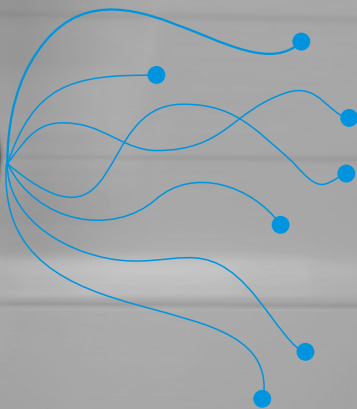


la radio

la magia de la radio



Comunicación Social Periodismo

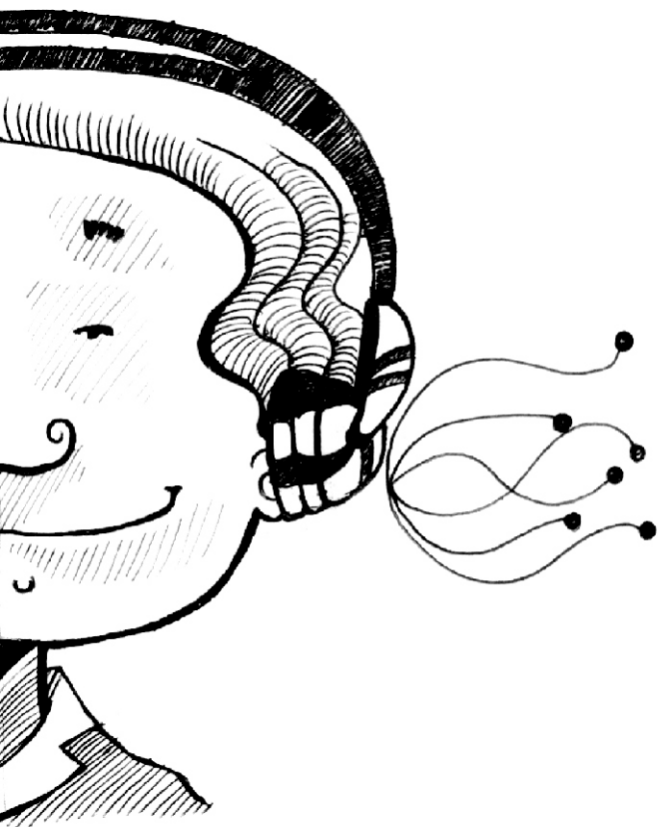
Flora del Pilar Fernández

Comunicadora Social - Peridista

Docente

Universidad Pontificia Bolivariana

Montería



la **radio**
la magia de la radio

HISTORIA DE LA RADIO



Unidad 1

Historia de la radio

La Radio en el Mundo

Todo lo que rodea la naturaleza está saturado de electricidad y ondas. Partículas invisibles de energía que se entrelazan e invaden el éter como anónimos seres del espacio y viajan para cumplir diversidad de misiones en torno a la tierra. Resulta difícil imaginar lo que sería la vida humana sin los medios electrónicos de comunicación, y pensar que en realidad el hombre nació entre ondas, pero no nació con la radio. La radio tiene como su más remoto antecedente la electricidad que desde la antigüedad griega hasta el siglo XVIII maravilló al mundo científico.

La historia nos enseña que el hombre, desde la segunda mitad del siglo XIX rompe con las barreras tradicionales de convivencia. Aprende que todos los seres humanos son iguales. Se conforma un nuevo escenario en lo físico y en lo moral y se crea un nuevo mundo bajo tres principios fundamentales: la democracia liberal, la investigación científica y la industrialización, es decir, la tecnología. El cinematógrafo fue el primero en desarrollarse

Historia de la radio

ampliamente durante la primera década del siglo pasado. La radiodifusión surgió en la década de los 20, principalmente en las mayores capitales del mundo, sin importar capacidades económicas, ideológicas e intelectuales. De esta manera la radio se presenta al escenario de los medios casi al mismo tiempo en Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Francia, Italia y los países bajos, así como en la ex Unión Soviética y en la mayoría de los países del continente americano. El advenimiento de la radio se sitúa entre 1920 y 1930.



PRIMERO FUERON LOS
TAMBORES, DESPUÉS, LA
HUMANIDAD SALTÓ A LOS
ESPEJOS Y DE ALLÍ -
AHORRANDO LARGOS PASOS -
A LA TELEGRAFÍA.

NACÍ LA RADIO.

No fue producto de una sola persona. Marconi desarrolla el telégrafo inalámbrico que sirvió para la comunicación entre barcos y de éstos con los puertos. Desde 1895 Popov había hecho sonar una campanilla utilizando las ondas de la misma manera que experimentó Marconi un año antes.

El invento de dos tipos de bulbos representó un gran salto a favor de la invención de la radio: El Bulbo Diodo Rectificador creado por Sir Jhon Fleming y el Audición o Tubo de Vacío que inventó el norteamericano Lee de

Historia de la radio

Forest.

El físico inglés Michael Faraday desarrolla la Teoría que consideraba la existencia de un campo magnético y un campo eléctrico alrededor de las cargas eléctricas y partiendo de esta teoría se fabricaron generadores electromagnéticos para la venta al público.

Treinta años después, el físico matemático escocés James Clerk Maxwell predice que las fuerzas electromagnéticas se propagan en forma de ondas que se difunden a la velocidad de la luz, es decir, a 300 mil kilómetros por segundo. Herz continúa las investigaciones y descubre las ondas electromagnéticas. Estos descubrimientos fueron los que aprovecharon Marconi y Popov y pasaron a llamarse Ondas Hertzianas porque fue Hertz el que descubrió el número de ciclos por segundo con que viajan las radiofrecuencias en el éter. Posteriormente, en 1910 la transmisión de voz humana ya que lo que se realizaba entre barcos era comunicación cifrada a través del Código Morse. Lee de Forest fue el primero en hacerlo con un control remoto de

Historia de la radio

un Radiófono y la señal fue captada por los operadores de un barco en alta mar. Pero la primera aplicación práctica de la radio quedó demostrada en 1912 con la llamada inalámbrica que se produjo a bordo del Titanic, que recibió un radio operador de New York y que sirvió para salvar 705 vidas.

Al principio de la radio muchas emisoras fueron operadas por colegios y universidades y transmitían principalmente programas educativos y de noticias. Pero los altos costos del sostenimiento obligaron a hacerla rentable y así surgió el primer programa de radio patrocinado el 28 de agosto de 1922 en la emisora WEAJ de Nueva York.

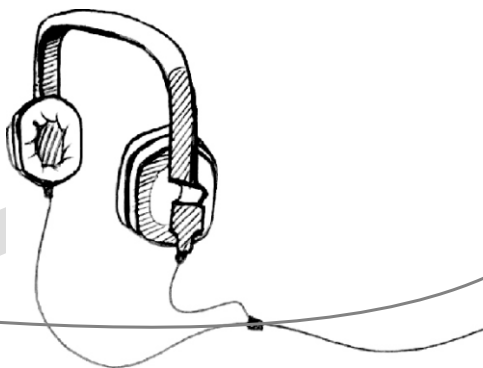


Historia de la radio

La Radio en Colombia

El 5 de septiembre de 1929 en el Teatro Caldas de Chapinero, se inauguró la estación radiodifusora de Bogotá. En el teatro se instaló un transmisor porque la venta de estos aparatos no se había generalizado por los altos costos.

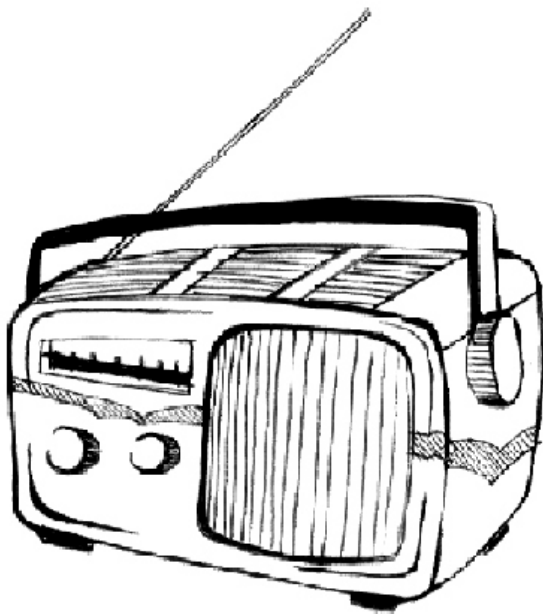
Los 50, los 60 y parte de los 70 del pasado siglo XX pueden considerarse como los años dorados de las grandes cadenas, por la variedad y calidad de su programación y los adelantos técnicos de sus emisoras. Durante los años 70, obligados ya por la competencia de la televisión (que había hecho su aparición en junio de 1954) las grandes cadenas y la radiodifusión en general comenzaron inevitablemente a variar su programación.



Historia de la radio

La Radio en Córdoba

La primera emisora real que se fundó en Córdoba, fue Radio Arsenipur el 20 de julio de 1938 por Germán Gómez Peláez y los hermanos Eduardo y Ramón Correa. Nació en la Avenida Primera con calle 33, esquina. En 1955 creó Radio Cordobesa y el 7 de agosto de 1962 La Voz de Montería.



SEMIÓTICA DE LA RADIO



Unidad 2

Semiótica de la Radio

El Código Radiofónico

Está integrado por la voz, la música y los efectos sonoros. En ellos se centra el producto de la radio, no importa hacia donde sean orientados los contenidos:

1. La magia de la voz:

La voz es el más valioso elemento que tiene la comunicación en la vida humana. Es código, acción y vida del lenguaje oral. Según su registro, de aguda a grave, la voz puede ser de soprano, mezzosoprano, contralto, tenor, barítono y bajo. Es esencia y conducto del mensaje en la radio. La emisión de la voz representa lo más significativo del ser humano porque es la palabra, la idea codificada y llevada a la palabra el principal instrumento por el que se hace posible el aprendizaje y comprensión de la vida. Cuando el aire expelido por los pulmones hace vibrar las cuerdas vocales y se escucha una voz, es posible asegurar que el hombre no está solo y que todo lo que piensa y hace día a día es una continuación del proceso de comunicación.



Semótica de la Radio

La voz es el factor de personalidad más importante del hombre. El carácter peculiar o distintivo de la voz humana está en buena parte determinado por la manera en que se emplean varias partes físicas del cuerpo.

La voz tiene ciertas cualidades entre las cuales se distinguen: **tono, timbre, intensidad y cantidad.**

- **El tono** es la mayor o menor elevación del sonido producido por la rapidez de vibración de las cuerdas vocales. Según el tono las voces pueden ser clasificadas en agudas, centrales y graves. En las voces femeninas, la voz aguda corresponde a la soprano y en los hombres al tenor. Las voces centrales son la mezzosoprano y el barítono. Las voces graves en las mujeres son los contraltos y en los hombres los bajos.
- **El timbre** es la particularidad diferenciadora de toda voz. No obstante que las personas tengan un tono de voz igual a muchas más, las voces se diferencian por el timbre, que es la personalidad del



Semótica de la Radio

que la usa o la calidad diferenciadora de la misma. El timbre tiene la función de dar carácter al sonido. Permite distinguir unos de otros. De esta manera surge:

- **El timbre brillante** que denota ánimo, alegría, felicidad, vitalidad, júbilo y optimismo
- **El timbre opaco**, sugiere tristeza, dolor, señal de despedida, miedo y dramatismo
- **El timbre completo o absoluto** que es particular de cada voz y refleja casi un testimonio convincente
- **El timbre rotundo** manifiesta certeza, energía, vigor, poder y convicción ya que se sentencioso
- **El timbre apagado** es casi la ausencia y se aplica a frases en secreto, amorosas, confidenciales y llenas de misterio
- **La cantidad** se manifiesta por la duración y calidad de un sonido.

Semótica de la Radio

- **Intensidad y cantidad:** en razón del volumen y la presión del aire que se proyecta se produce una nota más fuerte o más débil sin que haya variado el tono ni el timbre dentro de ciertos límites, pues si la presión es mayor se originan notas del doble, triple o más. La cantidad es la duración mayor o menor del sonido independientemente de su tono, timbre o intensidad.

Las voces: desde el punto de vista de una clasificación simple de voces para radio, es posible distinguir, entre otras las voces siguientes:

- **La voz estentórea o voz de trueno.** se aplica regularmente a una voz sonora, grave, fuerte y dura.
- **La voz campanuda.** Es severa, majestuosa, dominante y enérgica pues indica seguridad absoluta en sí misma, asciende y trasciende sobre las demás personas.
- **La voz argentina.** Es de plata, clara y sonora. De timbre agradable, a veces metálico.



Semótica de la Radio

- **La voz cálida.** Es melodiosa y armoniosa. Comunica mucho en sí misma y es radiante en personalidad. Es melosa.
- **La voz dulce.** Tiene gran parecido a la cálida, pero esta connota ternura, ingenuidad, candor, timidez.
- **La voz atiplada.** Es estridente, lastima el oído aunque se identifique de inmediato.
- **La voz cascada.** Está representada por actores de la tercera edad: es opaca, carente de fuerza y tiene escasa sonoridad.
- **La voz blanca.** Es infantil, no tiene matices de género y sin embargo representa la blancura de la niñez.
- **La voz neutra.** Es impersonal, casi asexualada.

En cuanto a los defectos de la voz los más comunes son los sonidos: gutural, nasal, infantil y tembloroso.

Hay cuatro pasos que pueden ayudar a hablar con propiedad y dicción:

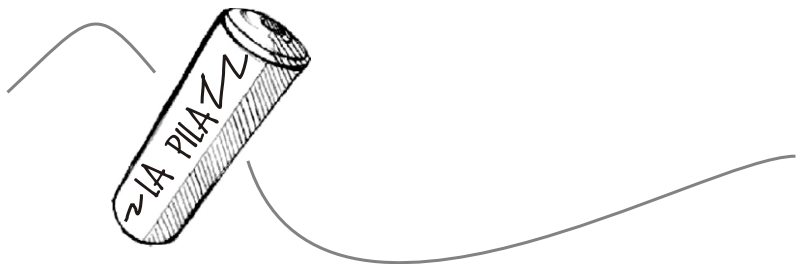
Semótica de la Radio

1. Respirar desde el estómago. Esto relajará el paso de la garganta y hará posible un uso libre de las cámaras resonadoras de la cabeza.

2. Hablar con toda naturalidad. Es aceptar la voz tal como es.

3. Abrir la boca. Aunque gesticule, evite siempre murmurar o hablar para sí mismo. Es indispensable saber poner énfasis y vocalizar.

4. Aprender a respirar. El dominio de la respiración es el primer paso hacia el mejoramiento de la voz.



Semótica de la Radio

1. La magia de la voz:

Es el segundo elemento del código radiofónico y un excelente auxiliar del guión. La música tiene la función poética de servir en la radio para describir, sin palabras, el lugar, el tiempo, el estado de ánimo, las condicionantes sociales y la idiosincrasia de la cultura de los pueblos. Se mueve en varias dimensiones: en la dimensión del tiempo, en las intensidades altas y bajas y en la de volúmenes de tonos crecientes y decrecientes.

Los usos más frecuentes de la música en la producción radiofónica son los siguientes:

- **La cortina, cortinilla**, o simplemente separador, está representada en un fragmento musical, previamente seleccionado y tiene la utilidad de separar dos escenas. La cortina es para la radio lo que el punto y seguido o el punto y aparte para el texto impreso. No debe pasar de 10 segundos de duración y se selecciona de acuerdo al tipo de programa. En los noticieros, por ejemplo, se seleccionan cortinillas para ir a comerciales y

Semótica de la Radio

representan el punto y aparte. También sirven para delimitar las entradas y salidas del programa o bien, adoptan el distintivo de tema musical de programa.

- **El puente**, en un momento dado, representa los puntos suspensivos y es una especie de intermedio musical al que se da mayor extensión que a la cortina. Se emplea generalmente para sugerir un lapso entre una escena y otra o para insinuar que la acción se transporta a un sitio diferente de la anterior, en obras dramatizadas. El puente se puede aprovechar disminuyendo el volumen, para enmarcar los párrafos de narración y puede también anticipar la escena siguiente cuando se le mezcla la música de esa escena. Dura generalmente 20 segundos, pero no se puede abusar de él.
- **La ráfaga** es un fragmento musical de picos elevados y de corta duración que se caracteriza por la fuerza y el dramatismo que transporta. Su



Semótica de la Radio

duración es de unos cuantos segundos y se utiliza para reforzar un diálogo que define una situación o para llamar dinámicamente la atención del auditorio. Es de uso común en mensajes de tipo comercial como elemento de entrada para llamar la atención del radioescucha.

- **La fanfarria** es un pequeño fragmento de música de instrumentos de percusión y metales, seleccionado de temas musicales, generalmente épicos y sirven para las distintas escenas heroicas o situaciones festivas que demanda el guión de la radio, en la producción de programas o en tareas de publicidad.
- **La identificación de entrada y salida** cumple con una función esencial en la producción de programas, pero no se debe abusar de la música. No todas las escenas de un programa resisten los efectos musicales. En algunas ocasiones, la mejor música es el silencio.

Semótica de la Radio

La música en la radio tiene objetivos diferentes: informar, entretener, divertir, ofrecer productos para el consumo y muchos otros de efectos públicos notables. En la radio la imaginación del radioescucha vuela en alas de un ejercicio que sólo es posible mediante su propia libertad de crear escenarios imaginarios.

Se puede resumir en lo siguiente la utilización de la música en radio:

- Identificar la emisora, el programa o un sector del programa
- Para dar mayor relieve a un personaje
- Para estimular el recuerdo de hechos ya ocurridos
- Para preparar el ánimo del oyente a lo que va a suceder
- Para crear atmósfera
- Para identificar un lugar, un tiempo, una persona o un grupo
- Para cortinas o encadenados
- Para subrayar un diálogo

Semótica de la Radio

- Para crear un contrapunteo a la palabra
- Para describir un lugar por asociación de informaciones e imágenes que es capaz de recrear, como por ejemplo, una música permisiva para describir la geografía africana o cierta música española festiva para describir el escenario de una plaza de toros.

Si hubiera que agrupar las **funciones de la música** bajo algunos títulos podrían citarse los siguientes:

- **Función Gramatical:** Actúa como un verdadero sistema de puntuación. Se presenta a través de cortinas musicales.
- **Función Descriptiva:** es la música de caracteres escenográficos, es decir, la que recogemos del propio entorno acústico en el que transcurre la acción que se relata.
- **Función expresiva:** se utiliza para ambientar, para crear climas. Es la referencia de la angustia, la alegría, la ansiedad, la desesperación, el terror y en general de las

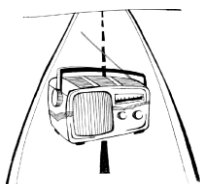
Semótica de la Radio

sensaciones y estados de ánimo.

- **Función complementaria o de refuerzo:** se recurre a ella cuando necesitamos suplementar, complementar o perfeccionar un mensaje. Es también la que permite subrayar, remarcar una palabra o una frase.
- **Función comunicante propiamente dicha:** remite al tema musical integral, completo. Es la que posibilita plantear una historia de amor, la vida de un personaje o una denuncia social.
- **Referencialidad:** Para hablar de la música muchos se refieren a su carácter de idioma universal.

3. Los efectos sonoros

Los efectos de sonido. Son elementos de primera necesidad sobre todo en la producción de dramatizados, ya que ambientan situaciones, completan escenarios e ilustran el entorno no se desarrolla la obra radiofónica. Los efectos tienen la virtud de establecer el lugar, el



Semiótica de la Radio

escenario, el tiempo y el ambiente psicológico que se da en las obras radiofónicas ya sean en vivo o en diferido. Se deben usar los estrictamente necesarios. Basta con seleccionar algunos sonidos para lograrlo, pues el oído humano escucha algunos de ellos y otros simplemente los oye y los desecha.

Hay que saber seleccionar los efectos sonoros y después aprender a manejarlos de modo apropiado. Por ejemplo, si en una escena la voz está en primer plano, el volumen de los efectos sonoros y de la música que sirve de fondo deben bajar; pero cuando surge el silencio, a falta de voz, si está contemplado en el guión, debe subirse el efecto del sonido en la medida en que esté contemplado. Los efectos sonoros tienen la función, igual que las voces y tonalidades, de atraer al radioescucha y convertirlo en protagonista de la representación.

Se pueden usar con numerosas intenciones:

- Establecer la ubicación o el escenario
- Enfocar la atención y la emoción del público
- Establecer el horario



Semiótica de la Radio

- Establecer el estado anímico
- Indicar entradas y salidas
- Servir de transición
- Ahorrar tiempo y palabras y para dar ambientación

Planos

Hay varios planos sonoros en radio, según el género o el formato que estemos utilizando. Las dramatizaciones, por ejemplo, posibilitan mejor el uso de varios planos. Al usarlos se van describiendo situaciones más densas, las escenas suenan más complejas y de paso se nutren los conflictos y comportamientos humanos que se presentan:

- **El primer plano** es el regular, el más normal, el que más se usa, el que consigue protagonismo frente a los demás. No se grita, se habla con cierta calma, a una distancia común como si estuviera conversando.
- **El plano íntimo** es el que se construye



Semiótica de la Radio

acercándose al micrófono pero bajando el volumen de la voz para no distorsionar, casi susurrante al oído del oyente. Se puede utilizar por momentos solamente porque satura, solo se aplica en el caso de la voz o de sonidos muy especiales como carraspera, seseo, respiración agitada. Produce la sensación de acercamiento casi privado, de complicidad. Los locutores que quieren trabajar cierta sensualidad usan y abusan del mismo.

· **El segundo plano**, es el que actúa de fondo. Debe estar muy diferenciado del primero, con menos volumen. Da la idea de lejanía, se consigue cuando el locutor tiene que alejarse del micrófono. Es muy usado en ciertos diálogos sonoros.

· **El tercer plano**, es más utilizado en dramatizaciones. Por ejemplo, un ruido supremamente lejano de olas muy cercano al silencio. Sirve cuando queremos partir de la nada



Semiótica de la Radio

y lograr cuando sea necesario un segundo o tercer plano.

Otra posibilidad es cuando queremos colocar tres sonidos al mismo tiempo, las mismas olas que se superponen a una música y al fondo hay sonidos de gritos. Cuando usamos los planos, en realidad estamos haciendo algo más, estamos generando movimiento del sonido. Estamos así utilizando la inmensa capacidad del lenguaje sonoro para moverse.

El tiempo, el implacable

La radio es un medio temporal porque se sitúa dentro de la continuidad de la vida humana y la reproduce o representa. Se levanta con nosotros y hasta nos despierta, se acomoda en las rutinas diarias, sigue a quienes están en casa y los acompaña en lo que hacen. La radio se hace cargo de hilvanar los sucesos del día, las horas y los momentos, hasta el punto que algunas emisoras les siguen los pasos a los que trabajan de noche, a los que duermen tarde y poco, a los

Semiótica de la Radio

noctámbulos. Las emisoras que transmiten todo el tiempo son aun más audaces porque se asimilan al tiempo mismo, no dejan un solo momento sin transmitir. Y siempre están dando cuenta de los cambios, los fines de semana, las estaciones del año, las celebraciones de una zona, región o país. Esta es una dimensión del tiempo radial, las rutinas.

Otro rasgo de la temporalidad del medio es la reiteración (reiterar) como recurso indispensable frente al oído del oyente, normalmente distraído. Siendo un medio que se oye mientras se hacen otras cosas y compromete sólo un sentido, sus mensajes suelen ser fugaces, para quienes escuchan, pues no solo atienden poco sino que son inconstantes, captan por ratos y luego se desenchufan.

Reiterar significa insistir una y otra vez a través del tiempo, como modo de priorizar y legitimar temas. Inclusive para la promoción del propio programa y la emisora. Por ello, la importancia de usar algunos eslogan o características que identifiquen nuestra propuesta



Semiótica de la Radio

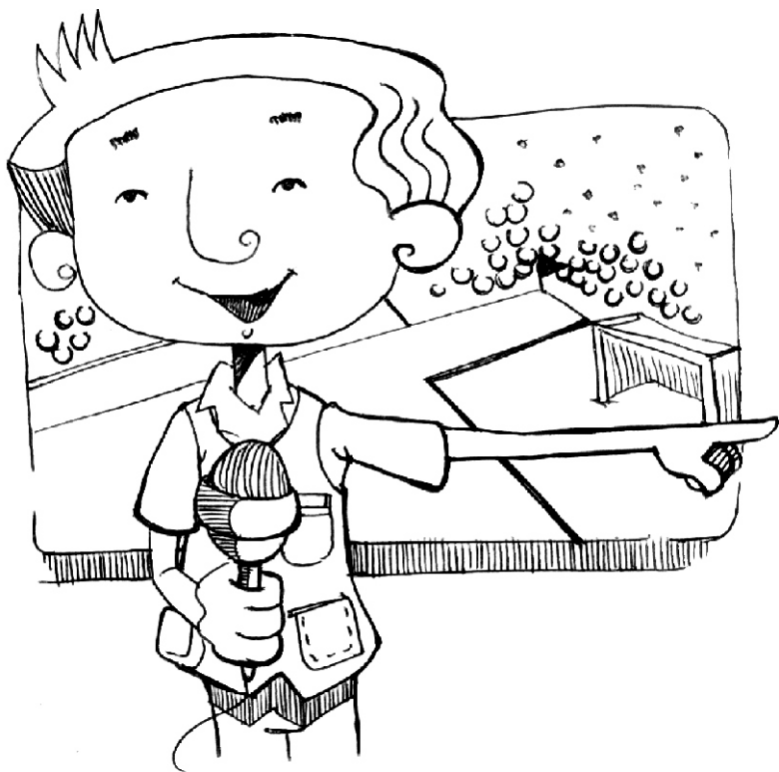
radial. Se trata de asumir algunas limitaciones del medio como la falta de atención del oyente para revertirlo, diciendo algo con énfasis en diferentes tiempos y en forma repetida.

Sin embargo, reiterar no es machacar. Es más bien recordar lo que vale la pena. No se trata de repetir siempre lo mismo, necesitamos usar la imaginación y la sensibilidad para trabajar variaciones sobre la misma idea, haciendo ver los distintos matices de una persona o de una situación para que se toque algo en toda su complejidad.

Hay muchas formas de manejar el tiempo en la radio. Se puede ir al futuro o regresar al pasado. Lo que pasó hace algunas horas, se puede escuchar unas horas después. Es posible traer personajes que ya no existan o hacer viajes a lugares inventados.

También a través de la radio estamos de manera inmediata en acontecimientos inesperados. El primer referente ante una tragedia, ante una noticia es la radio.

LA PRODUCCIÓN EN LA RADIO MODERNA



Unidad 3

La Producción en la Radio Moderna

Producción de Programas

La diferencia básica entre producción grabada y producción en vivo, es que la producción en vivo se hace una sola toma; sólo hay una oportunidad para hacerlo bien. En el trabajo grabado en estudio, el productor tiene la libertad de hacer varias tomas de mismo elemento de producción, probar diferentes combinaciones y mezclas y aun desechar el proyecto completo y comenzar de nuevo si no está funcionando.

Para decidir si una producción se hará en vivo o en diferido se deben considerar tres elementos: complejidad, tiempo al aire programado y conveniencia:

- **Complejidad:** una producción con muchos elementos sonoros debe realizarse con la debida antelación.
- **Tiempo al aire programado:** un talk show que se transmite un domingo a las 5:30 a.m. se grabará con anticipación en el estudio, por lo general durante las horas hábiles. Obviamente no es práctico tratar de que los invitados acepten asistir a un programa en vivo que se transmite antes del amanecer. En cambio, los noticieros, generalmente, no son grabados y cuando lo



La Producción en la Radio Moderna

son se hacen lo más cerca al tiempo en que tiene que salir al aire porque su contenido informativo se vuelve obsoleto con rapidez.

- **Conveniencia:** La preproducción de una pieza reduce la posibilidad de cometer un error al aire.

Los Formatos del Guión

La radio, como medio, está caracterizada por su profunda influencia social, la miscelánea de servicios y gran variedad de géneros en sus mensajes. Entre estos géneros, los programas hablados, consultorios, musicales, de concurso, educativos, informativos, radionovelas y de entretenimiento, tiene, cada uno, su propia especificidad discursiva. La mayoría de estos programas requieren de un guión, o por lo menos, de su estructura previa, para ser integrados en el cuerpo general de la programación.

En términos generales, es posible identificar tres formatos de guión en la radio. El primero es el guión completo que tiene su mejor aplicación en los programas



La Producción en la Radio Moderna

dramáticos, el guión semicompleto tiene cabida en los programas donde participan personas en vivo, o se incluyen textos o participaciones abiertas que no dependen necesariamente de un guionista. El tercer tipo es el listado o simplemente guía de programa, que es una secuencia de elementos grabados previamente y sólo se marca esa secuencia en el guión. En esta hipótesis se encuentran los programas de variedades musicales que suelen ser presentados en un formato de lista.

De la idea del guión literario hay una técnica con tantos caminos como la imaginación lo permita. El guión radiofónico supone dos grandes dimensiones del proceso creativo:

1. La dimensión de la creación de una obra desde la idea –incluidos el guión literario y el guión técnico- hasta su presentación
2. La dimensión de la adaptación radiofónica plantea el trabajo de selección de una obra dramática clásica que es susceptible de ser llevada a la escena radiofónica por medio de la adaptación.

La Producción en la Radio Moderna

El estilo para la redacción del guión radiofónico debe ser directo, sencillo, claro y conciso. Evitar los diálogos tensos. Sin embargo, las expresiones tajantes o telegráficas empobrecen la comprensión del mensaje. Se debe tener en cuenta, que el tiempo de duración de un programa está previamente delimitado por una guía de continuidad y que el trabajo producido debe entenderse para ser dirigido al sentido del oído.

En el guión de radio se dan tres elementos plásticos de gran importancia: el relato, la acción y los diálogos. El guionista debe saber que todo principio de obra requiere de un elemento sonoro, musical o por medio de la voz que llame poderosamente la atención desde el principio. Que la entrada no pase inadvertida. Se debe producir un pico elevado para despertar el interés, provocar el deseo, persuadir a la decisión de escuchar y llevar a la acción de convertirse en protagonista de la obra desde la butaca del oyente. A esto hay que agregarle los cambios de escena, los cortes, los puentes musicales, la entonación de los actores y muchos elementos más, indicativos de que el guión está expresado en forma clara y precisa.

La Producción en la Radio Moderna

Se debe situar adecuadamente a los personajes. Los efectos sonoros juegan un papel de valor integrador, así como los espacios de silencios cuya utilización tiene que ser absolutamente medida para evitar lagunas y pérdida del sentido de coherencia que necesariamente debe tener una obra radiofónica.

El diálogo es el elemento más importante en la obra radiofónica. Se sugiere que el guionista vaya leyendo en voz alta lo que va escribiendo para evitar la redundancia y las repeticiones de frases, expresiones y palabras, salvo que deliberadamente el participante las quiera repetir para causar un efecto determinado en el oyente.

Instancias del libreto radial

Presenta cuatro instancias básicas que son: identificación, apertura, contenido: desarrollo del tema, música, entrevistas, etcétera y cierre.

- **Instancias de identificación y cierre:** son características de cada programa. Utilizan la misma característica musical y eslogan de presentación y despedida.

La Producción en la Radio Moderna

- **Instancia de apertura:** hace referencia a programas anteriores. Si se trata de una secuencia de programas iniciará el tema a desarrollar, entregará información sobre los colaboradores, la fuente de información, etcétera.
- **Instancia de contenido:** toma diversas formas dependiendo del tipo de programa a que pertenece el libreto. Durante el desarrollo del contenido podrán utilizarse cortinas musicales, si se trata de mensaje-discurso o intercalar mensajes si se trata de programas musicales. El estilo que seleccione debe ser el mismo para toda la secuencia en programas continuados y no deberá variar a menos que se decida así en la revisión de la programación y el público sea debidamente advertido, porque si no se provocará entre el público, desconcierto y una actitud probablemente negativa. Si se le informa que habrá cambios, el radioescucha se interesará por conocerlas.



La Producción en la Radio Moderna

- **Parte formal del libreto:** Para tener una imagen clara de lo que se quiere decir y de lo que va a sonar a través de la radio, se deben seguir las siguientes recomendaciones:
 - Dejar un margen a la izquierda del papel, para escribir los nombres de quienes van a intervenir (roles, narrador, locutor, voces, técnico o control)
 - Las indicaciones técnicas deben ser claras, en mayúsculas sostenidas, subrayando o resaltando, pues así el operador sabrá cuál es su tarea en vivo o en grabación
 - Colocar entre paréntesis dentro del texto las indicaciones de cómo se debe interpretar dicho texto. Ejemplo: (triste), (llorando), (riendo), (pausa), (cambio de tono para continuar), etcétera.
 - El libreto radial debe estar impreso en computador y a espacio y medio

La Producción en la Radio Moderna

- Se hará una copia para cada locutor y/o actor que participe en el programa: una copia para cada control y una para archivo
- La información se presentará distribuida en cuatro columnas así:
 1. Columna de numeración lineal
 2. Columna de tiempo
 3. Columna de efectos (música y otros)
 4. Columna de voz (en la que se indicará el nombre de quien interviene)

MODELO DE GUIÓN

PROGRAMA:	La Fuerza de la Humanidad
EMISORA:	Frecuencia Bolivariana
HORA:	8:00 – 8:30 a.m.
DURACIÓN:	25 minutos
DÍA:	sábado 24 de mayo de 2015
LOCUTORES:	Claudia Arias Salvador Castellanos
LIBRETOS:	Claudia Arias
DIRECCIÓN:	Cruz Roja Colombiana, Seccional Córdoba

La Producción en la Radio Moderna

No.	Tiempo	Efectos-Música	Voces
1	20"	Característica: Disco tal. Lado 1. Entra y permanece	
2		Baja música	Loc 1: Muy buenas noches. Estimados oyentes... a continuación presentaremos nuestro programa... Loc 2: "Diálogo...
3	8"	Sube música	

- Esta distribución permitirá señalar claramente la duración de cada cortina musical, el nombre del tema, banda
- Para efectos de enfatizar frases o palabras se utilizarán mayúsculas subrayadas, según convención establecida de antemano
- Para señalar pausas se usan los puntos suspensivos. No se debe abusar de este recurso, pues se corre el riesgo de que se pierda significación
- No se deben cortar las palabras al final de la línea. Una palabra cortada puede producir una equivocación en la locución. Es mejor dejar un espacio al terminar la línea sino cabe la palabra entera.



La Producción en la Radio Moderna

Existe además el GUIÓN LINEAL, de tres columnas, dos pequeñas a los lados y una ancha en el centro. En la primera, la de la izquierda, va especificada la fuente de ingreso de los diversos sonidos, en la del medio se explica lo que se va a decir y al final a la derecha va el tiempo:

Control	Ingresas Música	5"
LOC 1	Entra frase característica: Y AHORA, COMO...	1"
Control	Vuelve música característica	2"
LOC 1	LA HORA...	4"
Control	Vuelve música	4"
LOC 2	Saluda a la audiencia. NO OLVIDE...	30"

Algunos libretistas usan las letras mayúsculas, no para el texto que se debe leer sino para que resalten las indicaciones técnicas. El guión paralelo, aquel en el que va una columna la música, en otro el efecto, que algunos utilizan, no respeta tanto el lenguaje concatenado de la radio, pero indudablemente es otra opción.

La Producción en la Radio Moderna

Normas y Sugerencias para la redacción en radio

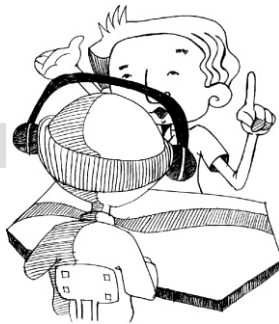
- Escriba en singular, en presente, con sencillez y naturalidad
- Escriba como si usted fuera el oyente
- Ponga a “mirar” al oyente
- Utilice verbos propios de los sentidos: ver, oler, gustar, tocar
- Describa personas concretas y reales
- Humanice los objetos que le rodean
- Vea a su oyente como individuo, no como colectividad
- Escriba corto para no cansar, pero lo suficiente para decirlo todo
- Mida las posibilidades y las limitaciones del estudio en cuanto a efectos, música y capacidad para albergar personas, escriba pensando en esa capacidad, no para el estudio ideal
- Utilice el sonido antes de la palabra y no caiga en redundancias
- Todo lo que dice ante un micrófono necesita adaptación

La Producción en la Radio Moderna

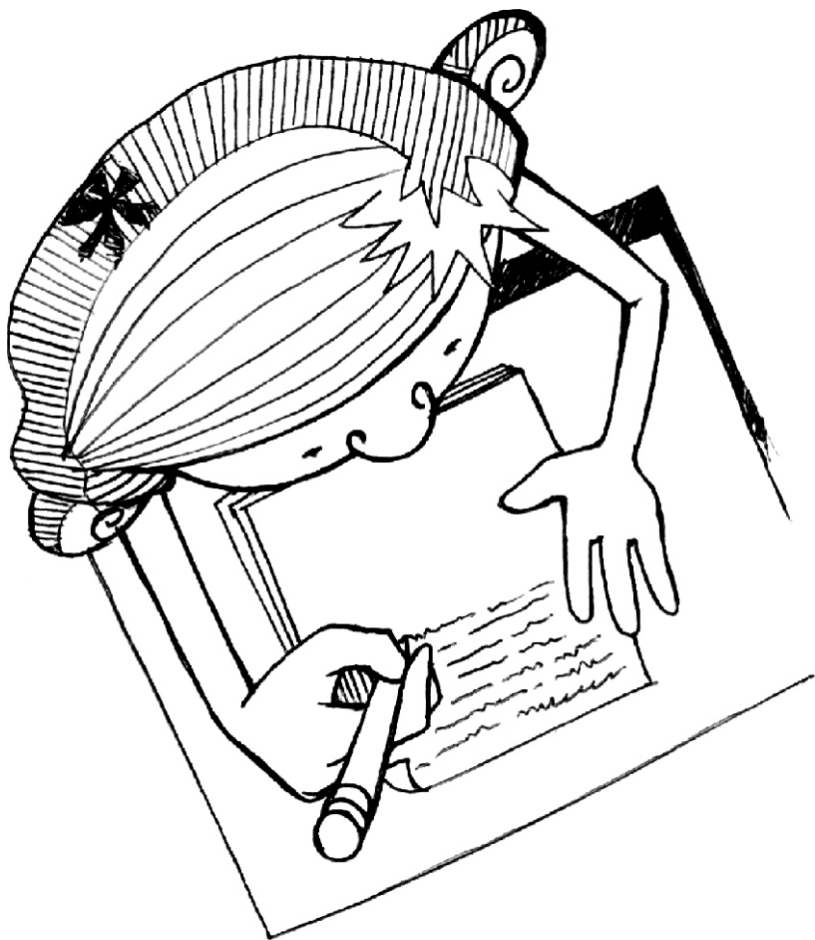
- La radio no existe sino se oye, no se oye sino se escucha
- Los mensajes deben estar elaborados en lenguaje claro y directo
- Se deben evitar las frases invertidas o entre comas, muy elegantes en el lenguaje literario, pero prohibidas en el lenguaje radial
- Se debe trabajar, de preferencia, con frases cortas. El punto seguido se utiliza con más frecuencia que la acostumbrada en el lenguaje escrito corriente
- Se debe evitar el uso excesivo de adverbios (lógicamente, probablemente, últimamente) que por ser expresiones fónicas demasiado extensas dificultan la comprensión global del discurso
- No se debe olvidar que la lengua es un sistema de valores generados por la sociedad que la usa y por tanto, debemos utilizar la modalidad vocabular que representa los valores de nuestro público y no otro.

La Producción en la Radio Moderna

- El uso de la metáfora es poético, común a nuestra cultura latinoamericana. También el lenguaje radial puede utilizarla para lograr evocaciones afectivas siempre y cuando esté íntimamente relacionada con la experiencia existencial de los radioescuchas
- Todos somos sensibles a la crítica, por tanto debemos evitarla
- Es siempre preferible evocar conceptos positivos que sus negativos.
- La redundancia es necesaria en la comunicación radial.



GÉNEROS Y FORMATOS



Unidad 4

Géneros y Formatos Radiales

Estos formatos son el “cuerpo” del programa, es decir, cómo se le da forma, por eso es importante aprender a identificarlos y a diferenciarlos para luego saber cómo utilizarlos correctamente. Hay unos formatos denominados cortos, que a veces pueden por sí solos ser un programa, o un fragmento, sección, o un pedazo de un programa de gran formato como una radio-revista.

Entre los formatos cortos se encuentran:

- 1. La noticia:** Es la versión más efectiva de la información radiofónica; es la que atrae la atención del oyente, la retiene a lo largo del boletín informativo y la fija en la memoria de cada individuo. Pero como la información oral es fugaz y más frágil que la información escrita, quien suministra esta información debe recordar al redactar, que debe ser breve y completa: se deben emplear las palabras precisas para expresar con claridad una sola idea. El lenguaje radial debe evitar formas gramaticales que compliquen la explicación de los hechos; lo ideal

Géneros y Formatos Radiales

es manejar el orden: S+V+C, pero sin crear monotonía. Para decir todo en poco tiempo es mejor tener en cuenta las preguntas: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué. Dándole un orden de acuerdo con el interés y comenzando con lo más importante.

Algunos consideran que la pregunta más importante a la que se debe dar respuesta es el qué. ¿Qué sucede? La noticia debe ser veraz, exacta, interesante, completa y clara.

2. La Charla: es un diálogo. Puede ser de dos clases: informal y formal. la informal es la que se usa en las conversaciones cotidianas, todo se habla en un mismo idioma sin mayores conocimientos que el saber hablar. La formal se apega a las reglas gramaticales para que la conversación sea correcta, porque las circunstancias así lo exijan o porque forma parte de obras literarias.

Papel fundamental cumple en estas los matices e inflexión de ella, que puede dar ciertos estilos que son: vulgar, común o coloquial y el académico.



Géneros y Formatos Radiales

La charla supone erudición, porque consiste en el desarrollo de temas de alta culturización. Se dan ejemplos, definiciones, opiniones de diversos autores para apoyar con argumentos de autoridad su propia idea. Debe prepararse e investigarse.

3. La entrevista: En este formato se debe tener en cuenta se debe tener en cuenta que hacer preguntas es lo más natural del mundo, sólo que tenemos que hacerlo con simpatía y calor humano, pensando que el entrevistado debe sentirse en un ambiente agradable para responder o hablar a gusto sobre el tema que se le va a interrogar. El entrevistador debe desarrollar su sensibilidad para formular la pregunta indicada en el momento oportuno. Es importante mostrarse interesado cuando pregunta.

Debe dirigirse a su entrevistado cordialmente, haciendo preguntas cortas y claras. Con anterioridad debe establecer el propósito de la entrevista, para que a partir de este, se

Géneros y Formatos Radiales

desarrollen las preguntas, se aclaren las dudas sobre el tema y se de la información específica que los oyentes quieren conocer. Importante: no improvisar, informarse e investigar sobre el tema, prepararse lo mejor posible para que sepa qué va a preguntar y de qué le habla el entrevistado.

Escuchar atentamente sus respuestas, de ellas pueden surgir otras preguntas. La preparación y la planificación de la entrevista dan seguridad al entrevistador.

Los primeros minutos, cuando “se rompe el hielo” son los más importantes; en ellos se logra el ambiente para continuar con la charla, amena o no, humana o mecánica, personal o impersonal.

Finalmente, concluya el tema y cierre con una frase o una recomendación que pueda recordarse y deje la posibilidad de volver a contactarlo.

Las entrevistas nos ofrecen las siguientes ventajas: contar una historia, informar, “educar”, aclarar malos entendidos. Lo más importante para destacar es el quién.

Géneros y Formatos Radiales

Se debe tener en cuenta lo siguiente:

- **Preparación preliminar:** la preparación y la planificación darán mayor seguridad al entrevistador, así podrá “salirse” confortablemente cuando la conversación se desvía del tema y podrá retomarla agradablemente con ideas refrescantes y oportunas.
- **Rompimiento del hielo:** es preferible tener una corta conversación antes de la entrevista, para que las dos personas identifiquen sobre qué términos se desarrollará el encuentro. Debe ser humano, amable, sensible, mecánico o lejano.
- **Al grano:** se deben hacer las preguntas que se van a hacer, se escuchan las respuestas, a partir de las cuales pueden surgir otras preguntas.
- **Establecer una relación natural:** aunque

Géneros y Formatos Radiales

las cosas sean un poco tensas al principio, durante la conversación se irán mejorando. Hay que ser cuidadoso de no aburrir al entrevistado con preguntas elementales ni intimidarlo con preguntas embarazosas. Cuando esté evasivo o nervioso, es porque está en territorio prohibido. Si es necesario “entrar” a ese territorio prohibido, será más fácil si se ha establecido una buena relación desde el principio.

- **Preguntando lo difícil:** las entrevistas exhaustivas contienen preguntas amenazantes, ellas tienen que hacerse si se quiere que el tema quede completo; para lograrlo hay que dirigirse cautelosamente hacia las áreas sensibles, generalmente, indirectamente. Con la práctica se podrá establecer cuándo es el momento indicado para hacerla; el entrevistado apreciará el trato con el que se maneje.

Géneros y Formatos Radiales

- **Conclusión de la entrevista:** para algunas personas es más difícil terminar la entrevista que comenzarla. Recuerde terminar a la hora acordada, preguntar concretamente al entrevistado sobre su conclusión o pensamiento, dejar abierta la puerta para volver a contactarlo en una próxima oportunidad.

4. La Radio – Revista: Es el formato más utilizado y el más apropiado para la radio comunitaria, pues permite la presentación de segmentos dentro del programa, lo hace variado, ameno y le da espacio a cortes de música, humor e información. En ella es posible presentar varios temas e invitados. Es importante definir el horario de emisión para establecer las prioridades de los oyentes.

5. El Documental: debe plantearse como alternativa válida para abordar temas de una serie de variables que actúan en la sociedad. El documental es más que una

Géneros y Formatos Radiales

simple idea: es una forma de comunicación pública que va más allá de la mera presentación de hechos compilados. Pero para estos debe haber un propósito social en la utilización de la tecnología, a fin de hacer posible el impacto comunicativo.

Este valioso formato –que nos permite hacer drama de nuestra vida diaria y poesía de otros problemas cotidianos- enuncia cosas, hechos, con un propósito definido. Su meta es iniciar un proceso que culmine en una acción pública destinada a influir, persuadir, modificar aquellos aspectos o personas que configuran o son responsables de un orden social injusto.

El documental es una forma radial creativa en la que se trata un tema único, utilizando una, varias o todas las técnicas radiofónicas con el énfasis puesto en los acontecimientos reales y la gente real que en lo posible nos cuente sus propias experiencias reales.

Géneros y Formatos Radiales

Mediante el documental se puede: recrear un acontecimiento histórico, comentar las condiciones sociales, presentar la biografía de una persona, realizar un recuento desapasionado sobre un tópico.

Partiendo de la realidad misma, el documental debe ser el más fiel reflejo de ella. A raíz de que las dimensiones en que nos manejamos permiten contactos limitados con la realidad habrá que enterarse y aprender a estudiar la realidad, a captarla con la mayor riqueza sensorial. Este entrenamiento debe incluso, alcanzar una capacidad de reconstrucción.

En la edición es donde el documental adquiere coherencia y define su mensaje generando en los destinatarios una reflexión o un cambio. Asimismo, la edición puede ayudarnos a pulir el discurso, proyectándolo de una manera más lineal y facilitando el proceso de decodificación por parte de los oyentes.

Géneros y Formatos Radiales

Se deben realizar los siguientes pasos:

1. Un proyecto, es decir, un esquema de investigación
2. La consecución, recolección de datos
3. Su clasificación y ordenamiento
4. El establecimiento de conclusiones

6.La dramatización. Desde hace varias décadas la radionovela dejó de existir en algunos países de América Latina. A medida que la televisión fue ganando espacio entre nosotros, también se verificó una sensible disminución en la variedad de la oferta radiofónica.

La radionovela es una magnífica opción cultural. Con ellas es más fácil evitar las abstracciones y las ambigüedades, toda vez que el tema en cuestión es abordado desde la perspectiva concreta de los seres humanos (nuestros personajes). Este recurso resulta ser motivador, ya que predetermina un planteamiento humano y por ende

Géneros y Formatos Radiales

genera una comunicación más cálida, personal y afectiva.

La radionovela es una audición de corta duración, por capítulos, que propone poner en acción todos los recursos de la creatividad y de la imaginación. Hace más de 50 años que se viene usando. Un ejemplo de ella fue la célebre producción “La Guerra de los Mundos” realizada por Orson Welles. El programa no sólo galvanizó a miles de oyentes, sino que provocó escenas de pánico entre el público que creyó efectivamente que la tierra estaba siendo invadida por los marcianos. Aquella producción, que generaría tantos análisis y debates, fue realizada en vivo, con todos los riesgos que ello supone. Dentro del estudio trabajaron numerosas personas en la actuación y la sonorización. Como ejemplo podemos mencionar que en la audición que en la audición trabajaron dos orquestas. La radionovela será como una cadena y cada capítulo como uno de los eslabones. Al diseñar la

Géneros y Formatos Radiales

historia el guionista establecerá su proyección y conceptuará el número de eslabones que necesita para desarrollar. Esta estimación puede permitirle un margen de error de uno o dos capítulos, pero no una diferencia sustancialmente mayor, como la que se produce cuando la historia se prolonga indefinidamente.

La novela necesita una presentación o introducción, un desarrollo con conflictos, crisis o nudos dramáticos y un desenlace. Todo agregado irrelevante sólo puede generar tedio en el oyente. En un medio como el radiofónico, resulta conveniente que esa secuencia (introducción – desarrollo – desenlace) mantenga una progresión perfectamente lineal. Las frecuentes traslaciones en el tiempo dificultan la comprensión de la historia, en particular si pensamos en la fugacidad del medio oral.

Claro que esto no puede ser un impedimento para la incorporación de un flash-back, para traer al

Géneros y Formatos Radiales

presente un hecho, un elemento del pasado que ayude al desarrollo de la historia o nutra el argumento, pero la inserción debe realizarse con absoluta claridad para evitar confusiones entre los oyentes.

En la historia debemos tener un desarrollo con conflictos, crisis o nudos dramáticos porque el ritmo narrativo necesita “que pase algo”, porque si no, no hay historia. Hay que buscar que en nuestra dramatización “pasen cosas” y que esos sucesos transformen a alguien, a los protagonistas seguramente, a los oyentes quizá. Tampoco se trata de crear situaciones porque sí no más. Luís Buñuel señalaba: “nunca saques un revolver sino sabes qué vas a hacer con él”. No vamos a poner elementos o sucesos que no encuentren una natural justificación dentro de la trama.

La radionovela, al igual que el cine, también necesita clímax y anticlímax. Así como aburre un relato en el que no pasa nada, también resulta ingrata una

Géneros y Formatos Radiales

historia de tensión que crece permanentemente, toda vez que el receptor termina agobiado por semejante carga. Lo ideal es un balance entre picos de alta tensión y momentos de distensión y mayor calma. Es una necesidad que nuestro argumento resulte grato, atractivo, pues de ello dependerá que cosechemos audiencia.

Otro aspecto es la credibilidad, la verosimilitud. Vale más elegir cosas naturalmente imposibles, con tal de que parezcan verosímiles que no las posibles si parecen increíbles.

En el caso de Orson Welles: un hecho increíble (la invasión marciana a la tierra) alcanza verosimilitud en la trama radiofónica, al punto de causar histerias colectivas y hasta suicidios. El acierto de Welles tiene mucho que ver con la alta sensibilidad de un auditorio conmocionado por otra invasión: la que Hitler estaba protagonizando en Europa. Esta circunstancia sumada a las virtudes de la puesta, explica los resultados e incluso salva ciertas

Géneros y Formatos Radiales

incongruencias del relato (en algún momento se explica que la distancia entre Marte y nuestro planeta es demasiado grande como para que los bólidos lleguen inmediatamente, pero pocos minutos después se anuncia el aterrizaje de las naves extraterrestres). Como conclusión se puede afirmar que la credibilidad es una variable que el guionista no puede manejar en su totalidad, pues sobre ella pesan factores exógenos y del propio oyente. Pero sí nos queda la certeza de que la cuestión merece una profunda reflexión en el momento de escoger el tema y desarrollar el argumento.

Y una segunda consideración: un tema increíble (pero presentado con verosimilitud) le permitió a Welles proponer una estupenda parábola acerca de la tragedia que el nazismo desencadenaría sobre la humanidad.

La radionovela debe tener mensajes constructivos, movilizadores, transformadores y tiene que propiciar el espíritu crítico del oyente respecto de su realidad.



la radio

Un medio para la Imaginación