

**DRAMÁTICOS Y CULTURALES
EN RADIO
CURSO 2010/2011**

Magdalena Adrover Gayá
3º Comunicación Audiovisual

1.- INTRODUCCIÓN

El futurismo es una corriente vanguardista de la que su principal exponente fue Marinetti. Empezó en Italia, pero se extendió a toda Europa.

El futurismo busca el por qué la radio puede tener tanta fuerza en las corrientes artísticas y en la sociedad.

Se intentan recuperar las posibilidades de la palabra. Hasta ese momento, los medios de masas se limitaban a la escenografía (espectáculo teatral), la fotografía y el cine (mudo). Cuando aparece la radio, los futuristas están pensando en las posibilidades creativas de la palabra.

En 1913, Russolo escribe “El arte de los ruidos”. En este libro, se defienden las características musicales del lenguaje, se afirma que el ruido es un lenguaje y también es música, y la influencia de la música en el lenguaje y en la voz.

Cuando Marconi inventó la radio y ésta se empezó a comercializar, el impacto de la radio fue mayor que el de la televisión en su momento; se hizo patente el efecto de dominio social y político que podía darse en la población.

Marinetti ve que la radio puede ser una forma artística de conquistar a las masas. Se busca la manera de llegar al mayor número de espectadores a través del espectáculo, el cine y la radio; esta última es la que ofrece más posibilidades, por lo que Marinetti se centra en ella.

En el manifiesto futurista, Marinetti habla de la necesidad de una nueva expresión para la radio, considerada el medio de masas reflejo de los tiempos modernos. Se intenta crear un lenguaje radiofónico.

Se da una abolición del espacio y el tiempo; se puede jugar con ello.

En 1924, y gracias a los futuristas, aparecen los primeros radiogramas.

En cuanto a la radio futurista, tenemos como precursores a los italianos, Charinetti será la figura clave. Impulsaron un estilo que recuperaba los distintos registros sonoros, así como el juego que posibilita la palabra, la voz. Se le daba mucha importancia al ritmo de la palabra y a la forma de hablar, buscaban el desarrollo de la palabra. Para alcanzar el ritmo se empleaba el destrozamiento de las vocales.

El futurismo es la unión de varios elementos:

DRAMATURGIA + CREACIÓN DE IMÁGENES (por medio de voz, música, ruido...) + TEXTOS PARA RADIO

La onomatopeya, en referencia a la radio, se refiere a jugar con la voz a través de sonidos, de forma que, reconstruyendo estos sonidos, se hacen los primeros ruidos en radio. El primer ruidero de la historia fue Fortunato de Pero (escribe “Onomalengua” en 1916. Tenía una gran capacidad vocal y podía hacer ruidos de todo tipo), y el primer ruidero español fue Jorge Janer.

Brevidad en el tiempo y variedad de imágenes (lirismo, variedad...). Se podía llevar lo que se estaba diciendo a la imaginación del oyente.

Existen tres elementos importantes: aparición de los radiogramas (ficción), aparición del ruidero y la creación de imágenes. La función de la radio es crear imágenes a través de las ondas.

El radioteatro es la traslación de una obra de teatro a la radio.

Las primeras emisiones en España fueron en 1925, primero RAJ-1 de Radio Barcelona y más tarde en Unión Radio, de Madrid. En estas emisiones se limitaban a saludar y poner discos.

En los años 30 ya se da una progresión hacia lo que será la radio del futuro (la actual). Se da una aceptación y curiosidad por parte de los intelectuales más conocidos, que se implican (Ortega y Gasset,

Coxá, Ramón Gómez de la Serna...). La única limitación en los primeros años 30 era lo caros que eran los aparatos de radio.

Lo más importante en la radio de la época eran los “Debates del congreso de los diputados” y la retransmisión de toros (ambos en directo). Aunque el género de oro fue el teatro, que en poco tiempo también se pudo retransmitir en directo, sobre todo las zarzuelas y las piezas breves.

Características del teatro de los 30:

- Personajes estereotipados
- Símbolos
- Técnica narrativa totalmente radiofónica con pocos personajes, uso del monólogo y la voz en off, pocos efectos sonoros de estudio y ruidero en su lugar.

La radio encuentra su función educativa en los 70, en zonas dispersas. Como en los inicios, cuando los intelectuales daban charlas y conferencias, se pretende dar cultura a la gente de zonas apartadas.

La forma de hablar y locutar nos parece antigua porque cambia continuamente. Un buen locutor debe saber cómo hablar en la sociedad en la que le toca vivir, adaptarse y amoldarse (entonaciones, cadencias...). Hay que destacar que el lenguaje castellano tiene una entonación seca.

Los oyentes se acostumbraron rápidamente a escuchar teatro en la radio, por ello se fue integrando de forma gradual.

Durante la segunda república, se instalaron líneas radiofónicas permanentes en el congreso de los diputados, las plazas de toros y los teatros de Madrid. Después de la 2ª República, la radio se va a convertir en un instrumento persuasivo.

Durante la Guerra Civil, la radio se utilizaba para hacer propaganda, con la intención de enardecer a las tropas, sobre todo en el bando de Franco. Gebbles, en Alemania, demostró la eficacia de la radio; logró dominar a una población a través de la propaganda radiofónica.

En octubre de 1938, el programa “La guerra de los mundos” (Wells), es fundamental, porque de pronto se dan cuenta de las posibilidades de la ficción. Ésta encaja muy bien en el medio radiofónico.

Los programas de ficción se basan en elementos dramáticos que serán fundamentales para el desarrollo de la radio.

La radio en España entre 1936 y 1939

Activismo bélico y propaganda.

Radioteatro con esa intención; la ficción para movilizar y enardecer. En burgos, María Teresa León motivaba a la población del bando republicano.

Se utilizan personajes comunes (cartero, portera...), los mismos estereotipos que después se utilizarán en los culebrones de televisión. Hay pocos personajes por una cuestión económica. Del teatro de sala se van a tomar unos signos o estereotipos (ej.: Pepe o Nati, los cotillas) para llevarlos al radioteatro.

También hay frecuencia de falsos monólogos. Los medios técnicos eran rudimentarios, se tenían pocos recursos. Se utilizaban pocos efectos sonoros de estudio, y los que había se hacían al momento (se utiliza la figura del ruidero – Jorge Janer - por primera vez en España).

El silencio y el disco puente (música que crea sensaciones) se utilizan para dar realismo al producto.

Ejemplos de la radio como medio de comunicación de masas

- Guerritz: Fenómeno de los medios. Utilizaba el cine y la radio.
- “La guerra de los mundos” (1938) de H.G. Wells
- Emisiones dramáticas (1936 a 1939). Se produce una lucha: obras de teatro clásico español (nacionalistas) vs obras más modernas (republicanas).

2.- GÉNEROS DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO O ESPECÍFICOS

2.1.- Programas de entretenimiento

Musicales

- Programas de música clásica (Ej.: Clásicos populares)
- Programas de música moderna: Radiofórmula (KISS FM, 40 principales...)
- Programas de música especializada: flamenca, jazz...

Variedades

- Magazines: mezclan de todo un poco y son muy largos
- Programas de participación (Feedback. Se retroalimentan del contacto con la audiencia y son muy rentables): concursos, programas eróticos, de invitados... Características:
 - Contacto directo con la audiencia
 - Opinión o sanción de la audiencia
 - La improvisación es un factor indispensable para el conductor
 - Suele contar con un invitado especialista para responder a la audiencia
 - Normalmente no hay diálogo con el que pregunta
- Otros programas de entretenimiento: programas de humor (Guiñol)...
 - Concursos: tienen que ser ágiles, hay premio por la participación de los oyentes
 - De invitados (talk show): lo hace un presentador y colaboradores, se lleva a alguien para entrevistarle.
 - Eróticos: tratan de estimular la sensualidad y la imaginación erótica a través de la historia (tipo literatura erótica). Todo unido a la música, franja horaria nocturna, han sido más avanzados en radio que en TV.
 - Humor: para reír, suelen ser más irónicos y sarcásticos, su auge tiene lugar tras la II GM (en España su esplendor se da en la posguerra), resurge en los 90. Ej.: “La verbena de la Moncloa” (imitaciones), “El jardín del Bonsai” (Sardá).

Programas específicos

- Religiosos: Surgen para informar y formar en la doctrina católica. Se plantean por la necesidad espiritual de los oyentes. Sobre todo se dan en momentos especiales (misa del gallo, Semana Santa...). Con los años surgen nuevas doctrinas, como la evangélica y la islámica. Origen de la COPE (unión emisoras episcopales españolas). Radio arcoíris (CyL), conversión a Radio María a nivel nacional.
- Políticos: Información sobre instituciones, actos, personajes, políticos... Han desaparecido para pasar a ser secciones en los magazines.
- Benéficos: Se hacen fundamentalmente cuando hay catástrofes o fechas emotivas (Navidad). También pueden ser secciones de otros programas.

- Tertulias: Se inician en España en 1984 (“La trastienda”, Cadena SER). Rentables, largas y baratas. Tratan temas sociales y políticos. Opiniones y puntos de vista distintos, no se contrastan ideas, sino que se llevan posturas enfrentadas que generan audiencia. Cada vez hay más tertulias especializadas.
- En colaboración con la TV: Comienzan en los 80 (RNE-TVE). Consistió en emitir una película doblada en TV y la versión original en la radio. La televisión también, para rellenar espacio, emitía las tertulias radiofónicas en directo desde el estudio.
- Divulgativos: Difundir determinadas materias (historia, nuevas tecnologías...). En la actualidad son sobre todo financieros. El primer programa divulgativo fue “El consultorio de Elena Francis”. Los más comunes son jurídicos (de consulta), médicos, científicos, historiam, nuevas tecnologías, viajes...
- De continuidad: Servían para rellenar la programación pero desaparecieron hace una década.
- Deportivos: Tradicionalmente hay dos tipos:
 - Retransmisión en directo: se convierte en un espectáculo. Comenzó con “Carrusel deportivo” en los 60.
 - Revista deportiva: infoanálisis de lo ocurrido. Hoy en día esto se aúna en los magazines deportivos. Entre la audiencia no sólo hay nombres, también mujeres y gente joven. Sobre todo son nocturnos, te despiertas con la emisora con la que te acuestas, así ganan audiencia.
- Taurinos: Mayor presencia en temporada taurina, un ejemplo clásico es “Los toros” de la SER.

Programas para audiencias determinadas: programas juveniles, infantiles, femeninos, para la 3ª edad, para públicos con minusvalías... audiencia específica y definida.

- Femeninos: apoyo a la mujer, igualdad, violencia de género... pero sin tratar de ser feministas para no reducir audiencia.
- Infantiles: niños menores de 13 años. Primer programa de gran éxito: “onda-mini”.
- Juveniles: niños mayores de 13 años. Están basados en boom de personajes mediáticos y son un gran éxito financiero (conciertos, discos...). Ej.: Hannah Montana, Honas Brothers...
- Tercera edad: Tratan lo más importante para este colectivo (jubilación, viajes, salud...) y tienen mucha audiencia.
- Disminuciones físicas: Radio ONCE.

Radio Servicio: microespacios en los que se da la hora, el tiempo, el tráfico, la cartelera... Las radios en las situaciones difíciles (catástrofes, guerras...) cumplen una función social importante, ya que son lo único que funciona cuando todo falla.

2.2.- Los dramáticos y culturales

Arranque y pilares de los dramáticos en radio

Aunque la radio ya existía en los años 20, ganará mucha importancia hacia el año 1937, cuando se produce la primera retransmisión de Radio Nacional en Salamanca (Radio del Gobierno, la voz del Régimen).

Los pilares de los dramáticos y culturales en la radio española se encuentran, además de en la fundación de RNE, en la aparición de la SER en la década de los 40. Va a haber un paralelismo entre la construcción de

Radio Nacional y la fundación de la SER. Mientras RNE se convierte en la radio de información y propaganda, la SER va a ser la radio de entretenimiento.

Cadena SER

Carlos Fuertes Peralba y Julia Calleja eran locutores, estrellas de la Radio Unión Republicana que cuando se funda la SER se pasan a esta nueva emisora. A ellos se les suma un locutor y periodista chileno, Bobby Deglané, y un locutor y guionista, Antonio Calderón. Estos cuatro personajes serán los 4 pilares fundamentales de la SER y de los dramáticos en radio. A su alrededor se consolida la nueva marca de la SER a partir de 1942.

Frente a la consolidación de RNE como la radio de la información, la SER se consolidará como la radio de entretenimiento (2 perfiles diferentes). La SER ofrecerá dramáticos, concursos, deportes... en definitiva, todo aquello que la sociedad del momento podía demandar a nivel lúdico, que abarcaba principalmente 3 temáticas diferentes:

- Tauromaquia
- Música
- Crítica teatral y cinematográfica

Bobby Deglané fue una figura trascendental en la radio española. Aparece en España hacia 1934. Era agente publicitario de una empresa americana que tenía la pretensión de introducir en la radio del país espectáculos de lucha libre (pressing catch). Éstos eran más un espectáculo deportivo-teatral que una retransmisión deportiva. Eran veladas itinerantes, como una especie de circo, de las cuales él mismo era locutor, y que compraban espacios a empresas radiofónicas para promocionar el espectáculo. Este precedente de locutor-espectáculo en programas de entretenimiento va a ser fundamental, porque va a introducir 3 elementos imprescindibles para la evolución y transformación de la radio española. Deglané resulta ser una revolución en Europa, puesto que algo así sólo se había conocido en EEUU. Rasgos característicos de Deglané:

- a) Locutor publicitario: va a ser el primero en publicitar X marcas dentro de la propia retransmisión del evento. Divertimento del espacio deportivo (Juanma Ortega)
- b) Locutor-animador: va a construir una narración en la que se pueden distinguir personajes buenos y malos. Marca una narración dramática. Crea espectáculo.
- c) Locutor radiofónico: retransmite todo tipo de eventos deportivo-teatrales. Es él el que inicia las retransmisiones deportivas en radio. Narra lo que ocurre.

Aparición de los dramáticos

No se puede entender la evolución de la radio sin los dramáticos, la ficción, que era como un banco de pruebas, donde se probaban cosas nuevas y se tanteaba el terreno.

El primer programa que se puede denominar dramático aparece en 1942, y se llama "*Fin de Semana*". Este programa mezclaba todo tipo de concursos y dramatizaciones. Apuesta por una nueva forma de crear, y fue el primer programa de la SER destinado a captar patrocinadores, por lo que se colocó en una franja horaria de máxima audiencia (prime time).

Antonio Calderón va a ser el responsable de la creación del cuadro de actores (plantilla de voces) de la SER, cuyas voces alimentarán los diferentes programas de esta cadena. Algunos de estos actores provenían del mundo de la escena. Antonio Calderón inventará tanto los programas infantiles como los magazines, el

radioteatro y la publicidad; con ellos pretendía fidelizar tanto a los niños como a las amas de casa. Calderón también será el encargado de escribir los guiones de la primera serie infantil de la SER, llamada “*Empanadillo y Pirulo*”, que supondrá un gran “boom” por aparecer en una época en la que la escasa variedad de programas hacía que cualquier género fuese novedad. Creador de “Hora 25” y ganador de varios premios Onda.

En 1947 la SER firma una colaboración con la BBC. Por esta época las relaciones diplomáticas de España con el resto de potencias eran nulas, ya que la situación de España después de la II Guerra Mundial era de total aislamiento. Esta colaboración de la SER con la BBC es todo un acontecimiento para la radio española precisamente porque rompe este aislamiento.

La colaboración es un acuerdo para hacer nuevos programas, concretamente, para emitir una adaptación de “*El Quijote*” en una radio-novela de 30 capítulos llamada “*Don Quijote de la Mancha*”. Esto provoca la posibilidad tanto de colaborar como de ver lo que se hacía fuera.

Hay otra producción de la SER que también va a ser relevante: “*Pototo Y Boliche*”, porque con ella se va a congrega todo el cuadro de actores de la SER y van a empezar a producir un programa diario. Surgen así las primeras voces, las llamadas “voces de los característicos” (la voz de la dama, la voz del galán, la voz del rufián...), que tenían una variada polifonía que permitía crear cualquier tipo de producto con ellas. Este cuadro estaba formado por las voces de 10 personas: José M^e Rodero (galán), Carmita Arenas, Juana Ginzo, Matilde Conesa, Pedro Pablo Ayuso, Ángel Ter, Matilde Vilariño...

Estas voces serán las grandes voces del doblaje de los años 60. Por ejemplo, **Carmita Arenas** fue de las primeras actrices que trabajaron en doblaje en España, que tendrá un desarrollo paralelo en radio y en televisión. Es considerada la precursora de las “grandes damas de la radio”, un fenómeno que provocó un auténtico empuje de masas por el cual se escuchaba la radio sólo para oír su voz. **Matilde Conesa** daba voz a la mujer de David el Gnomo y a la Bruja Avería. **Juana Ginzo** era Ama Rosa, todo un hito en la radio. **Matilde Vilariño** irrumpió en el mundo del doblaje hacia los años 40-50, doblando en las películas del momento a actrices como Estrellita Castro. **Ángel Ter** va a tener una importancia clave dentro de este elenco, por su “voz talismán”, muy versátil, con un amplio registro y dotada de caracterización propia, que le permitía utilizar un amplísimo abanico de voces, ruidos, sonidos... (imitación y caracterización). Ante la carencia de medios técnicos, contar con una voz con semejantes características era una gran ventaja, pues significaba tener una voz que eran muchas voces y sonidos al mismo tiempo (en la actualidad, podría comprarse a Carlos Latre). En una ocasión, realizó 14 voces de las 20 que había en un cuento, a la vez que hacía unos 26 efectos en directo.

En definitiva, las voces de estas personas se convierten en referentes, que conseguirán la fidelidad de la audiencia, por lo que supondrán una ventaja para las emisoras.

Antonio Calderón, también llamado “El maestro”, fue un guionista y adaptador de obras para radio y cuarto pilar de la cadena SER. Puso en marcha lo que se conoce como “la fábrica de las emisiones dramáticas”; es decir, la retransmisión de programas de ficción en todas sus modalidades. Así creó emisiones emblemáticas como el “Teatro del aire”, que consistía en la retransmisión de obras de teatro a través de las ondas. Las obras que se retransmitían no sólo eran obras creadas por él, sino también series históricas, emisiones experimentales, programas infantiles, series costumbristas, novelas... En cuanto al estilo de las retransmisiones del “Teatro del Aire” se difundían obras como: *Las Troyanas*, de Eurípides; *Don Juan Tenorio*, de Zorrilla; *Vidas Cruzadas*, de Benavente; *Hamlet*, de Shakespeare...

El grupo de actores, guionistas y voces que van a trabajar estas obras formarán lo que se conoce como **Generación Kieve**. Esta generación nace en 1946, cuando la SER contrata, a través del embajador norteamericano en Madrid, los servicios de Robert S. Kieve. Este señor pretendió y logró la profesionalización de la radio en España (empezó por Radio Madrid, pero otras emisoras intentaron copiarlo): de sus actores, guionistas, realizadores... Robert S. Kieve fue profesor y tutor del lenguaje Dramáticos y Culturales en Radio – Curso 2010/2011 – Magdalena Adrover Gayá

radiofónico. Creó una emisión para intentar recabar profesionales para el mundo de la radio que se llamaba *"Tu carrera es la radio"*, una especie de Operación Triunfo para conseguir la especialización de la plantilla de la radio. Kieve logró equiparar la radio española con lo que se estaba haciendo en ese momento en la radio de entretenimiento americana. Algunos nombres salidos de la Generación Kieve son: Pedro Pablo Ayuso, Julio Varela, Matilde Conesa, José Luis Pecker, Matías Prats (padre), Joaquín Prats... pero, fundamentalmente, Guillermo Sautier.

Antonio Calderón va a dejar huella con todos sus trabajos, pero hay uno llamado *"Pasos"* que impactó especialmente. Lo crea en 1947, bajo pseudónimo y en un momento de precariedad. Era una emisión de ficción en la que el personaje principal es mudo (no habla), y su presencia sonora se interpreta única y exclusivamente mediante el sonido de sus pasos y por lo que dicen otros personajes. Esta retransmisión crea todo un lenguaje de efectos sonoros, un complejo código de ruidos y efectos que da riqueza sonora a la radio. *"Pasos"* revolucionó bastante la radio española, porque al coincidir con la aparición del magnetófono incluía ruidos grabados en la calle (el sonido del tren, del zoo...). En él se reflejan dos elementos importantes en la evolución de la ficción:

- La función narrativa de los efectos sonoros, que se convierten en protagonistas
- La importancia de los diálogos, puesto que hasta el momento se usaba narrador, pero en este caso no.

Además, no se hace en directo, sino que se edita. Así, aparece por primera vez la posproducción o el montaje.

Otro trabajo que, junto a *"Pasos"*, resultó trascendental para la radio española fue la adaptación en 1948 de *"El hombre invisible"* de H.G. Wells. Aquí aparecieron las primeras colecciones de efectos sonoros grabadas en unos discos procedentes de EE.UU., que Jorge Janer introdujo en España, convirtiéndose en el primer especialista en efectos sonoros. El éxito de esta obra también se debió a que los locutores podían escuchar lo que se estaba lanzando desde el control (hasta ese momento no había casos, todo se hacía con señales), creándose así una nueva forma de trabajar.

Supuso un salto cualitativo.

3.- GÉNEROS FICCIONALES. El serial radiofónico

3.1.- Evolución de los géneros ficcionales (seriales)

Los primeros seriales

Uno de los personajes más importantes de esta época fue Guillermo Sautier, que comenzó a dramatizar y adaptar novelas clásicas hasta transformarlas en seriales. Estos seriales se pusieron en marcha entre 1947 y 1948, y uno de los más conocidos fue el Conde de Montecristo. Esto conllevó una aceleración del ritmo de trabajo y a que la presencia de los dramáticos en la radio aumentara.

Entre las obras del “Teatro del Aire”, el trabajo de Calderón fue muy importante y produjo unas consecuencias:

- a. Calderón y Sautier constituyen grupos estables de creación de guiones.
- b. Sautier va a dirigir sus propios seriales: se encarga de la realización radiofónica, la dirección de los actores, de los repartos, etc. Sautier adquiere un gran poder, lo que supone que la gente quiera obtener un puesto en sus programas.
- c. Se da una producción continuada de seriales, que empiezan a ser adaptaciones rápidas del contenido de las novelas (20, 30 o 40 capítulos de entre 15 y 20 minutos). Este acortamiento de las novelas va a suponer la necesidad de la aparición de la figura del narrador, que es una voz que unifica y hace avanzar el texto de forma rápida. Éste se instauró como una presencia estable que nunca formaba parte de la acción dramática. Casi siempre era una voz masculina, de timbre agradable, gran sonoridad y pocos matices interpretativos. Esta fórmula caló hondo e incluso se trasladó a la televisión. En la actualidad, no todos los narradores son voces masculinas.

Formatos de los primeros seriales

Hasta los años 50 había dos formatos de éxito en la radio que eran explotados por las estrellas del momento (Calderón, Deglané, generación Kieve...), el radiograma y la cabalgata fin de semana. Con la llegada del serial, un poco antes de los años 50, empiezan a aparecer nuevos formatos:

- **Serial:** la connotación negativa que hoy en día nos suscita el término (proveniente de la imagen de los 70 en la radio y los 80 en TV) no se corresponde con la idea que suscitaba en los años 50. El serial en aquella época era una radionovela o escenificación, de emisión fragmentada por capítulos, que tenía un guión específico para radio y que era muy del gusto de los oyentes. Independientemente de su calidad literaria o técnica, de su puesta en escena, del género al que perteneciera (melodrama o aventuras), o de su equilibrio narrativo entre narrador y actores, el serial se caracterizaba por la continuidad espacial y temporal, que se fundamentaba en que el final de un capítulo fuera intenso (clímax) y quedara abierto (inconcluso) para que el inicio del capítulo siguiente estuviese cargado de tensión narrativa. Esto provocaba que el espectador se enganchara. Los seriales de los años 50 tenían entre 20 y 40 capítulos; pero fueron evolucionando y cuando llegaron a estar compuestos por 100 o 200 capítulos se convirtieron en el culebrón actual.
- **Serie:** también es una producción seriada pero no tiene continuidad espacio-temporal (lo que se cuenta o sucede empieza y se acaba en el mismo capítulo). La serie está formada por un conjunto de episodios, cada uno de ellos con un final cerrado (Ejemplo: Matilde, Perico y Periquín...). Lo que los convierte en una serie es la existencia de un denominador común, que pueden ser los mismos personajes o la misma acción dramática.

- Radio-teatro: es la escenificación de obras teatrales a través las ondas. Las obras se presentan fragmentadas en una serie de actos que se exponen en una única sesión (de entre 60 y 90 minutos), y que generalmente incluye un descaso (2 minutos para la publicidad).

El concepto de radiograma surge de la unión de estos 3 pilares o subgéneros, sobre todo desde los años 40 hasta los 90, aunque su definición exhaustiva, sobre todo a partir de los 90, también engloba cualquier otro género que no encaje dentro de los 3 subgéneros citados: emisiones experimentales como cuentos, narraciones...; humor, publicidad creativa...

La idea que tenemos actualmente del serial está asociada a una radio antigua y poco creativa, pero hay que tener en cuenta que, en sus años dorados, los productos melodramáticos asociados a valores conservadores que comulgaban con el régimen franquista funcionaban muy bien. Los seriales, entonces, se erigen como espejo social de la época: reflejan valores, normas morales... La trama y los personajes respondían también a los cánones conservadores de la Iglesia y la Falange. Sin embargo, y profesionalmente hablando, las innovaciones y el progreso no hubieran tenido lugar sin la existencia de los seriales, ya que estos se convirtieron en el banco de pruebas de los elementos que se iban incorporando al mundo de la ficción, convirtiéndose en un elemento fundamental de la modernización.

El serial y la modernización de la radio

El serial introdujo una serie de instrumentos que ayudaron a modernizar la radio española:

- Periodicidad: la periodicidad con la que se emitían (diariamente) era una estrategia narrativa para enganchar a la audiencia (provocan adicción).
- Eficacia comunicativa y narrativa: en relación con la característica anterior, se refiere a que, al dejar los capítulos en suspense, el serial incitaba a los espectadores a volver a escuchar la serie para seguir su progresión.
- Audiencia fiel: el serial en las emisoras era el medio ideal para crear una audiencia fiel.
- Empresas publicitarias: gracias a la consolidación de esa audiencia fiel, las empresas publicitarias empezaron a acudir a la franja horaria de los seriales para emitir sus anuncios, lo que supuso un incremento de beneficios por parte de la emisora. La emisora puede garantizar una cierta audiencia a los anunciantes, lo que supone un gran atractivo para los patrocinadores.
- Profesionalización y especialización: gracias a esta rentabilidad del serial se produjo una mayor profesionalización y especialización de técnicos, actores, realizadores... (El incremento de beneficios supuso un incremento de los sueldos de los trabajadores y esto trajo estabilidad).
- Selecciona al público: El relato tiene que transcurrir sincopado con las pasiones; las pasiones aguantan todo el capítulo (unos 30 minutos). Se alargará todo lo que exija la campaña comercial. Tienen su propia lógica, códigos no racionales que actualmente nos parecen normales, pero que entonces no eran habituales.
- Pocos personajes, espacios sugerentes y voces caracterizadoras.

Por todo ello, estos programas dramáticos tienen tanta importancia en la evolución de la radio.

Algún tiempo después, ya en la temporada 58-59, el número de seriales aumentará tanto que va a suponer la ampliación de la franja horaria, que hasta entonces se limitaba a la llamada "carta de ajuste".

Las emisiones matutinas no surgieron hasta el año 87, cuando el programa "*Por la mañana*", conducido por Jesús Hermida, supone la aparición de la televisión matinal, que se dedicaba exclusivamente a dar noticias. La extensión de la franja horaria y la continuidad implican la necesidad de crear mayor número de productos en menos tiempo, y esto repercutió en la calidad de los productos de la radio.

Guillermo Sautier escribe para Radio Madrid más de 300 novelas seriadas y 12.000 guiones (adaptaciones de episodios históricos, seriales, relatos cortos...). Unas 20 de esas radionovelas se convirtieron en espectáculos teatrales e incluso dos de ellas ("*Lo que nunca muere*" y "*Ama Rosa*") se llevaron al cine con mucho éxito. Para construir todas estas novelas, la "*fábrica Sautier*" seguía siempre el mismo proceso:

- Argumento general de la novela, como si fuese un relato corto, sin diálogos.
- Descripción de tramas y personajes, también sin diálogos.
- Argumento general y desarrollo de cada capítulo. Esta tarea la delegaba en su mujer y brazo derecho, Luisa Alberca, que para un capítulo de 20-30 minutos escribía unos 18 folios. Describía los diálogos, la intervención del narrador, el módulo espacio-temporal, los efectos sonoros...

Sautier siempre estaba presente durante el ensayo y la grabación de los capítulos. Era él quien dirigía y coordinaba la puesta en escena sonora.

El éxito del serial

El boom del serial tuvo lugar en la temporada 1953/1954, con la producción diaria de Radio Madrid (SER) titulada "*Lo que nunca muere*". Este serial acuñó la famosa frase: «oyentes, se paraliza la vida en el país a las 5 de la tarde para escuchar el serial». El éxito de esta radionovela, perfectamente adaptada a su tiempo, residía en su vocación de servir a la población española, ensalzando a la clase medio-burguesa triunfadora en la Guerra Civil. Se puede decir que los frentes que condujeron a esta novela al estrellato fueron tres: el anticomunismo, la exaltación de la Iglesia (Católica, Apostólica y Romana) y la notoriedad publicitaria de la cadena SER (la SER le hace mucha publicidad).

Sin embargo, poco después de que el serial llegase a alcanzar su máximo esplendor, apareció un elemento distorsionador: la radio pública (RNE). Ésta se financiaba con dinero de los presupuestos del Estado, e inicialmente se dedicaba a transmitir solo información, mientras que las privadas (se financiaban con los ingresos de la publicidad) se centraban en los programas de entretenimiento. Pero a partir de 1953, tras el boom de "*Lo que nunca muere*", la radio pública intenta comercializarse copiando contenidos a la cadena SER, e incluyendo entretenimiento en su programación para intentar captar a los anunciantes. Esto desata una encarnizada batalla entre la radio pública y la privada (RNE pretendía beneficiarse del dinero de los fondos del Estado y también del dinero derivado de la publicidad). En ese mismo año (1953), RNE compra "*Las aventuras de Harry Line*" (importada de la BBC) y la SER adquiere los derechos de grandes productos y los adapta con grandes voces y actores como Rafael Ribelles. Así, ambas emisoras jugaban a la contraprogramación; es decir, pretendían encontrar un producto que desbancase a la competencia (Guerra de Contraprogramación).

Grandes voces del serial

- Rafael Ribelles: no llegó a ser un asiduo a poner su voz en la radio, pero sus intervenciones influyeron decisivamente a Pedro Pablo Ayuso y a Matilde Conesa. Era actor de teatro.
- Pedro Pablo Ayuso: nacido en Burgos. Gracias a su trabajo en la radio se insertó en el cine como actor y doblador (pasó de la radio al cine). "*Matilde, Perico y Periquín*".
- Matilde Conesa: dobló a grandes actrices como Ingrid Bergman y Bette Davies. También participó en radionovelas como "*Fortunata y Jacinta*" o "*La risa*", pero sobre todo destacó en "*Matilde, Perico y Periquín*". Esta radionovela, que se emitía con carácter semanal y duraba 15 minutos, tenía como temática la creación y desarrollo de un modelo de familia de clase media, consumidora, con coches,

electrodomésticos... la moda que hacía furor en España por aquellos años. Cuando en los años 80 el Cuadro de Actores cae en picado, Matilde Conesa desaparece de la radio con la serie “La saga de los Porretas”, que alcanzó un gran éxito.

- Matilde Vilariño: trabajó en radio, doblaje y teatro. Es la voz de los niños (puso voz a “Marcelino pan y vino”) y de las grandes damas.
- Juana Guinzo: trabajó hasta hace poco tiempo. Pese a no tener la claridad de timbre de Matilde Conesa o Maribel Alonso, posee un registro y un carácter interpretativo que la convirtieron en la mujer más versátil de la representación radiofónica; por esto fue una gran dobladora. Interpretó muchos papeles, pero el que le reportó más fama fue el de “Ama Rosa”. Esta serie se centra en el drama y no incide tanto en los aspectos ideológicos, aunque es cierto que propugna el amor de madre por encima de cualquier dificultad económica. A esta serie se la definió como la serie de la madre sacrificada de abnegación cristiana. Está basada en la novela cubana de los años 20 “El derecho de nacer”. “Ama Rosa” va a suponer un éxito rotundo de la cadena SER y un reconocimiento hacia Juana Guinzo.

La decadencia del serial

Durante la temporada 1958-1959 el número de seriales es tan alto que tienen que empezar a emitirse también en la programación matinal. En esa época la radio se convierte en una devoradora de productos, lo que supone un paso hacia atrás en la evolución de la radio (más cantidad implica menos calidad). Así, el serial va degradándose y perdiendo calidad. A esta situación hay que sumarle que, con la aparición de la televisión, las empresas publicitarias acuden al nuevo formato, por lo que las emisoras pierden buena parte de los ingresos que destinaban al sueldo de profesionales.

Cuando llegaron los 60, dentro de la radio se produjo una dualidad: en la primera mitad de los años 60 la radio estaba volcada en el serial y otros formatos dramáticos, y en la segunda mitad se produjo la desaparición casi total de estos géneros. Los factores que provocaron que, poco a poco, los seriales fueran desapareciendo fueron:

- Publicidad: con la llegada de la televisión, a finales de los años 60, la publicidad apenas invertía en radio (los publicistas se dan cuenta de la fuerza que tiene este nuevo medio y apuestan por él)
- Disolución del Cuadro de Actores: provocada por problemas económicos (despidos) y por a la falta de confianza e interés de patrocinadores y emisoras. Los directores de cuadros escénicos y los actores van a ser reciclados en otras funciones (redacción, locución...) Es el caso de Primitivo Rojas.
- Desprestigio y degradación del serial, motivado por:
 - Los actores apenas van a poder ensayar y no van a ser dirigidos correctamente. Sólo seguirán grabando novelas para radio cuando el doblaje de cine y televisión se lo permita, ya no dan exclusividad a la radio.
 - Debido a los recortes económicos (se quedan sin patrocinio) los actores secundarios van a ser actores mediocres, de poca calidad y con actuaciones poco preparadas.
 - El guionista o adaptador, ante la precariedad económica, abusa de la figura del narrador porque es más barato. Esto reduce notablemente las posibilidades expresivas, haciendo que la calidad y el interés decaigan.
 - Los efectos sonoros se van reduciendo con el fin de simplificar la narración y abaratar costes. Los especialistas sonoros, muy valorados años atrás, empiezan a ser despedidos porque no se les

podía pagar. El número de especialistas en efectos sonoros a finales de los 70 es tan reducido que en algunas emisoras sólo tienen uno.

- Los actores, guionistas, realizadores... pasaron a la televisión, que les ofrecía mayor proyección, mayores sueltos y aprender un medio nuevo de comunicación.
- Ritmos de trabajo: el ritmo de trabajo era tan “negrero” que se pretendía que por cada minuto de grabación se obtuviese un minuto de emisión. La consecuencia de este estresante ritmo de trabajo era una emisión completamente plana, con un montaje musical poco creativo y de baja calidad, en el que el narrador a veces no estaba justificado. El serial va a ser víctima de su propio crecimiento.
- Abuso de las redifusiones (repeticiones): se vuelven a emitir los seriales una y otra vez, recuperando antiguos programas según la época o el horario, pero no una vez, sino mucho. Esto acaba quemando al oyente. La redifusión se emplea desde hace mucho, pero si se abusa de ella no funciona (La excepción son “Los Simpson”)
- Culebrones: a partir de la temporada 1968-1969 los seriales se acaban convirtiendo en culebrones (tienen sobre 200 capítulos y una estructura muy melodramática), de argumento redundante y previsible. Son más melodramáticos, y están cargados de redundancia argumental y narrativa. Los culebrones son una vuelta de tuerca del serial con la que se intenta desesperadamente mantener a la audiencia femenina pegada a la radio desde el mediodía hasta la tarde. La máxima exaltación del culebrón se produjo con “Simplemente María” (400 capítulos emitidos entre 1971 y 1973 por RNE), una adaptación de una novela argentina que tuvo mucho éxito en España. RNE hizo mucha promoción de este culebrón (hicieron una fotonovela, editaron discos como el de Darío, un cantante chileno...). Por su parte, la SER inicia la contraprogramación con “Lucecita”. Esto facilitaba que la publicidad se mantuviera.

¿Por qué las emisoras matan el serial? (Sensación de matar a la gallina de los huevos de oro)

- Se apuesta por las emisiones televisivas: cada vez se invertía más en la calidad de los productos televisivos, por lo que se empiezan a emitir series y largometrajes de bastante nivel (“La ley del silencio” de Marlon Brando fue la primera) que desbancan por completo al serial. La radio no puede competir.
- Transvase de técnicos: la crisis del serial va a suponer un transvase a la televisión de técnicos, dobladores, guionistas... que huyen de la radio buscando mejores oportunidades.
- La televisión pagaba mejor y otorgaba más renombre.
- Doblajes: se empiezan a emitir muchas películas y series de tv americanas que venían dobladas en puertorriqueño. Este doblaje no fue bien aceptado en España, por lo que la demanda de dobladores provenientes del mundo de la radio aumentó. La radio se quedó vacía.
- Factor personal: Cuando la radio va perdiendo referentes (voces, programas, técnicos) se va a intentar crear el anclaje de otra forma, y empiezan a salir profesionales como Luís del Olmo o Iñiqui Gabilondo, que enfocan su carrera a la información y el entretenimiento. La ficción deja de ser el referente. Se crean los magazines. Los programas de ficción tal y como se había conocido hasta el momento se eliminan. A comienzos de los años 70, en la radio aparecen nuevas voces que exigen un nuevo tipo de programación más acorde con las nuevas tendencias. Nace una radio que mezcla información y entretenimiento; nace la radio de espectáculo.

3.2.- Formatos de los géneros ficcionales

En este momento, en la radio española surgen 3 géneros ficcionales diferentes, 2 de aspecto teatral y otro no. Son los monólogos y los diálogos radiofónicos.

Monólogos radiofónicos

Los monólogos radiofónicos o “one man show” (concepto de la radio norteamericana) son programas que ya habían existido en los inicios de la radio. En 1937 Enrique Jardiel Poncela hizo, desde Argentina, monólogos radiofónicos con mucho ingenio; pero ya antes que él, a principios de los años 30, Ramón Gómez de la Serna también había hecho algún monólogo. En la posterior recuperación del género, los referentes más claros fueron:

- Gila: monologuista con un perfil muy amargo, dedicado fundamentalmente a la crítica social con toques irónicos. Sus monólogos se basaban en guerras irrisorias (con claras alusiones a la Guerra Civil, que él vivió en sus propias carnes) y muertes tratadas con un humor negro único en su época. También hablaba de la pobreza y de la ignorancia. Estaba socialmente muy comprometido, era políticamente incorrecto y no tenía pelos en la lengua, pero a la gente le gustaba escucharlo.
- Pepe Iglesias (el zorro)
- Juanito Zahor: tuvo mucho menos peso que los dos monologuistas anteriores. Juanito Zahor (patrocinado por chocolates Zahor) llevaba un programa infantil dentro de un mundo de adultos; este espacio ofrecía una versión infantil de la realidad, criticando el mundo de los adultos. La importancia de este personaje es que fue el precedente de Manolito Gafotas de Elvira Lindo.

Diálogos radiofónicos

Su embrión fue el teatro (referentes: Don Quijote y Sancho Panza). Este género se apoya en la importancia que tiene el contraste dentro de los diálogos, y para ello utiliza como recurso la pareja. Se trata de parejas reconocidas como *Tip y Coll*, *Faemino y Cansado*, *Gomaespuma...* En ocasiones, el segundo personaje no es de carne y hueso, sino que es un muñeco (*Mari Carmen y sus muñecos*, destacando Doña Rogelia), o puede darse también que un solo personaje se desdoble en dos o más personajes (Javier Sardá y el Señor Casamajó, Carlos Latre dentro de la sección *El Corral de la Pocha* del programa *Buenos días* de RNE o Luis Figuerola Ferreti y Doña María en el programa *El Tranvía* de RNE).

Humor costumbrista y ficcional (no teatral)

El ejemplo más claro de este género son los ripios del día, que son secciones diarias dentro de los ómnibus de mañana o de tarde, que tienen una métrica versificada, y cuya finalidad era llevar al público a hacer una reflexión jocosa sobre diferentes situaciones reales. Las rimas dan mucho juego en este género, pero no siempre se hacen. Jaime Campany y Alfonso Usía hicieron costumbrismo en Onda Cero. Hoy en día el humor costumbrista está presente en algunas pocas emisoras, como por ejemplo la SER.

4.- LOS CULTURALES

4.1.- Enfoques y variedad

Los culturales, hoy en día, no dejan de ser un elemento híbrido en cuanto a los formatos. Pero como la radio cada vez se va equiparando más a la televisión, esta variedad tiende a reducirse a tres tipos:

- Géneros informativos
- Programas ómnibus: son una especie de cajón de sastre en el que cabe todo tipo de contenidos.
- Otros: también hay programas de contenido musical y de muchos otros tipos:
 - Programas musicales: aquellos programas cuyo contenido es fundamentalmente la música. Carlos Tena, José Ramón Pardo, Joaquín Luque... empezaron en programas musicales, que no son otra cosa que programas culturales que hablan de música, de su historia, de sus autores, de épocas... mientras se oye música. Los programas musicales pueden ser de 3 tipos:
 - Programas de música clásica: son programas del estilo de “Clásicos populares” de RNE. Este tipo de programas tienen básicamente dos fórmulas: o bien difundir conciertos en directo/diferido (el locutor lo único que hace es transmitir datos sobre el autor, la obra... y en un momento determinado puede hacer una entrevista), o bien ofrecer grabaciones íntegras o parciales de las obras. El objetivo de ambas modalidades, pero principalmente de la segunda, es la divulgación y la labor pedagógica (pretenden difundir la obra pero también pretenden dar a conocer todo lo que la rodea). Estos programas suelen ofrecer fragmentos musicales diferentes bastante entremezclados, pero bastante asequibles y entre ellos suelen intercalar chistes, chascarrillos, detalles...

Las claves de este género desde el punto de vista del locutor son:

- la voz del locutor no se puede superponer con los sonidos: unos elementos nunca se pisan con otros e incluso se deja entre ellos unos segundos de separación.
- Debe ofrecerse una obra completa o una sección
- Los sonidos tienen que respetarse; es decir, los técnicos no tienen que manipularlos porque el sonido debe de ser perfecto
- La calidad de las obras que se lanzan tiene que ser excelente, excepto cuando se trata de una grabación especial, como una grabación en vinilo.
- Programas de música moderna: son programas llamados radiofórmula. Actualmente ocupan buena parte de las parrillas radiofónicas (Ejemplos: los 40 Principales, que fue importada a España en 1966 por Robert Kieve).
- Programas de música especializada: estos suelen estar en una franja horaria especial. Son programas de jazz, música regional, blues... Se asemejan a los programas de música clásica en que, además de música, también ofrecen datos y entrevistas relacionados con ella.
- Programas misceláneos: están orientados hacia el entretenimiento, aunque también incluyen información. Es decir, tratan de ofrecer datos de actualidad, pero primando siempre el entretenimiento.

El programa base de este formato es el magazín, que presenta contenidos inconexos y mezclados, unidos únicamente por el estilo que imprime el presentador. La palabra es el elemento fundamental de los programas misceláneos (entrevistas, tertulias...) y, a diferencia de lo que pasaba en el año 2000, aquí los efectos sonoros y las músicas cobran bastante importancia (desde 1995 se han convertido en pilares fundamentales). Este género no tiene un

guión cerrado porque tiene que dar cabida a todo tipo de información, pero lo que sí tiene es un estricto minutado que detalla las preguntas, las intervenciones, las diferentes secciones, el principio y el fin de los programas... Son programas en los que lo que prima es el directo y la inmediatez. Así, uno de sus elementos característicos es el feedback (retroalimentación, intervenciones telefónicas) con el que buscan un mayor y más directo contacto con la audiencia. Suelen ser en directo.

- Tienen una larga duración (de 1 a 5h).
- Tratan de seguir la actualidad a través de interlocutores con gancho.
- Frecuentes conexiones con emisoras regionales/locales y unidades móviles.
- La fórmula más habitual consiste en secciones y se repiten diara o semanalmente.
- Están fuertemente marcados por la por la personalidad del presentador.
- En ocasiones se convierten en líderes de opinión.
- Labor importante de documentación.

4.2.- El elemento híbrido en sus formatos

El elemento híbrido en cualquier tipo de programa consiste en que nos ofrezca información, parodia, espectáculo... Diferenciamos dos formas o estilos principales de desarrollar el elemento híbrido:

- Info-entretenimiento (Ejemplo: La Noria).
- Info-show (Ejemplo: 59 segundos).

4.3.- Especificidad del cultural científico

Hoy en día, la mayor parte de las empresas radiofónicas tienen apartados cultural-científicos, que pueden constituir una sección de un programa (aparición esporádica) o pueden erigirse como programas independientes (aparición habitual). No suelen ser programas con mucha audiencia, pero la mayoría de las emisoras los ofrecen porque dan prestigio, suscitan un gran interés cultural y, en algunos casos, porque son de obligada inclusión (caso de RNE).

Los culturales científicos están presentes en la programación de las emisoras más fuertes del mundo, aunque cada una los enfoca de una manera diferente:

- BBC: trata diversos temas científicos en programas regulares y habituales.
- Radio France: ofrece programas diarios de contenido científico (versan sobre salud, medioambiente...etc.) pero también tiene monográficos a propósito de la actualidad.
- RAI: suele ofrecer contenidos científicos dentro de los programas. Aquí la información científica son secciones, no programas completos.
- Hispanoamérica y África (Nicaragua, El Salvador...): utilizan mucho la radio como vínculo de enseñanza con zonas que carecen de forma alguna de educación o información.

La radio europea se distingue de la del resto del mundo por el tratamiento o uso que se le da. En España, hubo un tiempo en el que los culturales de radio estaban muy desarrollados y llegaron a obtener diferentes reconocimientos. Recibieron premios Onda, siendo muy destacados:

- En 1955 y 1961 “Los progresos científicos” de Manuel Vidal, emitido en Radio Barcelona.

- En 1962 y 1964 “Consejos del doctor” de Cristóbal Martínez Bordiú (cirujano).
- En 1963 “La salud es vida” de Luís Ortiz Muñoz, emitido en Radio Barcelona.
- En 1977 “Tiempo de vivir” de Manuel Torreiglesias.
- En 1990 “La salud es lo que importa”, una sección dentro de “A vivir que son dos días”...etc.

Uno de los objetivos de la radio es la divulgación cultural y científica: RNE por “Bachillerato radiofónico” y Radio ECA (una emisora canaria) fueron galardonadas por ofrecer programas de este tipo de iniciativa privada. Los gobiernos de turno también utilizaron la radio para la difusión de la lengua e incluso la UNED ofrecía estudiar ciertas asignaturas a través de la radio. En definitiva, la radio era lo que hoy es Internet.

Los programas culturales y científicos son breves y más informativos que descriptivos. Su público no es masivo. Se suelen emitir fuera del horario prime time, sobre las 11:10 u 11:20, porque es una franja de potencia intermedia.

Algunos programas de corte científico-cultural

La radio está intentando abarcar cualquier área de conocimiento. La sociedad se enfrenta a los nuevos problemas que van apareciendo y necesita información sobre ellos. Para estos programas se puede recurrir a un locutor especializado o a colaboradores, que explican conceptos o incitan a que el oyente siga informándose por otras vías.

- SER: “La hora del siglo XXI”, de 7:40 a 8:00 los sábados, presentado por Javier Gregory. Este programa suele tratar varios temas científico-culturales que se organizan en bloques, generalmente separados por cuñas de autopromoción (no incluyen ningún otro tipo de publicidad). Es un programa muy rico porque contiene gran variedad de recursos, fondos...
- ONDA CERO: 13:00 a 14:00 los sábados.
- RNE: los sábados de 13:00 a 14:00 emite “La ventana de España”, en el que se tratan temas actuales de salud y consumo. Este programa responde a la obligación institucional que les exige tratar todo aquello que está ocurriendo. Es un programa que pretende instruir, precisamente por el compromiso social de esta emisora. En Radio 5 ofrece ráfagas de 5 minutos (sobre todo en verano). Entre bloque y bloque de noticias se intercalan pequeños reportajes sobre temas sociales.
- COPE: emite un programa de tipo científico-cultural en un horario muy poco frecuente, los viernes de 1:30 a 2:00 de la madrugada.

Recursos de los culturales científicos (ventajas e inconvenientes)

- El objetivo de este tipo de programas es que la gente sepa a través de la experiencia acumulada de la palabra: pretende modificar diferentes conductas de uso, enseñar, concienciar del riesgo de algo, comunicar tomas de decisiones por parte del Gobierno o de la Unión Europea, dar a conocer novedades terapéuticas (se ha comercializado la vacuna del papiloma humano), difundir nuevas conductas obligadas por el conocimiento (a propósito de las Vacas Locas se prohibía cocer huesos)...
- La extensión abarca prácticamente la totalidad de los temas científicos.
- Conductores: estos programas suelen recurrir a un locutor que hable del tema y explique conceptos relacionados de manera meridiana. Cuando los conductores se tropiezan con una barrera descriptiva, buscan la manera de hacerse comprender. Normalmente este conductor no pertenece a un grupo comunicativo científico, por lo que no suele estar suficientemente entrenado para absorber una información especializada y trasladársela a los oyentes (hay una relación de amor-odio entre la radio y la comunidad científica). Para no confundir a la gente ni crear alarmismo, tiene que tener en cuenta

el contexto histórico, social, político, tecnológico y jurídico del país en el que se retransmite el programa.

- Entrevistas, debates y diálogos: cuando se trata un tema árido y el locutor no está especializado, se puede recurrir a entrevistas, debates, diálogos, tertulias... que, además, hacen que el oyente se sienta partícipe.
- Claridad: es un medio irreversible porque no ofrece la posibilidad de rectificación. Por esto la información en radio tiene que ser muy clara, inteligible y concreta (no dar rodeos, desprenderse de la solemnidad...)
- Inmediatez y actualidad: la radio no es el medio más adecuado para la difusión, sin embargo posee dos bazas muy importantes, inmediatez y actualidad.
- Voz: la voz debe combinar persuasión y afectividad porque los temas que se tratan suelen ser bastante cercanos a las personas. La dicción tiene que ser inteligible.

Tentaciones del periodismo cultural-científico en la radio

En los programas culturales de la radio se dan dos tentaciones y varias presiones:

1. Oscurantismo o hermetismo: esto supone no abrirse al público, marcando cierto hermetismo que hace inaccesibles los temas a la audiencia. A veces la comunidad científica intenta que algún tema no sea asequible a los medios porque hay intereses de determinados lobbys.
2. Sensacionalismo: consiste en convertir todo en noticia, no porque sea importante, sino por cuestiones publicitarias (presiones comerciales).
3. Presiones: en la radio existe una fuerte presión publicitaria y política. Esta situación evidencia cómo los medios de comunicación dependen en gran medida de los lobbys económicos que intentan manipular a las empresas de comunicación.

4.3.- El reportaje como formato aglutinador

El reportaje es uno de los formatos más ricos y variados porque toca muchos géneros y porque da rienda suelta a la creatividad y a las ilustraciones sonoras. Puede adoptar diferentes formas de expresión:

- Información pura.
- Interpretación.
- Opinión.

El ámbito más habitual es el de la información, que comprende: lo que acaba de ocurrir, lo que está sucediendo y lo que sucederá (dilataciones de tiempo).

Elementos claves de un reportaje radiofónico

a) Información lineal: en cuanto a la elaboración y redacción hay que tener en cuenta:

- Datos: tienen que ser suficientes para explicar el tema.
- Noticias: en un reportaje tipo, las noticias intercaladas facilitan el orden cronológico y facilitan la inclusión de elementos sonoros.
- Crónicas: son aspectos de un tema aportados por un corresponsal o enviado especial (las crónicas son un punto de vista).

- Informes: un informe bien planteado dota de acción y descripción a la narración del reportaje.
 - Documentación: es una tarea muy importante a la hora de elaborar un reportaje.
- b) Ambiente: para hacer una descripción fiel y rica de lo que se está contando hay que trabajar el ambiente desde diferentes aspectos:
- Marcar el espacio físico.
 - Describir el aspecto exterior de las cosas.
 - Describir los tipos (ubicar lo que se cuenta).
 - Describir el marco inmediato (especificar si es un entorno familiar, laboral...).
 - Describir el tiempo climático (no siempre, esto está supeditado al tipo de reportaje que se vaya a hacer).
 - Plasmear el ambiente sonoro (ruidos de fondo...).
- c) Acción: va a quedar plasmada mediante el relato y los acontecimientos que transcurren. La acción puede facilitar la narración de los acontecimientos si se narran de forma fragmentada, entremezclando información y actualidad (da ritmo a la narración a la historia).
- d) Testimonios: existen 4 tipos de testimonios:
- Impresiones: manifestaciones breves e improvisadas.
 - Declaraciones: extractos de discursos o de ruedas de prensa.
 - Entrevistas
 - Encuestas
- e) Ilustraciones sonoras: son complementos que dan agilidad y contribuyen al desarrollo del tema. Pueden ser: sintonías, ráfagas, músicas o canciones (estas no deben imponerse sobre los demás elementos), efectos...
- f) Montaje y/o realización

5.- DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE RADIO: La idea y el guión

El desarrollo de un programa de radio siempre empieza con la idea. La idea es el origen de todo programa radiofónico y, como tal, debe estar presente en todos sus elementos, bien sea en el proceso radiofónico, en el nivel artístico o en los contenidos. Si algún elemento no está al servicio de la idea, nos echarían abajo el programa. Esta idea no tiene que ser complicada, larga o difícil de explicar.

Existen diferentes tipos de ideas que intervienen en el desarrollo del programa radiofónico:

- Idea temática: es la que está relacionada con el contenido de la obra que vamos a llevar a cabo. Es el núcleo alrededor del que giran los demás elementos del programa.
- Idea narrativa: es aquella que determina el modo de contar la historia. Decide cómo vamos a desarrollar el programa.
- Idea poética: con este concepto se pretende lograr que los signos y las imágenes tengan una función estética que dé relieve a los contenidos y a la narración.

Otras opciones de ideas:

- La idea es la propia obra: es usar los programas de radio para retransmitir, por ejemplo, una ópera (la idea es la propia ópera).
- La idea surge de un empresario, que será el patrocinador del programa (típico de los años 60). Esto, por suerte, cada vez es menos habitual, porque los patrocinios han perdido fuerza ante la figura de los locutores.
- La idea nace de un directivo, de manera que puede ser una idea muy abstracta (ejemplo: el directivo quiere tener una audiencia de X sector) que los profesionales tendrán que desarrollar. Cómo conseguir captar una determinada audiencia es muy difícil. Lo que suele suceder en estos casos es que se acaban copiando otros programas que se sabe a ciencia cierta que sí funcionan.

Cómo presentar las ideas (la sinopsis)

Hacer una sinopsis consiste en presentar la historia o contenido de un programa radiofónico de manera breve y concisa. Algunos dicen que las sinopsis debe ocupar 4 o 5 folios, pero lo más frecuente es que ocupe un par de folios a doble espacio y que refleje cuáles son los aspectos más importantes del programa, a quién va dirigido, que parte de la parrilla va a ocupar... En la sinopsis también se suele especificar lo que se necesita profesionalmente para hacer ese programa concreto (equipo técnico, personal...). En los programas dramáticos, la sinopsis, además de todos los elementos que se acaban de citar, debe presentar también el momento narrativo tradicional; es decir, el planteamiento, el nudo y el desenlace.

Guiones y adaptaciones de programas dramáticos

El guión es un elemento fundamental en el mundo radiofónico. Tiene tres partes diferenciadas: presentación, nudo y desenlace.

La historia se escenifica y representa a través de los sonidos, por lo que es preciso calcular de forma adecuada la música y los efectos, de tal forma que no estén ausentes pero tampoco sean excesivos. Voz, música, efectos... son aspectos que marcan y configuran el perfil de un programa.

El guión no tiene una fórmula precisa. Aparte de los aspectos mencionados, hay que introducir elementos intermedios que aumenten o disminuyan la acción. Estos puntos intermedios son conocidos como *plots points* y pueden realizarse a través del texto o mediante los efectos sonoros. En el caso de las adaptaciones, estos elementos son fundamentales.

Es difícil traducir un texto a efectos sonoros, por lo que conviene tener en cuenta:

- Recurrir a un narrador que lea las acotaciones, o bien que añada frases propias. Esto es algo propio de los textos con carácter cómico.
- Empleo de diálogos que facilitan la descripción de situaciones, y que pueden sustituir al narrador. Los diálogos tienen una serie de ventajas:
 - Facilitan la progresión de la historia.
 - Pueden comunicar datos o hechos a los oyentes.
 - Ayudan a la caracterización interna o externa de los personajes.
 - Favorecen el establecimiento de las relaciones entre los personajes.
 - Permiten explicar los conflictos de la historia.

Guión técnico

Se trata de un guión literario, pero en el que aparecen las indicaciones técnicas. Es importante que en el guión técnico se emplee un sangrado, subrayado, tipografía... que orienten lo más posible al técnico.

Aparte de la música y los efectos sonoros, la radio también incorpora otros recursos, como:

- Estéreo: permite especialidad y enfrentamiento (2 canales).
- Jugar con los planos sonoros y de voz.
- Golpes musicales para rematar determinadas frases.
- Música de fondo.

En cuanto a la elaboración del guión técnico, es preciso hacer algunas recomendaciones:

- Se aconseja escribir a dos espacios y con letra grande.
- Utilizar frases cortas.
- No cortar palabras de una línea a otra, ni párrafos de una página a otra.
- Enumerar los folios.
- Evitar tachones.
- Preparar todo por escrito y dejar poco espacio a la improvisación.
- En caso de problemas, los profesionales suelen emplear muletillas para salir airosos.
- Evitar silencios prolongados.

¿Qué es indispensable en un guión europeo?

El orden	Indicar la duración de la música/efecto	Modo de aparición o desaparición de los sonidos	Modo de permanencia	Soporte (PC, CD, directo...)
----------	---	---	---------------------	------------------------------

Opción más usada de diseño

Control	Montaje	Locución
Plano, soporte, corte, título, duración, cómo sale...		<u>Acotación</u> Cansado ROI <u>Texto</u> ¡Ay! Qué cansado estoy

La improvisación en los culturales

Generalmente, en los culturales, la persona que comunica tiene un conocimiento amplio sobre el tema. Además, en ciertos momentos, el público no va a perdonar los posibles errores de la improvisación: mala presentación, fallos en un disco, pausas excesivas... En todo tipo de programas conviene tener frases puente y espacios colchón (cortes publicitarios, entrevistas...).

6.- EL LENGUAJE Y LOS CÓDIGOS RADIOFÓNICOS

Hay que tener en cuenta que para crear imágenes en radio nos apoyamos en una serie de elementos del lenguaje radiofónico. En un principio, estas imágenes son sonoras, pero la clave está en conseguir que se hagan visibles en la mente del receptor. Es necesario evocar imágenes en los oyentes porque ni la lectura ni la memoria funcionan si no somos capaces de evocarlas. Para crear imágenes en el lenguaje radiofónico, tradicionalmente se utilizaban elementos como la palabra, la música y el ruido; ahora a estos tres elementos hay que añadir otros dos, los efectos y el silencio:

- Palabra: la clave en la palabra está en la articulación y en otras herramientas.
- Música: la música facilita la expresión de ideas, emociones... produciendo sensaciones agradables o desagradables al oyente. Exige una menor concentración mental del oyente, por eso ha ido adquiriendo peso dentro de la radiodifusión (el 60% de la emisión está cubierta con música). El peligro de utilizar este elemento es caer en la música tocadiscos; es decir, que el programa pierda potencia ante un excesivo protagonismo de la música. Para evitar esta situación, los momentos musicales se deben intercalar con palabras.
- Ruido: son sonidos que producimos a través de la voz humana, con objetos, o incluso con la propia música. Hay un aspecto del sonido, el volumen, que, si no se controla bien, convierte al sonido en ruido, produciendo en los oyentes una sensación desagradable. Los ruidos alcanzan su momento culminante cuando aparece la figura del ruidero (profesional que se encarga de hacer los efectos de sonido). Los ruidos suelen funcionar como ilustración del programa.
- Efectos: si los ruidos son sonidos reales, los efectos son creaciones de los técnicos mediante manipulación o mediante técnica. Cualquier ruido, en el momento que es modificado, se convierte en efecto (Ejemplo: si una puerta al cerrarse hace ruido, lo grabo y lo lanzo → es un ruido / si lo grabo, lo manipulo por cualquier procedimiento y lo lanzo → es un efecto).
- Silencio: es la ausencia de sonido, bien sea con palabras, con música, con ruidos o con efectos. El silencio es un elemento muy importante en radio para todo tipo de programas (informativos, de entretenimiento...).

En conclusión, estos cinco elementos, si se combinan de forma adecuada, generarán un mensaje que adquirirá una personalidad propia dentro del programa en el que se incluyan.

7.- ERRORES FRECUENTES ANTE EL MICRÓFONO

Ante un micrófono podemos cometer dos tipos de errores: gramaticales o de actitud.

Errores gramaticales

- Pobreza de vocabulario: puede ser gracioso utilizar un vocabulario pobre para transmitir un significado determinado, pero si se usa reiteradamente, la comunicación con el público se debilita y el discurso se empobrece. No es que no se deban usar frases tontas, es que no se debe abusar de ellas.
- Uso indebido de preposiciones: *Desprecio a la ley → Desprecio por la ley / *Regalos de caballero → Regalos para caballero
- Abuso del adjetivo: utilizar adjetivos enriquece la expresión, pero abusar de ellos produce una sensación de falta de imaginación del locutor.
- Abuso del adverbio mente: es un modo.
- Uso indebido del gerundio: *Una bolsa conteniendo dinero → Una bolsa que contenía dinero.
- Leísmo, laísmo, loísmo: es bastante frecuente escucharlos, sobre todo en algunas zonas de España.
- Queísmo: *Es por eso que → Es por eso por lo que.
- Terminación -ao: este fenómeno supone la omisión de participios.
- Utilización de palabras rebuscadas: utilizar palabras rebuscadas, poco espontáneas y de difícil comprensión para la mayoría de los oyentes.
- Perifraseo: circunloquios que hacen los locutores para finalmente preguntar algo sencillo. Los locutores no deben intentar lucirse, mucho menos si con ello le roban protagonismo a los invitados.
- Expresiones huecas: utilizar expresiones que no dicen nada (en efecto, de alguna manera...).
- Los plurales: hay palabras en las que se puede marcar el plural anglosajón, pero en aquellas que están castellanizadas se debe hacer el plural castellano (filmes, clubes...).
- Muletillas: bueno... eh... entonces... o sea....
- Pereza fonética: cada consonante tiene su propio sonido y el locutor los debe respetar todos. Hay gente que no pronuncia bien la “r”, la “z”, la “s”...
- Extranjerismos: un locutor puede utilizar palabras extranjeras, pero si estas tienen traducción debe utilizar la forma española. A veces se utilizan términos extranjeros con el pretexto de que son más breves; en cualquier caso debe primar la claridad antes que la brevedad.
- Zafiedad: utilizar un lenguaje grosero, soez y malsonante no es un signo de modernidad y progresismo, sino de mal gusto. Este problema se da sobre todo en los magazines ómnibus.

Errores de actitud

- Yoísmo: que los locutores hagan referencia a sí mismos no es una actitud correcta. El yoísmo otorga un excesivo protagonismo a los conductores que en radio no es aconsejable (yo opino, yo creo...). El yoísmo sólo se acepta cuando viene del locutor estrella de una cadena.
- Engolamiento: en muchas emisoras hay conductores que parece que dictan sentencia con lo que dicen, o que dan sensación de creerse superiores. Esto lo único que hace es aumentar el

distanciamiento entre el locutor y el oyente. Se debe tener cuidado con el uso del engolamiento porque en función de la franja horaria y la situación en la que se dé puede funcionar o no.

- Retórica gratuita: marear la perdiz para decir algo sencillo no es deseable en el medio radio.
- Tartamudeo y dudas reiteradas:
- Tono monocorde: en radio se debe utilizar la variedad tonal.
- Énfasis excesivo: si un locutor enfatiza todo lo que dice, aquello que realmente merece ser enfatizado pierde su importancia.
- Actitud: nunca debemos perder de vista que delante de un micrófono la familiaridad no es siempre bien aceptada. El tuteo debe utilizarse con mucho cuidado, porque puede restar potencia a la comunicación.
- Aseveraciones o apoyos continuos: en radio, si mientras tú hablas alguien te está diciendo sí, sí, bien, de acuerdo... continuamente, el mensaje se mancha.

8.- TÉCNICAS DE LOCUCIÓN RADIOFÓNICOS

Preparación

En el aparato fonador hay 3 zonas fundamentales:

- Laringe
- Velo del paladar
- Zona nasal

Las cuerdas vocales vibran y producen el sonido. Cuando se fuerza una cuerda vocal pueden aparecer pólipos (una especie de callos) que si se afianzan derivan en nódulos. La respiración es fundamental, y conviene bajarla lo más posible al estómago para tener más capacidad en el pecho y en la garganta para la voz; esto también ayuda a eliminar tensiones.

Normas generales en cuanto al estilo y la expresión

En la radio hay que:

1. Ser comunicadores. Para ello hay que contar, convencer y mover.
2. Hablar de aquello que se conoce: esto es especialmente importante en los documentales.
3. Considerar los posibles argumentos en contra o las posibles respuestas que te pueden dar: especialmente importante en las entrevistas (considerar los argumentos).
4. Estructurar bien la exposición. Seguir el guión es muy importante: momentos álgidos, relajados y estructurados.
5. Capacidad de síntesis y resumen: frases cortas y sencillas.
6. Mostrar riqueza de vocabulario.
7. Utilizar palabras que sean comprensibles: si se usan palabras técnicas o extranjeras deben ser explicadas.
8. No dar nada por supuesto.
9. Tener la capacidad de entusiasmar y enganchar a la audiencia: para convencer a los oyentes es muy importante tener esta capacidad. Para ello, el locutor tiene que ser capaz de traspasar los micrófonos con su personalidad.
10. Si recurres a citas, debes indicar siempre las fuentes. Es una forma de transmitir veracidad, solvencia, profesionalidad y credibilidad.
11. Si además incluyes la fuente sonora de aquello que dices que alguien dijo, el locutor ganará aún más credibilidad.
12. Tener una expresión clara: para ello hay que tener en cuenta las características del medio hablado, que exige frases cortas, menos explicaciones...
13. Sentido del énfasis: dándole apoyo o énfasis a una determinada información podemos modificar por completo su significado.
14. Hacia la idea: cuando tenemos muchos datos en la cabeza y tenemos que hablar, nuestra memoria debe dirigirse siempre hacia a idea (no hacia el texto) para no perdernos. Conviene trabajar la visualización de imágenes en la mente del escuchando.

15. Evitar las frases pasivas y las frases negativas, ya que el receptor suele rechazar este tipo de mensajes. Sólo deben emplearse cuando ilustren algo por oposición.
16. Evitar las muletillas.

Técnicas de dicción

Los mandamientos de la comunicación son 9:

1. Utilización de la velocidad: es una herramienta fundamental para modelar la exposición. En función del tema, la sección, la situación o los oyentes, se elegirá una velocidad media u otra. Generalmente, la velocidad, en el inicio y en el final de las intervenciones de los locutores, es un poco más lenta, porque esto ayuda a colocar el tema y a que los oyentes reflexionen. Si se habla muy rápido pueden surgir problemas de pronunciación, de vocalización, volumen bajo, inseguridad...
2. Volumen: en un estudio de radio se tiene un micrófono a una distancia muy corta, por lo que se debe controlar el volumen. Aunque el volumen lo maneja el técnico desde la pecera, el locutor también lo puede variar para subrayar algo importante o enfatizar (un volumen constante cansa al oyente).
3. Acentuación o modulación: a lo significativo se le da una acentuación especial. Así, se resaltan los comienzos y finales de las frases y se acentúan con especial atención algunas partes de las exposiciones (enumeraciones...). Frente a esto, hay gente que tiende a comerse las sílabas finales (“m’a pasao” en lugar de “me ha pasado”) y que estira excesivamente las palabras.
4. Altura de la voz: se refiere a si es una voz grave, media o aguda. La voz media es agradable y comprensible mientras que la grave transmite credibilidad. Es necesario combinar los registros graves con otros medios y agudos para dar dinamismo a la narración. Un método muy efectivo para crear expectación es ir aumentando la altura de la voz e incluso la velocidad (en la oratoria política este aspecto se trabaja mucho). En cuanto a los silencios, estos marcan la intensidad del discurso.
5. Articulación o comprensión: es necesario expresarse acústicamente de forma clara e inequívoca. Para ello se deben corregir los defectos que pueda tener una voz mediante ejercicios.
6. Timbre: es algo tan impreciso como la amabilidad de la voz. El timbre marca distancias, y debe variar en función del género (para trabajar en un programa nocturno utilizaré un timbre más cercano que el necesario para tratar un tema más desenfadado y eufórico). Dentro del timbre hay varios grados:
 - Timbre brillante: destaca por su aspecto optimista.
 - Timbre opaco: transmite tristeza y miedo.
 - Timbre natural o neto: es un punto intermedio entre los dos grados anteriores.
 - Timbre rotundo: transmite certeza y energía.
 - Timbre apagado: se emplea en distancias cortas y denota expresividad.
7. Factor emocional: cuando los locutores se involucran y viven aquello que locutan, su capacidad de credibilidad aumenta. En radio hay momentos en los que se debe ser aséptico y otros en los que se debe ser emocional. Entonces, el factor emocional va a ser el responsable de la imagen que los oyentes tengan de quien locuta. Las voces interpretativas son las más exigentes.
8. Respiración: cuanto mejor es la técnica de respiración, mejor es la técnica de dicción. El miedo agarrota y produce arritmias en la respiración que repercuten directamente sobre la forma de hablar. En radio hay que evitar el estrés excesivo, pero también la tranquilidad total (estar bajo cierta tensión facilita el trabajo). La respiración permite controlar el volumen, la velocidad y la altura de la voz. Hay que hacer una respiración de pecho, diafragmática, como cuando dormimos. Hay una

relación entre la respiración y el aire; la voz se regula cuando soltamos el aire. A mayor intensidad, mayor sequedad de las cuerdas vocales.

9. Las pausas: en radio es preciso integrar las pausas. Tradicionalmente, se tiene la concepción de que los silencios son señal de debilidad, pero no es así. Las pausas son buenas y necesarias tanto para el que habla como para el que escucha; permite al oyente asimilar y respirar. Las pausas sirven para que, cuando se intenta convencer a alguien, ese alguien adopte una postura determinada, para delimitar las partes de una exposición y para delimitar enunciados. Hay tres tipos de función delimitadora de las pausas:

- Delimita enunciados: Delimita las partes y facilita la acentuación y entonación del discurso, a la vez que es un elemento rítmico de primer orden.
- Las pausas más breves facilitan la entonación y ayudan a organizar el discurso. En la radio los autores suelen emplear mucho este tipo de pausas. Dan énfasis y ritmo a lo que se dice.
- Alargamiento de las frases: Se suele emplear cuando dos locutores conversan con el fin de no pisarse mutuamente. No es positivo cuando se emplean demasiadas voces.

Los silencios marcan la intensidad del discurso. Para evitar pausas inadecuadas hay que llevar una buena respiración y entender lo que locutas.

La interpretación radiofónica

- El tipo de léxico marca la cultura del personaje, su profesión, si pertenece a algún grupo... También es importante el acento.
- Hay que interpretar de pie.
- Se deben usar los gestos para lograr modular la voz y conseguir así un mayor realismo.

Elementos a tener en cuenta al interpretar

1. Se deben valorar los silencios
2. Predominio de lo verbal a lo cultural
3. Rigor máximo en la dicción
4. Formalización del mensaje
5. Aspecto del ritmo (intercalar silencios)
6. Utilización de los resonadores corporales
7. Respiración
8. Riqueza de la información fonostática

Clasificación de la voz

Depende de la utilización del canal y el destinatario. La voz va a estar marcada por el volumen, la duración, el tono y el timbre.

1. Utilización vocal: hay que ser consciente de las herramientas a utilizar según el trabajo (no se trabaja igual un dramático que un cultural).

2. Elementos técnicos del canal: la distancia del locutor respecto al micrófono ha de oscilar entre los 10 y los 20 centímetros. Estar demasiado cerca puede distorsionar o saturar el sonido, y demasiado lejos desaparecen los graves y puede producirse eco. También hay que saber si el micrófono tiene espumilla o quitamientos, pues este tipo de aparatos amortiguan los sonidos oclusivos y fricativos.
3. Según el destinatario, las voces pueden clasificarse en:
 - Íntimas: trabajo de la voz a distancia corta, propia de los programas nocturnos. En este caso suele emplearse un registro grave con un volumen bajo.
 - Privada: el registro suele ser grave. El locutor se dirige a alguien en concreto.
 - Social: el destinatario es más amplio. El registro ha de ser variado y amplio y el volumen medio.
 - Pública: es la más propia de los profesionales de la comunicación. La voz suele ser agradable, moldeable y versátil.

8.1.- La teatralidad sonora

La creación sonora

Los planos sonoros dan una sensación de lejanía o cercanía según la distancia a la que se sitúa el micrófono. Hay varios tipos de planos:

- PPP (primerísimo primer plano): distancia íntima.
- PP (primer plano): distancia personal.
- PG (plano general): distancia social.
- PF (plano de fondo): distancia pública.

Si se emplean varios micrófonos, las posibilidades se multiplican. Mediante la megafonía y la estereofonía también se pueden conseguir efectos muy interesantes.

Reglas para los micrófonos

1. Pueden empequeñecer, igualar o aumentar el sonido.
2. La radio es un espectáculo que no ofrece una segunda lectura, por lo que hay que evitar confundir a l público.
3. Jacques Copeau: actor y director muy famoso en la Francia de los 50 y 60. Hizo mucho radioteatro y elaboró una serie de reglas para trabajar en la radio en cuanto a la dirección de actores:
 - Hay emisiones que han de hacerse de pie y otras sentado. Los dramáticos han de ser de pie y los culturales sentado.
 - El micro puede engrandecer, empequeñecer... al locutor.
 - Ante un micrófono pueden surgir problemas, por lo que hay que controlar gestos, posibles ruidos, ataque abrupto de las frases...
 - Tener en cuenta la retórica y técnicas orales de la locución.

Distancias del sonido

El efecto de perspectiva de la voz se consigue a través de una serie de recursos:

- Acercamiento-alejamiento del sonido, que denota una expresividad tenue o una gran expresividad.
- Reverberación y ecos.
- Potenciómetro: atenúa o aumenta el volumen. Son recursos que se pueden conseguir de forma evidente, y que reflejan especialidad según se acerque o aleje del micro.
- Desde el punto de vista informativo se exige una distancia personal.
- Se suelen usar micrófonos con calidades diferentes, que crean efectos interesantes (hablar por teléfono, desde la luna...). Los micrófonos, por lo general, son muy sensibles y permiten correcciones de deficiencias en la voz (sonidos de respiración, chasquidos, tragar saliva...).
- Importancia de los efectos sonoros electrónicos como recurso.
- Si se crean diversos canales en la mesa, se puede dar la sensación de trabajar desde distintos lugares y ambientes dentro del directo.
- Estos recursos se denominan cocina radiofónica, e intervienen artificialmente en la realidad sonora.

Atributos de la voz

Se suele decir que la voz es algo singular e irreplicable. Quien habla se materializa a través de la voz. Se puede dar una imagen a través de la voz. La voz acústica conduce a la fuente de imaginación del oyente. Es preciso trasladar imágenes a través de las palabras. La voz también denota carácter, temperamento, ánimo (el estado anímico afecta mucho a la voz).

Máscara de voz

A través de la voz, se transmite miedo, terror, humor... Es un atributo muy específico que sólo tienen algunas voces. Por ejemplo, la voz de Narciso Ibáñez (actor, realizador y director) se asocia al terror. Otras voces también son muy conocidas, como la de Constantino Romero, muy vinculado al doblaje, concursos, publicidad... o Primitivo Rojas, cuya voz está muy asociada a la publicidad asociada a la felicidad.

Otras voces: Elena Francis (en los años 60 y 70. Hace un consultorio de mujeres en Radio Intercontinental. Después se pasa a publicidad), José Mará Rodríguez (voz de documentales, como los de Jacques Costeau).

Existen también las denominadas máscaras imitadas, como el personaje de Manolito Gafotas de Elvira Lindo. Las voces de niño suelen hacerse por mujeres, ya que las voces de hombre no funcionan en este sentido.

La voz es algo totalmente indistinguible, singular. Podemos materializar a las personas por su voz.

La voz puede construir un personaje, hacerlo a su voluntad. Ej.:

- SER: Tonos graves → credibilidad
- RNE: Tonos medios → neutros
- ONDA 0: Tonos agudos → Más atractivos y fáciles de seguir

En los 90 buscaban imitar voces. Ej.: En el programa de Julia Otero cuando ella no estaba se ponía una voz muy parecida; hoy en día ya no se hace.

Todo esto se conoce como máscaras: al oír las voces nos evocan algo.

Voces

1. Informativos (credibilidad): Trabajar con ideas ordenadas, frases no subordinadas, huir de la pedantería y abandonar adornos innecesarios. Se trata de conseguir claridad y sencillez. No se debe alterar, subrayar ni editalizar las noticias que vamos haciendo. Asimismo, la pronunciación tiene que ser impecable, así como un buen timbre, una correcta expresión y ningún defecto al leer y hablar, huyendo de los tonos que enfatizan la locución. Sólo así se llega a la credibilidad.
2. Deportivas (espectáculo): Un espectáculo deportivo lo vemos por los ojos, la voz... de la persona que lo relata. De este modo, se necesitan señales para que cale en la audiencia (ej.: Tiki Taka) y de voces moldeables y sensibles que se acoplen al ritmo del evento deportivo. Estas voces suelen imitar a otras, entre ellas.
3. Musicales (armónicas): Se trata de intermediarias entre el sonido y el oyente. Tienen que ser vivas y con ritmo. La locución debe ajustarse al tono, intensidad, timbre, entonación y ritmo de la música del momento. Este tipo de voz busca la complicidad con el oyente que no se logra sino con la unión de voz y música.
4. Comerciales: Antes debemos mencionar la importancia en España de las buenas voces interpretativas, de gran riqueza y versatilidad de la voz (doblaje años 50). Las voces comerciales arrancan de las interpretativas. Se trata de voces amables, convincentes, sugerentes, que sostienen el vehículo del mensaje. Lo importante no es lo que se dice, sino cómo se dice. Suelen ser frases simples.

Hay dos tipos de locución de persuasión:

- a. Locutor informal: compañías institucionales. Se suele coger a alguien popular.
- b. Actor: cuando hay que interpretar, persuadir.

Otras consideraciones

- ¿Cómo conocemos nuestro tono medio? Hay que trabajar las distintas distancias de la voz. Ejercicios: toser sin forzar marcando el sonido “e” (tono medio); bostezar marcando la letra “a”.
- ¿Qué es impostar la voz? Conseguir el máximo rendimiento con poco esfuerzo, trabajar la respiración corporal y las técnicas de dicción.
- Tener un nudo en la garganta: epiglotis tensa. Para evitarlo hay que intentar controlar los nervios (buena preparación y confianza).
- Distancias con el micro:
 - El palmito: 50 decibelios
 - Más de 20 cm sugiere alejamiento
 - Popping: acercarse y suenan las oclusivas
 - Si hay que gritar, elevar el tono

- ¿Debo leer deprisa? ¿Si hago pausas se entenderá mal? No, hay que trabajar por grupos fónicos (la frase) en lugar de leer corriendo. La velocidad no favorece la comprensión de lo que contamos, sino todo lo contrario.
- ¿Hay velocidades estándar en la radio de España? Sí que hay, depende del tipo de programa o de la emisora. Por ejemplo, en una escala del 0 (lento) al 10 (rápida), los programas de mañana serían un 8, mediodía un 7, después de comer un 6 y por la noche un 5 o 4.
- Dejar de leer de modo repetitivo y monótono, la versatilidad capta más al oyente.
- Símbolos del texto:

	Coma alta		Anticadencia
	Coma baja		Cadencia
	Pausa breve		Pausa larga
	Suspensión		

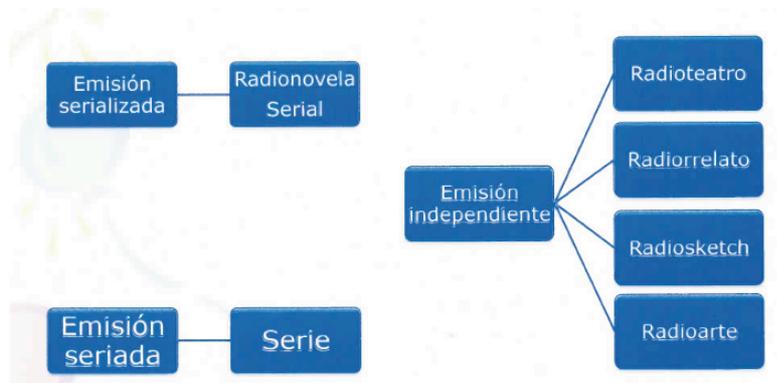
9.- LA FICCIÓN RADIOFÓNICA

Imaginemos una historia

- Un argumento, como asunto o materia de que trata la historia.
- Una acción, integrada por los hechos que desarrolla la historia.
- Un espacio, como escenario en el que se producen los hechos.
- Un tiempo, como delimitación temporal en el que evolucionan los hechos.
- Unos personajes, como seres involucrados en la historia.

Una historia siempre debe plantear un tema interesante, siempre debe suceder algo, ha de huir de lo previsible y ha de combinar acción y emoción.

Géneros de ficción. Radiograma



Biblia de personajes

- 1.- Datos personales: Lugar de nacimiento y lugar residencia, fecha de nacimiento, edad...
- 2.- Datos físicos: Raza, altura, peso, complexión, color de ojos y pelo... además de todo aquello por lo que resalte (como la gran nariz de Cyrano de Bergerac).
- 3.- Datos psicológicos: Personalidad (temperamento, carácter), gustos, aficiones, deseos, miedos, fobias, odios...
- 4.- Datos sociales y culturales: Grado de educación (estudios), nivel cultural (instrucción personal), trayectoria profesional (trabajo, compañeros...). Cómo son las relaciones con los demás. Historial. Pasado.

Estructura dramática

- Planteamiento: El inicio
 - o Exposición
- Nudo: El desarrollo
 - o Complicación, conflicto y clímax
- Desenlace: El final
 - o Resolución

Estructura narrativa

- Lineal: cronológica
- Lineal intercalada: Secuencias intercaladas que separan de la realidad la historia
- In media res
- Paralela: Dos o más líneas narrativas sin conexión. Puede ser una en presente y otra en pasado
- Inclusiva: Unas historias contienen otras
- De inversión temporal: Anacronía, flashback (analepsis) y flashforward (prolepsis)
- De contrapunto: Varias historias que confluyen en un mismo hilo narrativo. Radiograma. Morir o no morir.

Recursos del montaje

- Eco y reverberación
- Vibrato y chorus
- Ecualizadores y filtros
- Reductores de ruido
- Flangers
- Pan potting
- Inversores de sonido
- Modificadores de velocidad
- Modificadores de tono

Figuras del montaje

- Fade in
- Fade out
- Crossfade
- Fundido
- Mezcla
- Corte o encadenado

Zona de escucha

Las dimensiones de la escena: Espacio, perspectiva, distancia y movimiento

10.- EXAMEN JUNIO 2011

1. Futurismo
2. Primer programa que mezcla concurso y búsqueda de patrocinio
3. Maestro y fábrica (Calderón)
4. Generación Kieve
5. Tres instrumentos locución fluida y variada
6. Qué hay que incluir en un guión radiofónico
7. Aportaciones de Sautier
8. Tentaciones programas científicos
9. Qué es un radiograma
10. 1947 relación importante para la radio