

APROXIMACIONES A LA DEFINICIÓN DE RADIOCLIP

Alfredo Álvarez Orozco, *Comunicación Social - Periodismo, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga*

Recibido, marzo 17, 2009 – Aceptado abril 14, 2009

<http://dx.doi.org/10.18566/puente.v3n1.a13>



Resumen— En ese artículo se propone una conceptualización frente al formato radiofónico conocido como “radioclip”, uno de los productos sonoros de mayor utilización en los últimos años, especialmente en apoyo a estrategias de información, educación y comunicación (IEC). Debido a las múltiples posibilidades de exploración estética que ofrece, este formato es de gran uso en procesos de sensibilización sobre temáticas de reflexión social e interés colectivo como el medio ambiente, los derechos humanos, la participación ciudadana y la salud sexual y reproductiva, entre otros. Al analizar sus características, se observa que en su realización se incorpora elementos de los géneros radiofónicos informativos, musicales y dramatizados, lo que permite definirlo como un formato híbrido.

Palabras clave— Radio, Formatos radiofónicos, radioclip

Abstract— In this article a conceptualization set against the radio format is proposed known like “radioclip”, one of the sonorous products of greater utilization in recent years, especially in support to strategies of information, education and communication (IEC).

Due to the multiple esthetics exploration possibilities that offers, this format is of great use in processes of sensitizing on subject matter of social reflection and collective interest as the environment, the human rights, the civic participation and the reproductive and sexual health, among others.

Upon analyzing its characteristics, is observed that in its execution are incorporated elements of the musical, informative radio kinds and dramatized, what permits to define it as a hybrid format.

Keywords: Radio, Radio formats, Radioclip

Resulta complejo encontrar una definición precisa del formato radial conocido como Radioclip. Muchas organizaciones de todo el mundo han posicionado este formato, especialmente en los últimos años, como un recurso radial de alto impacto en el despliegue de estrategias de información, educación y comunicación (IEC) en temáticas relacionadas con la salud, el medio ambiente, la ecología, la cultura, la equidad de género y los derechos humanos, entre otras. No obstante, cuando de teorizar sobre el formato se trata, es escasa la bibliografía que conceptualiza alrededor de su definición, sus características y su estética de realización.

Un maestro de la comunicación y educación popular, el argentino-uruguayo Mario Kaplún, fue por siempre defensor de la comunicación, sus lenguajes y formas de expresión, como elementos dinamizadores de la movilización y visibilización de los pueblos. En tiempos de Kaplún no era usual hablar de empoderamiento pero sin lugar a dudas su apuesta por la comunicación como herramienta para la educación popular no era más que una apuesta por la democratización de los medios para la construcción de sociedad.

Kaplún exploró en sus procesos de comunicación alternativa una técnica que se podría considerar como inspiradora del radioclip: el sociodrama. Una técnica de trabajo comunitario en donde un grupo de personas, sin libreto alguno, pone en escena, durante pocos minutos, una o varias situaciones sobre las cuales se quiere suscitar reflexión.

El sociodrama se ha mantenido vigente en los últimos 40 años en el campo del trabajo social, la

construcción de diagnósticos participativos y, más recientemente, en los ejercicios de planeación social. Sin embargo, su utilización es cada vez menos frecuente y ha sido desplazado por instrumentos quizás técnicamente más precisos cuando de recolectar información de tipo cualitativo se trata como el grupo focal, el taller y la entrevista.

Entonces ¿Es el radio clip una versión radial del sociodrama? No precisamente. Una de las características fundamentales del sociodrama es la improvisación y la ausencia de libreto. El radioclip como formato radiofónico, en cambio, exige la exploración del lenguaje radial, la combinación de sus elementos y, por supuesto, la elaboración de libretos.

Pero, ¿de qué género hace parte este formato? La respuesta a esta pregunta es quizás aún más compleja que su propia definición.

Un discípulo de Kaplún y maestro de los radialistas apasionados de Latinoamérica, el cubano José Ignacio López Vigil, fue tal vez quien acuñó el término cuando reflexionó sobre el formato de las historias cantadas o canciones adaptadas:

“Seleccionemos canciones que estén en los primeros lugares. Pueden ser sentimentales o de ritmo bravo, no importa. El asunto es que tengan conflicto en su letra, que no se limiten a un estribillo tonto que no da pie a imaginar una posible trama. El libreto puede durar unos 8 ó 10 minutos. Entre una estrofa y otra, se van intercalando las pequeñas escenas donde los personajes mencionados en la canción actúan, se odian o se aman. Después de cada escena, se coloca la estrofa correspondiente. Al final, se puede lanzar la canción completa. Estas historias gustan mucho. Equivalen, en cierta medida, a los videoclips donde uno visualiza una canción. Por eso, se me ocurre llamarlas radioclips, no tanto por la velocidad de las tomas, sino por la imaginación de los temas” (López, 1997).

De este modo, López Vigil ubicó inicialmente al radioclip como un formato del género musical, tal vez por la relación que estableció con el formato audiovisual conocido como videoclip, de gran impacto en la industria de la música. Sin embargo, lo más interesante de esta comparación es la

importancia que López le da al elemento de la imaginación en la construcción de este tipo de formatos.

Y es que la combinación del género musical y el dramatizado en este formato encontró amplia aceptación en las audiencias de la radio latinoamericana, especialmente en aquellas que además de hacer un gran despliegue de creatividad, incorporaron el elemento de la participación:

“Los radioclips pueden hacerse participativos. Radioliberación, en Esteli (Nicaragua), desafía a su público juvenil con una canción de moda invitando a escribir su historia y enviarla a la emisora. En la radio, los productores escogen la mejor versión, la más sabrosa, tal vez la más pícaro, la graban con actores y efectos, y la devuelven a la audiencia.

Me cuenta Wilfredo, el director, que los libretos salen con tanto realismo que la gente se los cree. Después de dos o tres emisiones piensan que las cosas ocurrieron así en la realidad para haber dado motivo a la canción” (López, 1997).

Fue así como este formato, al encontrar grandes posibilidades de reconstrucción de la realidad pero además de reinterpretación y adopción de ritmos y estéticas que en el mundo de lo audiovisual se imponían, como las propuestas por el videoclip; se atrevió a narrar relatos que trascendían el ámbito de las “canciones adaptadas” y hacerlo durante una menor duración.

Al evolucionar de esta manera, el radioclip entonces se alejó, sin aislarse completamente, del ámbito del género musical para entrar a enriquecerse con los recursos del género dramatizado y cobrar vida como un formato que incorpora elementos de cada una de estas categorías e incluso del género informativo.

Así, si se tratara de ubicarlo dentro de algún género de la narrativa radiofónica quizás sería más preciso decir que es un formato del género dramatizado que incorpora elementos de los demás géneros radiales.

Pero, en últimas ¿qué es un radioclip? López Vigil lo definió hace algunos años en el portal de Radialistas apasionados como un “microprograma de tres a cinco minutos que utiliza los más variados recursos de los géneros radiofónicos: diálogos,

locución, música, breves dramatizaciones, información periodística, conflicto, seducción, brillo, humor, pasiones, etc.” (López, 2007).

Como se mencionó al inicio de este texto, en los últimos años este formato, al dejar de relatar exclusivamente las historias de las canciones, encontró un lugar importante en las acciones derivadas de las estrategias de información, educación y comunicación, justamente por su ritmo, brevedad, creatividad y posibilidades de impacto positivo en las audiencias gracias a la utilización de los recursos dramáticos.

En este sentido, hoy por hoy el radioclip no solamente se concibe como un formato radial de entretenimiento sino también con fines educativos y de sensibilización sobre temáticas de interés público.

El portal de Radialistas Apasionadas y Apasionados (www.radialistas.net), especializado en el formato, es un claro ejemplo de la diversidad de temáticas que se pueden abordar a través de él: equidad de género, cultura, ecología, medio ambiente, salud sexual y reproductiva, participación ciudadana, derechos humanos, etc.

Con todo este panorama podría plantearse la siguiente definición para el formato radiofónico conocido como “radioclip”:

Formato híbrido, de corta duración (tres a cinco minutos), que aborda temáticas de interés público a partir de situaciones dramatizadas. Se le considera un formato híbrido, en tanto que integra elementos de los géneros radiofónicos dramatizados, musicales e informativos, en un mismo producto sonoro.

Definir al radioclip exclusivamente como un formato dramatizado llevaría a una visión reduccionista de este tipo de productos, dada su estrecha conexión con la realidad para desarrollar las reflexiones que propone.

De otra parte, ubicarlo únicamente en el ámbito de los musicales, lo devolvería a sus orígenes en donde sólo se ocupaba de dramatizar las letras de las canciones.

Y ponerlo en la categoría de los géneros informativos limitaría las múltiples oportunidades de exploración estética que le permite la re-creación y dramatización de situaciones reales.

Por eso, debido a las grandes posibilidades creativas que ofrece el formato del radioclip, al integrar en un corto producto sonoro los elementos más característicos de los géneros y la narrativa radial, se constituye actualmente en una valiosa estrategia para sensibilizar frente a temáticas de realidad social y en una excelente herramienta de formación de comunicadores sociales en el ámbito de la producción radiofónica.

BIBLIOGRAFÍA

López, J.I. (1997). Manual urgente para radialistas apasionados. Quito: Gráficas Silva.

Kaplún, M. (1997). De medio y fines en comunicación. Revista Chasqui No. 58, Junio de 1997. Disponible en internet: <http://www.comunica.org/chasqui/kaplun.htm>

Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Madrid: Ediciones de la Torre.

Ministerio de Comunicaciones. (1997). Para hacer radio: pensando en el oficio de la radio participativa. Bogotá: OP Gráficas.

BIOGRAFÍA

Alfredo Álvarez Orozco, UPB Bucaramanga, Comunicador Social – Periodista de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Candidato a Magister en Pedagogía de la Universidad Industrial de Santander. Profesor Facultad de Comunicación Social – Periodismo, UPB Bucaramanga. e-mail: alfredo.alvarez@upbbga.edu.co.

