que puede llegar producirse por varios motivos, la mayor parte de ellos, de tipo técnico.

Algunas veces, a causa de cambios de última hora, o al necesario ajuste después de retransmisiones en directo, se recurre a un recurso musical o puente, que llena el espacio vacío de forma correcta, siempre que su duración no sea excesiva.

Siempre es una fórmula más agradecida y soportable que lanzar una larga parrafada, dando o no explicaciones, que puede producir rechazo por parte de los oyentes.

¿A qué se llaman Ráfagas musicales?

Una ráfaga musical es un espacio sonoro muy breve que tiene por misión establecer una separación prudencial entre dos informaciones o noticias.

Puede utilizarse de varias maneras, según su situación en un programa, su formato y su duración.

Este efecto musical tiene una misión muy concreta, similar a determinadas señali-

zaciones cinematográficas o, lo que está más claro, a los signos de puntuación utilizados en la escritura.

Si es muy breve, significara que existe relación entre dos temas, pero que hay que interpretarlos por separado, por lo que será como un punto y seguido.

Si es tan breve que queda reducida a dos o tres notas, puede significar un signo de atención, que sirva para realzar una frase o un texto determinado.

¿A qué se llama Telón musical?

Puede considerarse el telón musical como la parte opuesta a la sintonía, es decir, que se utiliza como cierre definitivo de un programa determinado.

Tal vez sea en los programas dramáticos, en los finales de capítulo, donde el efecto musical del telón es más característico, llegando incluso a incorporar compases referidos a la melodía contenida en la sintonía inicial.

Esta posibilidad musical puede quedar muy justificada, cuando se utiliza la misma melodía que ha llevado incorporada la última escena, destacándola a primer plano durante breves segundos, terminándola con un efecto de fundido lento.

¿A qué se llaman Efectos especiales?

Son todos aquellos sonidos que, al margen de la música y las palabras, ayudan al oyente a hacerse cargo del contenido general de un programa, a situarse en el lugar donde se desarrolla una acción, despertando sensaciones y peligros, creando una ambientación complementaria, destinada a producir los resultados más variados e inesperados.

Las técnicas empleadas para conseguir estos efectos, inicialmente fueron muy artesanales y se basaban en la manipulación de determinados objetos, llevada a cabo por especialistas profesionales.

Aunque, en la actualidad, se siguen creando efectos especiales muy específicos, a base de las viejas técnicas, gracias a los actuales avances tecnológicos, lo más corriente es utilizar la gran cantidad de discos y grabaciones existentes, que permiten agilizar la labor del especialista, con la seguridad de obtener un resultado satisfactorio.

Este tipo de sonidos tienen una utilización casi exclusiva en la grabación de obras dramáticas y radionovelas seriadas, en las que se ha conseguido convincentes resultados con los efectos especiales.

Lo más interesante de la grabación de estos sonidos consiste en la gran diferencia que existe entre la grabación del sonido real, comparándolo con el sonido resultante de una grabación hecha con objetos diversos en el estudio.

"La grabación del sonido real, al pasar a través del micrófono, dista mucho de parecerse a la realidad, y por el contrario, sorprendentemente, si que ofrece ese parecido a la grabación de confección artesanal.

Las modernas técnicas al servicio de la grabación electromagnética permiten manipular los sonidos originales, consiguiendo nuevos efectos especiales a los que se les han aplicado variantes, cuyos resultados es la consecución de efectos de resonancia, eco, diferenciación de texturas, así como el filtraje de sonidos, para conseguir efectos distorsionantes de la voz, entre otros.

Acompañamos una breve relación de los efectos más habituales y la forma de conseguirlos por medio de manipulaciones artesanales, para que el lector pueda experimentar personalmente, comprobando los resultados casi mágicos que pueden obtenerse.

¿Qué es necesario saber sobre la Edición y el Montaje?

Se denomina "edición" al proceso seguido con diferentes materiales previamente grabados, en distintas cintas, que se clasifican, miden, cortan y se - ordenan de nuevo, for-

mando un contenido basado en un guión determinado, diferente al sentido original de la grabación.

El posterior proceso de regrabación y mezcla de todo el material, en una nueva cinta dispuesta para la emisión, recibe el nombre de "montaje".

Es durante el montaje final, en el momento de preparar la mezcla definitiva, cuando se introduce el montaje musical y de efectos, cuyos pormenores ya hemos comentado en las páginas anteriores.

Aunque parece que el espíritu original del concepto radiofónico está regido por la realización en directo de los programas, los avances electrónicos permiten, en la actualidad, una amplia gama de posibilidades creativas, si el profesional sabe utilizar los elementos que la técnica a puesto a su alcance.

Incluso en los programas informativos, siempre pendientes de la inmediatez de la noticia, se utilizan estas modernas fórmulas de edición y montaje, para conseguir una comunicación más ordenada y estructurada, de acuerdo con la información cuyo impacto se pretende potenciar.

Es precisamente en este momento de la elaboración de un programa, cuando se intenta coordinar todos los elementos disponibles para aportar creatividad al conjunto, cuando se demuestra la necesidad de disponer, originariamente, de un guión detallado y concreto.

El editor y montador de programas radiofónicos no puede trabajar de forma eficiente si no ha recibido una copia de este guión, sobre la que puede aportar, además de los efectos especiales y músicas previstas, nuevas ideas en bien del resultado final.

LA REALIZACION DE UN PROGRAMA DE RADIO

¿Cómo podemos Realizar un programa radiofónico?

Encontrar esta respuesta es un problema que cada profesional, o quien pretenda serio, debe intentar solucionar a su manera.

No obstante, existen determinados caminos o procedimientos para poder, cuando menos, intentar llevar a la realidad este proyecto.

He aquí algunas recomendaciones:

- Prepararse de la manera más completa posible para iniciar el intento.

(Asistir a cursos especializados, escuchar muchos programas de radio, buscar recomendaciones para tener la posibilidad de poder asistir, como espectador, a la realización de programas radiofónicos, etc.)

- Visitar las emisoras más cercanas a nuestra residencia, aunque sean muy sencillas y experimentales, para conseguir que nuestra presencia sea autorizada durante las horas de producción y emisión.

- Escribir, sobre el papel, o bien grabarlos en un magnetófono casero, a modo de "maqueta", nuestros primeros guiones, defectuosos tal vez, pero pueden servirnos para desarrollar futuras ideas.

- Buscar a otras personas, con ilusiones y proyectos similares a los nuestros, para cambiar impresiones, confrontar ideas y unir esfuerzos, para encontrar una posible salida a nuestros aficiones.

- Superar cualquier estado de desánimo. Siempre será posible, si insistimos y nos lo proponemos de corazón, encontrar una pequeña rendija que nos permita intentar iniciar nuestro futuro profesional en la radio.

¿Cuál ha de ser la capacidad creativa del Hombre de Radio?

Intentar detallar como ha de ser el perfil definitivo de una persona creativa, que desee convertirse en un profesional de los programas radiofónicos no es fácil.

y cada uno de nosotros debe poder valorarse a si mismo, ya sea por comparación o por convicción.

Como orientación destacaremos que toda persona creativa, que quiera dedicarse a la radio, debe tener unas características sociológicas e intelectuales muy similares a las siguientes:

- se interesará por todo, sean personas, cosas, conceptos o hechos.

- siempre destilará buen sentido del humor en el concepto más amplio.

- destacará por su imaginación despierta y su viveza vital en cualquier situación.

- participará en temas muy variados: literatura, arte, política, ciencia, etc.

- no se conformará con lo que la realidad aparenta y buscará nuevas perspectivas.

- aparentará ciertos resabios infantiles, y se preguntará siempre el por qué de todas las cosas.

- procurará escuchar a los demás e interesarse por sus problemas.

- trabajará en lo que le gusta, con gran entusiasmo.

- sabrá ser persuasivo.

- buscará las soluciones a partir de la base, del interior del problema.

- prescindirá de toda forma estereotipada y buscará la autenticidad total.

¿Existen reglas para tener Creatividad?

En efecto, existe algo parecido a unas reglas, por lo que recomendamos no aceptar la tan conocida dicotomía sobre la existencia de personas creativas y personas no creativas y, mucho menos, en el caso que nos ocupa, como es la creación de programas radiofónicos.

Es posible, en la mayoría de los casos, llegar a ser creativo, en el momento de pensar en una nueva idea para un programa, si se observan y practican los siguientes planteamientos de trabajo:

- 1 - Buscar el funcionalismo de las ideas.
- 2 - Dar libertad a nuestros pensamientos.
- 3 - Ignorar toda posibilidad de ridículo.
- 4 - No poner límites a nuestras hipótesis de trabajo.
- 5 - Situar cada problema en su contexto originario.
- 6 - Hacer predicciones sobre el futuro del problema.

Para ser creativo, concretamente, en la profesión de la Radio, hay que buscar las claves de todo problema, como si investigáramos un crimen y esto se consigue analizando las diferentes razones, eliminando las equivocadas, descubriendo nuevas asociaciones, hasta concretar en una idea la hipótesis más inteligente y significativa.

¿Quién se encarga de buscar Ideas para programas?

Parece lógico que, desde el primer momento, la búsqueda de una idea para un nuevo programa puede ser una misión a desempeñar por los elementos que constituyen el equipo del departamento de programas de la propia emisora.

No obstante, puede darse el caso que, por política empresarial concreta, que desea abrirse a nuevas ofertas, o por la saturada capacidad creativa de los elementos colaboradores habituales, se tenga que recurrir a aportaciones externas.

En cualquiera de los casos, será siempre el responsable del departamento de programas de la emisora la persona más directa-

mente vinculada a cualquier propuesta novedosa que pueda presentarse.

¿Cómo buscar una Idea para un programa de radio?

Existen varias formas de iniciarse en la búsqueda de una idea, cualquiera que sea su destino final pero, aquí y ahora, nos interesa hablar de como encontrar ideas con posibilidades de convertirse en un programa de radio.

Este es nuestro consejo, muy simple pero efectivo, nacido de la experiencia:

"Téngase siempre a mano papel y lápiz y, de manera informal, pensando en las posibilidades del programa o espacio que queremos crear, tracemos sobre la superficie limpia del papel: palabras, frases, situaciones, conceptos, personajes etc., sin propósito determinado, de forma caprichosa, aunque lo que se escriba parezca fantástico y sin sentido alguno por el momento."

De esta serie de palabras y frases, más o menos inconscientes, que parecen no tener ningún Sentido determinado, puede salir la base de una consistente idea.

Incluso partiendo de lo que, a primera vista, puede parecer un gran disparate.

¿Cómo saber si una Idea para radio es creativa?

Cualquier idea radiofónica que se le haya ocurrido a un creativo que conozca el medio radio, será efectiva y de éxito cuando haya impresionado inicialmente a su propio creador.

Únicamente es posible despertar la atención de los demás con una nueva idea radiofónica cuando el mismo autor, o autores, se han sentido impresionados en el momento de su concepción.

Los sentimientos son el motor que mueve a la comunicación radiofónica: lo atractivo y lo feo, lo bueno y lo malo, lo agradable y lo desagradable, lo grande y lo pequeño, lo su-

blime y lo ridículo, lo seguro y lo peligroso... son estos sentimientos los que despertarán en el público oyente reacciones determinadas y se formarán en su mente las ideas que pretendemos hacerles llegar con nuestro futuro programa de radio. Una idea para la radio será creativa cuando destaque fácilmente de las demás, cuando sea sencilla y agradable de oír y escuchar y, al mismo tiempo, se entienda fácilmente.

¿Cómo ha de ser un programa, a partir de una idea creativa?

Un programa de radio, para que sea creativo, debe tener tal fuerza expresiva en sí mismo que su potencia descriptiva sea suficiente para expresar, sin necesidad de ningún otro complemento (gráfico, literario, musical, etc.) su contenido.

Así, pues, un programa creativo debe ser comprendido claramente y fijarse, en las mentes de los oyentes, de forma instantánea,

No obstante, un programa puede ser excelente en su concepción pero, si se expresa de forma confusa, compleja, torpe o indefinida, se hace muy difícil de entender y pierde toda su fuerza original.

¿Cómo se tiene que Desarrollar un programa?

Es posible que, en algunos casos, el nacimiento de un nuevo programa se desarrolle de forma espontánea, pero nos permitimos asegurar que:

todo programa nace de algo, de un concepto, de una sensación, de un sentimiento y, poco a poco, en la mente de su creador, irá tomando cuerpo de una forma aparentemente inesperada.

Pero, recuérdelo el lector, es imposible que nada nazca de la nada.

La mayor parte de los programas son el fruto de un proceso más o menos elaborado,

de un enfrentamiento entre la realidad y una idealización de la misma, o bien, se originan en una situación o problema basado en la necesidad.

Así, recuerde también el lector que unos programas llevan a otros.

Por lo que, para que un nuevo programa pueda ser aceptado, previamente se precisa un estudio a fondo de los elementos que van a intervenir en él: desde el contenido literario y musical hasta los medios humanos y técnicos que serán necesarios para su producción; así como los horarios de antena, la cobertura, la duración, la periodicidad, etc.

En cualquier caso, una vez seleccionada la idea, el próximo paso será dejar constancia, por escrito, de lo que deberá llegar a ser el futuro programa piloto.

¿Cuándo se empieza la Redacción del guión?

Superados los prolegómenos de la idea, y aceptada las líneas generales del programa, los guionistas y redactores, deberán dar contenido al proyecto inicial redactando una sinopsis previa.

Todas las colaboraciones deberán ser bien recibidas siendo diferentes si se trata de un programa informativo (periodistas) o se trata de un programa dramático (guionistas, músicos, creadores de "gags", etc.)

Recordemos la definición de un guión radiofónico: "Es el desarrollo extenso de un argumento, destinado a convertirse en una historia, incluyendo la expresión escrita, detallada y ordenada, de "todos" los elementos que habrán de ser transformados en sonidos, en el transcurso de la producción, grabación y emisión de un programa radiofónico."

Como ya hemos indicado anteriormente, en el guión está el mensaje que vamos a emitir, en forma de soporte literario.

Insistimos también sobre la particulari-

dad de que todo guión debe llevar en su estructura dos bases informativas: el contenido literario que, en forma de voces y sonidos, llegará al oyente, y la forma técnica, o código de producción, que debe ser comprendido y utilizado por los colaboradores técnicos y artísticos que intervengan en la producción.

Los guiones radiofónicos pueden clasificarse en dos apartados muy característicos, según se destinen a:

- programas informativos
- programas dramáticos y de contenido variado.

¿Cómo se concreta la Creación de un guión para informativos?

Recordemos que un programa informativo es el que basa su contenido en las noticias que nos llegan de las agencias, de los teletipos, del teléfono, de los corresponsales, de la información extraoficial, de nuestro archivo documental, etc. y que, previo planteamiento global con la dirección y el equipo, se debe convertir en un guión previo, con más o menos posibilidades para sufrir modificación sobre la marcha.

Nunca podrá disponerse, en cada emisión de un programa de noticias, de una estructura definitiva, ya que a medida que se acerca el momento de salir en antena, las noticias se amplían o cambian, llegan nuevas entrevistas y declaraciones, pasan a destacar nuevas prioridades y no se da a los temas, hasta en el último momento, el orden de prelación que merecen, según la importancia que el consejo de redacción establece definitivamente.

¿Cómo se concreta la Creación de un guión para dramáticos o variedades?

Todos los programas que no precisan de una imprescindible inmediatez con la actualidad, pueden ser preparados con mucha más calma, por lo que, dada sus posibilidades de disponer un más amplio tiempo de preparación, la redacción del guión puede ser más

distendida y cuidada antes de llegar a ser definitiva.

He aquí algunas de las ventajas que pueden disponer los guionistas y demás colaboradores de estos programas:

- pueden crear situaciones y diálogos de forma metódica, siguiendo las exigencias de una producción que no se ve forzada por la inminencia de su emisión.
- pueden seleccionar las músicas, hacer prueba de tiempo y de calidad, escribir los comentarios correspondientes con amplio conocimiento de causa.
- pueden analizar los temas culturales, documentarse ampliamente, valorar y conseguir que los textos a emplear sean los más asequibles y amenos posibles.
- pueden buscar nuevas ideas para concursos, y para juegos y pasatiempos, así como establecer una competitiva búsqueda hasta conseguir los "gags" y efectos de humor y distracción, que puedan ser más apreciados por los oyentes.

¿Cómo tiene lugar la Preparación de la producción?

Mientras se ha ido redactando y puliendo la base del guión, en cualquiera de las dos posibilidades de producción anteriormente citadas, el equipo de productores asignados al programa se habrán puesto en acción, seleccionando los equipos humanos necesarios para su puesta en marcha, así como la determinación de los medios técnicos que deberán ser utilizados,

Esta colaboración entre los equipos de producción y los de creación y redacción del guión, deberá existir, si es posible, desde el primer momento en que se disponga de una sinopsis o avance del contenido, para no tener sorpresas desagradables que, por determinadas ignorancias, podrían aparecer en el momento de llegar a la realización definitiva.

¿Por qué son necesarios los Ensayos pre-

vios?

La posibilidad de hacer unas pruebas o ensayos previos, para poder hacer previsiones sobre como irá desarrollándose el nuevo programa, será un objetivo de vital importancia, dado que, aún en el caso aparentemente más sencillo de referirnos a un programa informativo, la sincronización de los diferentes equipos, con la oportuna aportación de los medios técnicos, no puede dejarse al azar.

Hay que comprobar los enlaces radioeléctricos, las unidades móviles, el material de las salas de control y estudio, las grabaciones previas, las sintonías, etc.

Si se trata de un programa dramático, no hace falta insistir que, decididamente, los ensayos y las pruebas previas serán de una gran ayuda para tomar una serie de decisiones y reajustes, imprescindibles para conseguir un brillante resultado final de la producción.

Así, la elección de los actores, será un punto importante en el que la decisión final vendrá condicionada por las citadas pruebas de selección. Y una vez repartidos los contenidos del guión, también servirán los ensayos para, a la vez que se ajustan textos, poder contar con la redacción de un guión técnico definitivo, en el que habrá intervenido el montador musical y de efectos.

Esta relación íntimamente coordinada entre realizador, director artístico y montador debe dar, como resultado, la definitiva coordinación de los tantas veces citados elementos básicos de la radio: texto, música y efectos.

¿Cuál es la importancia del Guión Técnico?

Después de las pruebas, cuando ya tengamos a punto, tanto el equipo humano como el material técnico, y hayan sido hechos los ajustes de texto, la selección definitiva de los ambientes musicales, y la coordinación de todos los elementos del programa, tendremos en las manos algo muy preciado e insustitui-

ble: el guión técnico.

Cuando la mayoría de dudas ya estén disipadas, cuando el grado de creatividad está llegando a su máxima cota y cuando, definitivamente, los responsables de programación den la luz verde al proyecto, en ese preciso momento, el programa se pondrá en marcha.

¿Cómo se establece la Grabación del programa?

Todo programa, como es bien sabido, tiene cuatro formas de realizarse y emitirse:

- en directo, desde el estudio,
- en directo, desde el exterior,
- de forma mixta, estudio / exterior,
- o bien a partir de una grabación previa de su contenido.

En los tres primeros casos, que acostumbra a ser la característica que distingue a los programas informativos, la producción y emisión se desarrolla siguiendo un mismo tiempo cronológico, paralelo e inseparable que, en teoría profesional, no permiten margen alguno al posible error.

En el segundo caso, las posibilidades que la grabación previa permiten son muy amplias y de resultados interesantes: se pueden hacer cortes y cambios en las grabaciones; se pueden realizar fragmentos de grabaciones, completamente independientes, de los textos y sus ambientes, para una posterior mezcla; es posible subsanar errores y añadir detalles que refuercen el contenido del programa, intercalar locutores, etc.

Al final de este proceso, laborioso pero emocionante, tendremos en nuestras manos el programa "piloto", basado en aquella idea que se nos ocurrió algunos días antes, y que, solo el esfuerzo continuado, y la colaboración entusiasta de un grupo de técnicos y artistas, ha permitido convertir en una realidad.

¿Es necesaria, tal vez, una dosis de Improvisación?

No queremos pasar por alto, y esto lo saben los profesionales del medio, la perentoriedad con que algunos programas llegan a salir al aire, debido a causas muy diversas, entre ellas, las exigencias de los oyentes o, también, las demandas de los anunciantes, que no pueden esperar el mínimo de tiempo necesario para conseguir un resultado óptimo.

Por otro lado, debe aceptarse que lo que ha dado en llamarse la "verdad" del directo, no se puede negar, que llega a los oyentes de una forma mucho más espontánea y viva, contra lo que ocurre con los programas pregrabados, que pueden pecar de notable exceso de manipulación.

No obstante, está demostrado que, si se parte de un minucioso planteamiento de una producción sobre el papel, y se sigue, lo más ajustada posible, esta planificación, existen unas grandes probabilidades de que el resultado sea de una calidad garantizada.

A modo de despedida

MENSAJE A MICROFONO ABIERTO...

Cuando estamos terminando este breve análisis sobre lo que puede y debe ser la creación radiofónica, no vamos a pretender descubrir los grandes servicios que la Radio ha prestado a sus oyentes, ya sea como fuente de información, o bien como medio de distracción y ocio y, en muchos casos, como medio divulgador de cultura, que la consigue llevar a toda clase de mentalidades y niveles sociales.

Cómo has tenido contactos con la creatividad radiofónica descubrirás que, posiblemente, sus anteriores realizaciones no estaban tan mal como suponía...o también como tu creías... ¡Empiece desde ahora mismo!

TABLA DE EFECTOS SONOROS MAS COMUNES Y TECNICA ARTESANAL PARA CONSEGUIRLOS.

Efecto de nadar, remar o deslizarse sobre el agua. GOLPES SUAVES EN UNA TINAJA LLENA
UNA AGUA.

Efecto de tormenta eléctrica con truenos. AGITAR UNA GRAN LAMINA
METALICA, HACIENDOLA VIBRAR.

Efecto de tormenta y lluvia torrencial. DESLIZAR PERDIGONES POR EL INTERIOR DE UNA
SUPERFICIE CIRCULAR.

Efecto de lluvia generalizada y monótona. CONTINUADA CAIDA DE GRANOS DE MAIZ SOBRE
UN PAPEL.

Efecto de vehículo frenando y rotura de cristales. ROCE VIOLENTO DE UN METAL CONTRA UN
CRISTAL Y CAIDA DE TROZOS DE METAL.

Efecto de vehículo frenando y rotura de cristales. ROCE VIOLENTO DE UN METAL
CONTRA UN CRISTAL Y CAIDA DE TROZOS DE METAL.

Efecto de vehículo chocando
aparatosamente.

TROZOS DE METAL, DE REGULAR
TAMAÑO, ESTRELLANDOSE
CONTRA EL SUELO.

Efecto de cascos de caballo
a distintas velocidades.
DOS COCOS VACIOS,

GOLPEANDO ENTRE SI,
CON DIFERENTES RITMOS.

Efecto de fuego, cambiando
Intensidad y fuerza.
PEDAZOS DE PAPEL DE CELOFANA,
ARRUGANDOLOS CON DISTINTO
GRADO DE VIOLENCIA.

Efecto de pasos sobre
Diferentes superficies lisas.
ANDAR LLEVANDO CALZADO
CON SUELAS DE CALIDADES
DIFERENTES.

Efecto de pasos sobre superficies de tierra o piedras.
ANDAR SOBRE SUPERFICIES LLENAS DE PIEDRAS O ARENA.

Efecto de disparos de armas de fuego. GOLPEAR SOBRE UNA MESA, CON UNA REGLA PLANA DE MADERA.

Efecto de pelea, con mayor o menor brusquedad. GOLPEAR CON LOS PUÑOS CONTRA UNA ALMOHADA, CON IMPACTOS SECOS.

Efecto de gorgoritos de pájaros entre la maleza. FROTAR UN CORCHO HUMEDO, CONTRA EL LATERAL DE UNA BOTELLA.

FRAGMENTO DE UN PROTOTIPO PARA UN GUION DRAMATICO

CONTROL.

(SINTONIA y CARETA DE ENTRADA Primer plano y funde al final.

LOCUTORA."La verdad está en tus ojos" - Capítulo tercero.

CONTROL.

(Primer plano, funde CON UNA MUSICA MUY DIVERTIDA, CASI INFANTIL, QUE PASA A primer plano, y funde, suavemente A VOCES INFANTILES QUE SE PELEAN, EN UN AMBIENTE AL AIRE LIBRE, CON REFERENCIAS DE COCHES Y PAJAROS, EN UN JARDIN PUBLICO).

MADRE.

(GRITANDO MUY ENFADADA, ALGO ALEJADA Y ACERCANDOSE HASTA primer plano)
¡Manolito! ¡Manolito, ven aquí! ¿Me oyes? ¡Ven aquí, Manolito!

MANOLITO.

(DESDE LEJOS Y ACERCANDOSE A plano medio)
¡Ya voy, mamá... ya voy! ¿Qué pasa? ¿No puedo jugar a pelota?

CONTROL.

(RUIDO AMBIENTE QUE SE ALEJA, MIENTRAS SE ACERCA EFECTO PASOS SOBRE TIERRA).

MADRE.

(ESTA YA EN primer plano Y RESPIRA MUY AGITADA. VOZ ALTERADA).
¡No quiero que te mezcles en peleas callejeras! ¿Me oyes? Y menos con esos niños tan mal educados...

MANOLITO.

(TAMBIEN EN primer plano. JADEA Y PARECE ENFADADO)
¡Pero mamá...! Nunca me dejas hacer nada... ¡Quiero jugar con esos niños!

MADRE.

(EN UN TONO MUY SECO, ENTRE IRRITADO Y DECIDIDO)
¡Tu no tienes que jugar con esos golfos, que no tienen educación ni modales!

CONTROL.

(PASOS Y VOCES INFANTILES QUE SE ACERCAN. RISAS DESCARADAS ENTRECORTADAS)

NIÑO 1.

(CON VOZ BURLONA, ACERCANDOSE A primer plano)
¡Pobre Manolito, se va a estropear el traje si juega con nosotros!

CONTROL.

(RISAS GENERALIZADAS
NIÑOS en primer plano).

DE VARIOS

MADRE.

(CON VOZ ENTRECORTADA POR LA IRA, GRITANDO)
¡Grosero! ¡Márchate y deja tranquilo a mi hijo!

NIÑO 2.

(PARODIANDO LA VOZ DE LA MADRE, PERO MAS RIDICULO TODAVIA)
¡Oh, si , claro... deja tranquilo a mi hijo que es de mantequilla!

CONTROL.-

(RISAS Y GRITOS DE VARIOS NIÑOS,
HASTA CASI LLEGAR AL ESCANDALO)

MADRE.

(MUY ENFADADA. CASI TARTAMUDEANDO) ¡Fuera de aquí! ¡Marcharas o llamaré a un guardia!

MANOLITO.

¡Mamá! Tengo miedo... quieren quitarme la pelota!

CONTROL.

(GRITOS DE NIÑOS, SOBRESALIENDO LAS
DOS VOCES DE NIÑO 1 Y 2)

NIÑOS 1 Y 2 .

(CANTANDO Y PICANDO DE MANOS) ¡ Que venga un guardia... que venga un guardia... que
venga un guardia!

CONTROL.

(SUENA EL SILBIDO DE UN VIGILANTE MUNICIPAL, en plano muy lejano).