

ÍNDICE

Tema 1: Narrativa radiofónica	3
1.- Concepto	3
2.- La técnica de narrar.....	3
3.- La planificación del espacio	3
4.- El tiempo radiofónico	4
4.1.- El tiempo informativo	4
4.2.- Directo y diferido	4
4.3.- La simulación del directo.....	4
4.4.- Información en tiempo presente	4
Tema 2: El montaje radiofónico.....	5
1.- Definición del montaje en radio	5
1.1.- Montaje técnico	5
1.2.- Montaje expresivo	5
2.- Ejes de articulación del montaje	5
2.1.- Formas de paso y transiciones	5
3.- Tipos de montaje.....	6
3.1.- Narrativo	6
3.2.- Ideológico.....	6
3.3.- Rítmico	6
4.- Funciones de la música.....	7
Tema 3: El guión radiofónico	8
1.- El lenguaje radiofónico.....	8
2.- Definición de guión	9
3.- Condicionamientos.....	9
4.- Tipos de guión	10
5.- Diseño.....	12
6.- Estructura del guión	12
7.- Recursos sonoros	13
8.- Gestión de informativos.....	16
9.- Enganches o transiciones	17
10.- Gestión de programas.....	18
11.- Gestión de dramáticos	19
12.- Algunas recomendaciones prácticas	21
Tema 4: Los géneros radiofónicos.....	22
1.- Géneros de diálogo	22
1.1.- La entrevista.....	22
1.2.- El debate	23
1.3.- La mesa redonda.....	23
1.4.- La tertulia	23
2.- Géneros de monólogo.....	23
2.1.- El comentario	23
2.2.- El reportaje.....	24
3.- Técnicas de producción y realización	24
3.1.- Los instrumentos.....	24
3.2.- Los modos de grabación.....	25
3.3.- Las transformaciones técnicas	25

Tema 5: El programa magazine.....	27
1.- Concepto	27
2.- Tipos de magazine	27
2.1.- Magazines generales	27
2.2.- Magazines especializados	27
2.3.- Magazines informativos	27
3.- Título, estructura y secciones.....	27
4.- El presentador y los colaboradores	28
5.- El tratamiento sonoro	29
6.- El ritmo y la unidad.....	29
Tema 6: Los programas de contenidos especializados.....	30
1.- Concepto	30
2.- Tipos de programas	30
2.1.- Programas sobre ciencia y tecnología.....	30
2.2.- Programas de información cultural.....	30
2.3.- Programas de información económica y financiera	31
2.4.- Programas de información deportiva	31
2.5.- Programas de información de otros contenidos especializados.....	31

Tema 1: Narrativa radiofónica

Espacio y tiempo son los dos factores fundamentales de la expresión radiofónica. El espacio se refiere al lugar donde suceden los hechos, y el tiempo al momento en que se producen. Hay que diferenciar el espacio y el tiempo real del espacio y el tiempo radiofónico. Lo real son unos espacios y tiempos naturales, y lo radiofónico son espacios y tiempos artificiales. Lo que recibe el oyente es un tratamiento artificial del espacio y del tiempo; se trata de someter el espacio y el tiempo real a una normativa radiofónica. El espacio sonoro lo podemos reflejar de dos maneras: bien captando el sonido (registrar los sonidos que hay en un determinado espacio), o bien reflejando ese espacio con una narración/descripción realizada por el locutor (el locutor describe el espacio con palabras).

1.- Concepto (2º cuatrimestre)

2.- La técnica de narrar (2º cuatrimestre)

3.- La planificación del espacio

Diferenciamos 3 aspectos:

- Las distancias sonoras.
- La dirección (de dónde proceden los sonidos).
- La persistencia o duración de los planos sonoros.

3.1.- Los planos de profundidad sonora

Estos planos indican al oyente el alejamiento o aproximación de las fuentes sonoras. Es decir, indican la relación entre el micrófono y la fuente sonora. En función de esta distancia podemos establecer los siguientes planos sonoros:

- PPP (Primer primerísimo plano): es el plano de la intimidad. La fuente está muy cerca del micrófono. Es típico de los programas en los que predomina un enfoque íntimo (programas nocturnos) y no es propio de programas objetivos.
- PP (Primer plano): similar al que utilizamos en el frente a frente de una conversación entre dos personas. Es una distancia de 30 cm. entre la persona y el micrófono. Es típico de los programas informativos.
- PG (Plano general): el sonido se percibe alejado en relación al primer plano.
- PF / F (Plano de fondo): es, por ejemplo, cuando ponemos música de fondo para que acompañe a la voz que está en primer plano.

3.2.- Planos sonoros del movimiento

Tenemos los siguientes:

- Travelling hacia adelante: cuando pasamos gradualmente de un plano de fondo a un primer primerísimo plano. Da sensación de aproximación.
- Travelling hacia atrás: cuando pasamos de un primer primerísimo plano a un plano de fondo. Da sensación de alejamiento.

3.3.- Presencia y duración de los planos sonoros

Cada plano sonoro tiene una persistencia o duración determinada. En función de esta duración hay varias posibilidades:

- Plano programa: sería el caso de los informativos que emplean un plano único todo el tiempo.
- Plano secuencia: cuando se resuelve un plano con el mismo distanciamiento y con la misma voz (Ej.: un corresponsal que entra en un informativo para dar una noticia).
- Sintonía: plano que sirve para presentar o despedir un programa.
- Ráfaga: es un plano de corta duración. Sirve para establecer separaciones.
- Flash o efecto sonoro: son planos muy cortos, bastante más cortos que la ráfaga, que también suelen servir de separación.

Función informativa de estos planos

Tienen dos funciones principales: una es tratar de dar más expresividad a una idea (función estética) y la otra es reflejar con la mayor exactitud un hecho informativo (función informativa).

4.- El tiempo radiofónico

El medio radio tiene una característica propia, que es la fugacidad. Teniendo en cuenta este rasgo, para que la audiencia entienda y retenga la información, lo que se hace es tener una programación consistente y repetir esa programación cíclicamente. Los espacios se reiteran siempre a las mismas horas y días. El tiempo es un elemento que define las características de la radio y, en consecuencia, define la información radiofónica.

4.1.- El tiempo informativo

Diferenciamos 4 tiempos en toda narración:

- Tiempo del suceso: corresponde a la duración real del suceso. Es el tiempo real en el que sucede un hecho.
- Tiempo de tratamiento informativo: la radio ofrece los sonidos de la realidad y además la voz del narrador. Cuando la radio inserta sonidos de la realidad, el tiempo real coincide con el tiempo en que se dan a conocer, pero no pasa lo mismo con la voz del narrador, que es siempre posterior a los sucesos que narra (si estalla una bomba cerca de la emisora, recogeré el tiempo real).
- Tiempo de difusión: donde la difusión se da en el mismo momento en el que acontece el suceso y es recogida por los micrófonos.
- Tiempo de recepción: coincide con los tiempos anteriores porque la percepción del oyente se efectúa a medida que este va decodificando el sonido de la radio.

4.2.- Directo y diferido

La radio cada vez es más en directo gracias a las nuevas técnicas. Antes los programas eran mucho más enlatados.

4.3.- La simulación del directo

Los avances técnicos están llegando a un extremo en el que es sencillo simular cualquier situación. Actualmente se dan programas enlatados haciendo creer al oyente que se están produciendo en directo. Es preferible no realizar esta simulación, ya que produce problemas de credibilidad.

4.4.- Información en tiempo presente

El tratamiento del tiempo en directo genera expectación y suspense en el oyente, y esto le da dramatismo a la narración informativa. El directo establece una inmediatez. Esa inmediatez, en la radio,

crea lo que se conoce como radio de continuidad. En este tipo de radio la programación se suspende para narrar algún acontecimiento nuevo e impactante. Es una radio abierta y participativa en la que la audiencia puede opinar y dar información. La radio de continuidad tiene prioridad sobre cualquier otro tipo de contenido.

Tema 2: El montaje radiofónico

1.- Definición del montaje en radio

El montaje en radio es la interacción de todos los sonidos para generar una estructura narrativa. El montaje es el que organiza la armonización simultánea de sonidos y el que crea una continuidad secuencial. Hay contenidos que permiten plena libertad de creación mientras que la información, por ejemplo, requiere otros usos del montaje, acordes con unos principios y exigencias. Existen diferentes tipos de montajes radiofónicos:

1.1.- Montaje técnico

Consiste en juntar dos o más sonidos diferentes. El montaje puede efectuarse mediante corte, edición o mezcla de sonidos en la mesa de control. El montaje nos permite juntar los planos que queramos y, gracias a las mesas de mezclas actuales, es posible hacer el montaje casi en el acto.

1.2.- Montaje expresivo

Ordenación de sonidos y planos sonoros. Esta ordenación se puede hacer en un doble sentido:

- Montaje expresivo consecutivo: los sonidos se suceden unos a otros guardando una temporalidad. Lo que importa aquí es la secuencia temporal, la diacronía.
- Montaje expresivo simultáneo: establece relaciones sonoras que integran la narrativa radiofónica en cada una de las unidades. Lo que importa aquí es cómo esté ordenado.

McLeish resume los objetivos que tiene el montaje expresivo desde su punto de vista, el montaje expresivo sirve para:

- Disponer/organizar el material grabado en una secuencia más lógica.
- Para eliminar lo no interesante, lo repetitivo o lo técnicamente inaceptable.
- Para condensar/sintetizar el material según las disponibilidades del tiempo.

Como conclusión, McLeish dice: “el montaje debe respetar el pensamiento de las personas. Las manipulaciones mecánicas del mensaje no deben dar lugar a la tergiversación o manipulación de lo que una persona opina o de lo que es un hecho en sí”.

2.- Ejes de articulación del montaje

2.1.- Formas de paso y transiciones

Uno de los elementos para que se produzca el montaje es la unión (*raccord*) de los diferentes elementos (planos sonoros). Uno de estos elementos o modalidades de *raccord* son las formas de paso y las transiciones. Tenemos las siguientes:

- Yuxtaposición o coordinación de unas partes con otras: cuando pasamos de un plano sonoro a otro el paso en sí puede resultar brusco; lo que se hace en estos casos es aprovechar el final de un plano sonoro para enlazarlo con otro (Por ejemplo, si cortamos música para dar paso a voz, para que el cambio no resulte brusco bajamos gradualmente la música. También, cuando pretendemos cambiar

de locutor se procura usar voces parecidas o de entonación no muy diferente para el paso de una a otra voz sea suave).

- **Fundido encadenado:** éste se produce cuando la presencia de un sonido desaparece gradualmente mientras emerge otro, que al final es el que se impone y continúa sonando. El sonido que emerge y el que se desvanece sólo suenan al mismo nivel en el momento en el que coinciden (Por ejemplo, bajar la música que estaba sonando al tiempo que va subiendo la sintonía del programa que va a empezar).
- **Resolución:** se dice que un sonido resuelve cuando suavemente va descendiendo hasta que desaparece por completo, como final de programa o de una situación (Por ejemplo, la música resuelve cuando pone fin al programa).
- **Superposición de sonido:** es la persistencia de dos o más sonidos durante un cierto tiempo. Es el caso de la coexistencia de la voz con la música de fondo.
- **Ráfaga musical:** es un breve movimiento musical que enlaza o separa situaciones, noticias o bloques informativos.
- **Recursos técnicos:** van desde los pitidos, gongs, señales horarias, etc. es todo aquello que llame la atención del oyente a modo de separación.

3.- Tipos de montaje

3.1.- Narrativo

En este tipo de montaje hay que distinguir un tiempo en relación con el tiempo real de los sucesos, un tiempo propio de la narración radiofónica, y un tiempo psicológico del oyente:

- **Tiempo real.** El tiempo real de los hechos se puede afrontar de 3 formas:
 - a. **Respetándolo con la máxima fidelidad:** aquí la emisión radiofónica permanece en antena el tiempo que dure el hecho informativo, tanto si se transmite en directo como si se transmite en diferido (Por ejemplo, la retransmisión de un partido de fútbol).
 - b. **Reducir a un tiempo radiofónico inferior:** no respeta la duración real. Por ejemplo, un reportaje de 2 minutos que trate un hecho que en realidad ha durado 2 horas.
 - c. **Ampliar el tiempo real de los hechos:** por ejemplo, un hecho que en la realidad dura 1 minuto, se retransmiten varias versiones y testigos y el reportaje sobre él dura 2 horas.
- **Tiempo propio de la narración.** El tiempo de la narración radiofónica se puede afrontar de 4 formas diferentes:
 - a. **Tiempo narrativo lineal:** la exposición de los hechos mantiene un orden cronológico.
 - b. **Tiempo narrativo invertido:** altera el orden cronológico en el que se producen los hechos en la realidad (Por ejemplo, ofrecer los últimos datos recibidos sobre un acontecimiento y acto seguido hacer un repaso de los antecedentes del mismo). Dentro del tiempo narrativo invertido distinguimos el flash back (regresar al pasado con la narración de un hecho) y el flash forward (avanzar las consecuencias de un acontecimiento. Por ejemplo, programas de futurología).
 - c. **Tiempo narrativo paralelo:** sería la exposición de acontecimientos que se desarrollan al mismo tiempo pero en lugares diferentes (esto es típico de las Olimpiadas).

- d. Tiempo narrativo alterno: en este se presenta un acontecimiento desde 2 o más puntos de vista. Los locutores van alternando la exposición (Por ejemplo, una vuelta ciclista que tenga varios locutores – uno en meta y otro en ruta – y en la retransmisión van alternando las colaboraciones de uno y otro).

Estos 4 tiempos pueden funcionar aislada o conjuntamente.

- Tiempo psicológico del oyente. Es el tiempo psicológico que percibe el oyente. Es la sensación de la duración del programa que tiene el que lo escucha (sensación de hacerse largo/corto).

3.2.- *Ideológico*

Este tipo de montaje une (asocia) opiniones o noticias que, unas detrás de otras, dan una idea diferente que no está comprendida en ninguna de las anteriores (el conjunto significa algo nuevo que no es lo que significa cada noticia por separado). Su presencia se debe a la asociación que se produce entre las noticias. El orden en que se presenten las noticias puede alterar su significación. La misma noticia, situada en contextos diferentes, adquiere un sentido distinto.

3.3.- *Rítmico*

Este montaje surge de la combinación de los ritmos de los diferentes sonidos. Este montaje rítmico está condicionado por las voces de los informadores, la velocidad y rapidez con que se desarrolle el suceso y la manera en que se presente la combinación de los diferentes sonidos.

4.- Funciones de la música

La música junto con la palabra son dos elementos básicos de la emisión radiofónica. La música en la narración radiofónica tiene las siguientes funciones:

- Apertura de cabecera: fragmento musical que empleamos al iniciar un programa informativo con el objeto de que sirva para su identificación. Esta cabecera es siempre la misma y sirve para despertar la atención del oyente.
- Separación/unión de noticias, temas o bloques informativos: son, por ejemplo, las ráfagas musicales.
- Cierre: fragmento musical, casi siempre el mismo que el de la cabecera, que se emplea para finalizar el programa y dar paso al siguiente.

Tema 3: El guión radiofónico

Si queremos analizar el proceso que nos conduce a la creación de un espacio radiofónico nos encontramos con los siguientes elementos: la idea, los medios para el desarrollo de la idea, la ordenación de esos elementos y la plasmación de la idea (aterrizar) y la ejecución (realización).

Tenemos una idea inicial, pero sólo la plasmación en un papel (el guión) nos garantiza cierta similitud con la realización final. El programa debe ser interpretado como deseaba su autor: el guionista.

El orden de los elementos no tiene que ser necesariamente el que acabamos de mostrar, sino que sufren alteraciones en función de múltiples factores, como los medios de que disponemos, el tiempo que tenemos, la imposición de una idea por parte del programa o la emisora, etc.

1.- El lenguaje radiofónico

El lenguaje radiofónico es: “La palabra, la música, el silencio, el ruido y los efectos especiales pierden su unidad conceptual cuando son combinados ejerciendo una interacción modificadora entre ellos que da como resultado un nuevo concepto, que es el que queremos transmitir” (Prado).

Si se nos ocurre leer un texto sin ningún tipo de reverberación con un fondo de gallo, caballos y pájaros, lo primero que pensaremos será “narración en un ambiente campestre a primera hora de la mañana”, y no en los conceptos que nos sugieren esos sonidos por separado.

Se trata de un lenguaje que resulta difícil de controlar, ya que resulta complicado saber qué consecuencias puede tener en el ánimo del oyente. Hay que tener en cuenta que “[...] Es antieconómico producir llevando hasta el último extremo todas las posibilidades de combinación de los elementos que componen el lenguaje radiofónico. Para cinco minutos se requerirían horas de producción, mientras que, utilizando sólo algunos elementos, se trabaja casi a tiempo real” (González i Monge).

Lo que hacemos realmente con el guión es ordenar todos los elementos de este lenguaje de acuerdo a los efectos que queremos conseguir sobre los oyentes.

La duda de si primero es la gallina o el huevo, en radio no existe. Primero es la gallina, y ésta se llama *guión*. La radio actual adolece de falta de guiones; sin él, un programa de radio lleva irremediamente al caos. Se trataría de un programa que, bajo un esquema general, se va rellenando sin orden ni concierto y se corrige sobre la marcha.

El guión debe existir aunque nuestro programa incluya partes improvisadas. Para ello existe un guión para la improvisación. En el caso de “improvisaciones” cortas, lo mejor es escribirlas.

El guión constituye una autodisciplina importante para precisar la duración de un programa. El tiempo en radio ha de responder a un cálculo perfecto.

La justificación para no hacer siempre guiones del programa se suele apoyar en la necesidad de “frescura” y espontaneidad del medio; hasta el punto de que ahora mismo se está trabajando en radio con un abuso de lo que Emili Prado llama “estética del error”, una radio dicharachera pero torpe, locuaz pero empobrecida, en la que toda pereza expresiva tiene su asiento.

Para entender la idea que quiere transmitir un guión radiofónico, es imprescindible no perder de vista los elementos del lenguaje radiofónico. Estos elementos se ordenan y cobran sentido mediante el guión radiofónico; con él nos autodisciplinamos, de forma que sabemos en todo momento cuánto va a durar el programa, por dónde empezar, cómo seguir... En radio tenemos que adaptarnos a los tiempos convenidos.

2.- Definiciones

Para Cebrián Herreros, el guión es “la expresión escrita detallada de los sucesos, situaciones o argumentos de un programa de radio”. Según Muñoz y Gil es: “la narración completa y ordenada de la historia o contenidos del programa, teniendo en cuenta las características del medio radiofónico”.

Sobre las virtudes del escritor, habrán de acumularse además las virtudes de quien debe resolver también las singularidades que le reclama el medio radiofónico, con dos directrices que siempre han de estar presentes:

- Hacemos un guión para un tiempo determinado.
- Hacemos un guión para un medio de comunicación que no tiene otro canal que el sonido.

Todos los programas requieren la elaboración de un guión y, en el caso de que no sea viable, de una escaleta de contenidos o un “hot clock”. Cada nuevo programa se apoya en un esqueleto que viene de un proyecto, un plano arquitectónico: esto es el guión. Es el recurso imprescindible para predecir una nueva idea, o para introducir correcciones o mejoras en un esquema ya realizado. Los “guiones piloto” o “guiones cero” debieran siempre basarse en un guión técnico completo y detallado.

Es necesario leer para corregir los guiones salidos de la redacción antes de emitir o grabar sus contenidos, pensando qué es lo que realmente nos sirve, en función de nuestras posibilidades técnicas y de producción. Se deben introducir aquellas modificaciones de estilo que se adecuen más a las peculiaridades del locutor, siempre que no modifiquen contra su voluntad la idea inicial del guionista.

3.- Condicionamientos

Numerosos elementos condicionan de alguna manera la confección de los guiones radiofónicos:

1. Esquemas de la emisora: El estilo propio de la emisora influye en la ordenación de los elementos que incluimos en el guión de un determinado espacio radiofónico. Por ejemplo, la “consigna” puede ser que todos los programas comiencen con la voz del locutor como paso previo a la entrada musical del programa.

Algo similar ocurre con los bloques de programación que caracterizan a la emisora. La inclusión o no de publicidad en estos esquemas supone otro elemento más a tener en cuenta (Por ejemplo, Radio Nacional no pone publicidad).

Todo esto estará recogido en el manual de estilo de la emisora.

2. Esquemas del género: Todos los géneros radiofónicos precisan, casi por definición, determinados elementos en sus esquemas. Así, por ejemplo, en un magazine se necesita una continuidad de locución. Así, cada género exige un tipo de guión.
3. Formas de trabajo: La experiencia es un grado. Los equipos de programas que llevan varios años trabajando juntos reducen el guión a la mínima expresión. Lo mismo ocurre con el programa que lleva mucho tiempo en antena y repite siempre el mismo esquema: ya no hay que decirlo todo. Las formas de trabajo fomentan, además, el empleo de palabras clave.
4. Creatividad: Incluye decisivamente en la manera de combinar los diferentes elementos que pueden ser introducidos en un guión radiofónico y en la utilización de tal o cual recurso. En algunos géneros, como el reportaje, la creatividad es esencial.

Otra historia es la correcta ejecución de las indicaciones del guión. Para ello, el esquema del programa debe estar expresado de manera clara para todos los miembros del equipo. Este rendimiento aumenta con

aspectos como el conocimiento mutuo de los miembros del equipo, la antigüedad del programa, o la utilización de un esquema de guión sencillo.

Se debe, además, facilitar la labor del técnico. Cuanto más claro y factible sea un guión, más fácil sea de realizar.

4.- Tipos de guión

Vamos a considerar cuatro tipos de guión:

- Guión literario: Guión dispuesto de acuerdo con un sentido radiofónico, pero sin acotaciones técnicas exactas (sólo el texto, con anotaciones del tipo “música de suspense”).
- Guión técnico: Es igual al guión literario, pero que además precisa todos los pormenores sonoros que intervienen en un programa, con expresión del momento en que lo deben hacer exactamente. “El guión técnico es el guión literario planificado por el realizador” (Muñoz y Gil), aquel tipo de guión en el que las indicaciones genéricas se han sustituido por el disco que ha de sonar, con valoración de lo que ha de durar, y su presencia en antena (PP, PaF...).
- Pauta o escaleta: Previa (es como un boceto), completa (tiene acotaciones técnicas) o del editor (con entradillas del editor). Es un modo simplificado de guión en el cual se compendian ordenada y cronológicamente los diversos bloques o trancos y se usa en radio a la vez que pauta, con el mismo sentido. La escaleta contiene el minutado del programa, y en los “magazines” o espacios de gran duración las previsiones de aparición de cada uno de los bloques.
- Reloj o “hot clock”: Los radiofonistas americanos utilizan la forma *hot clock* o parrilla circular, para designar un tipo de esquemas de masas de sonido que obliga de modo global la continuidad de programas de una emisora, su distribución formal. Es un recurso que puede funcionar como esquema previo de guión, o como guión rudimentario según el programa de que se trate. Es la distribución formal de los programas, un diagrama de sectores circulares en el que se distribuyen gráfica y ordenadamente las diferentes masas de sonido (música, noticias, cuñas...).

La pauta

Contiene la división de un programa por bloques, el minutado de cada uno de ellos, y las intervenciones del técnico. Es el formato de guión simplificado que se utiliza en emisiones sencillas o rutinarias.

Siempre se trabaja con una pauta, incluso antes de la labor de redacción: será entonces una pauta provisional o previsión de trabajo de los contenidos del informativo. Unos minutos antes de la hora de emisión se pondrá en común el material, se ordenará en función de la importancia, y se hará una pauta definitiva.

La pauta, con un técnico de control habituado a nuestra forma de hacer, puede emplearse como instrumento de trabajo terminal.

La pauta del editor incluye también las entradillas del editor de un informativo. Según elabora la pauta, el conductor del espacio escribe las entradillas con las que enganchará las noticias de su relato informativo.

Ventajas:

- Seguridad en la estructura: La entradilla siempre se encuentra bien situada entre el resto de las fuentes sonoras.
- Control de las fuentes: El editor nunca pierde de vista la pauta

La inclusión de la entradilla en la pauta también posee inconvenientes importantes. La mayoría relacionados con la flexibilidad del informativo, ya que de esta manera resulta complicado el cambio de orden de las noticias o realizar agrupamientos diferentes de los inicialmente señalados en la pauta.

El *hot clock*

El *hot clock*, parrilla horaria o mejor, estructura horaria, es un diagrama de sectores circulares en el que se distribuyen gráficamente, y de modo ordenado, las diferentes masas de sonido que componen la unidad de tiempo llamada programa.

Gracias a él, sabes por dónde cojea el programa; los espacios que se pueden ampliar o los que se pueden reducir (masas de sonido). Suelen utilizarse en grandes programas (de gran duración).

No debe despreciarse su funcionalidad como método de trabajo para diseñar sobre el papel la receta sonora de un programa, e incluso como dosificación informal para tener previamente una visión conjunta de lo que se pretende en un proyecto radiofónico.

El *hot clock* tiende también a unificar el sonido de una emisora porque con él se puede ordenar el material sonoro, de forma que se presente a intervalos de tiempo exactamente iguales. Si hablamos de material, estructura y estilo como caracterizadores de una determinada programación, el material serían los elementos que llenan los programas y que atraen al mercado a sintonizar con esa emisora.

La estructura vendría dada por el guión y, en una macrounidad llamada programación, por el transcurso de esas unidades sucesivas que configuran tal conjunto.

Nunca el *hot clock* puede ser utilizado por un profesional o por un técnico ajeno al locutorio, y nunca es un sistema de trabajo terminado, salvo en el caso, muy especial, de autocontrol, en el que todavía podría ser útil como auxiliar.

Guión para la improvisación o el programa aleatorio

Hay que preparar un itinerario, un camino a recorrer: en un comentario, lo que queramos decir; en una entrevista, los objetivos... Ese camino previo se indicará, bien con frases o ideas que pueden ser perfectamente leídas, preguntas clave, palabras especialmente expresivas... No abriremos nunca el micrófono sin saber qué queremos decir.

En ese itinerario deben estar previstos los remansos, en medio de la tensión; los núcleos y las catarsis del relato; los "plot points" o diversificaciones en la tensión... so pena de correr siempre el riesgo de que el programa nos salga per peteneras, la entrevista se desvirtúe, o los invitados que llegaron al debate acaben diciendo aquello que querían, no lo que queríamos nosotros. En la práctica se lucha no solamente con las dificultades técnicas, sino con la posibilidad de que los invitados que acuden al estudio vengan con su propia estrategia preparada contra nosotros.

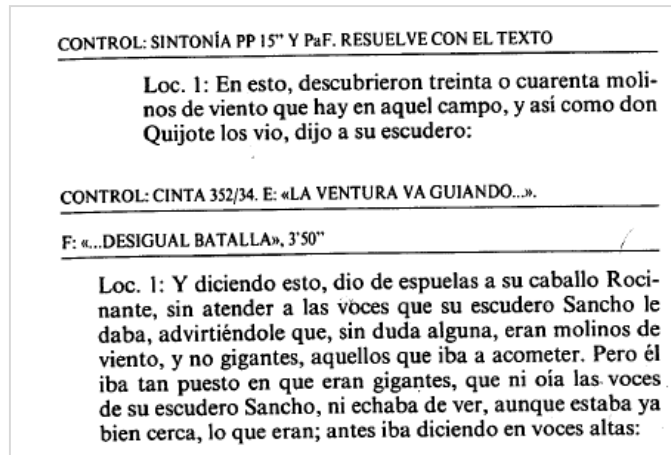
Es deseable que ese itinerario esté graduado por su importancia o su lógica en el relato del que deberá ser vehículo. Las relaciones causales, las inferencias lógicas permiten contar con la complicidad del oyente, que ve facilitada la escucha, y coopera cómodamente con nosotros. También, que se cumpla para cumplir a la vez el objetivo del programa, y servir así las expectativas que nosotros mismos hemos creado en la audiencia.

Finalmente, hay un aspecto que el programa aleatorio debe contener: la recuperación final de lo hablado, si tiene interés. Recoger, sobre la marcha, los datos y las informaciones que han salido a lo largo de la audición: redundancias de lo dicho.

Conviene que se tenga cuidado con una moda reciente de los malos improvisadores, la “cadeneta” o concatenación, los enlaces arbitrarios entre palabras que han aparecido próximas. Puede valer, como recurso, pero su abuso resulta ser una rutina que se hace insoportable.

5.- Diseño

Se suele hablar de la *forma americana* de guión, la más usada en radio, para designar aquel tipo de guión técnico que se presenta a una sola columna, sucediéndose las indicaciones técnicas y los textos a leer, separadas por espacios vacíos o sangrados. Un extenso margen permitirá hacer acotaciones para



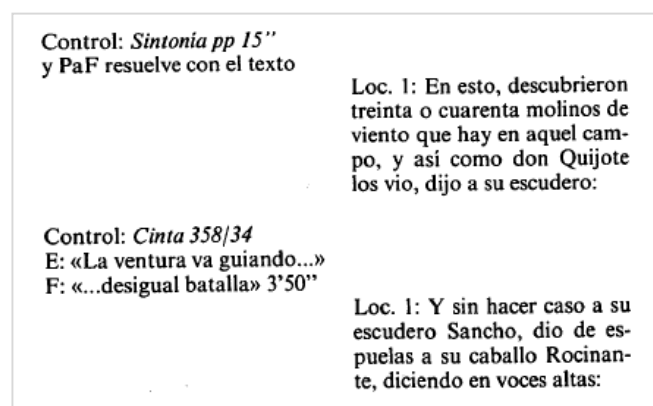
convertir el guión literario en guión técnico.

Y *forma europea*, con similitud con los guiones de televisión o de cine, allá donde el guión se presenta a dos columnas: la izquierda para los sonidos que procederán del control; la derecha para los textos literarios.

Una fórmula mixta entre el guión americano y el europeo se describe en el libro de estilo de la desaparecida radio *El País*: "Cada hoja de guión está dividida longitudinalmente en cuatro apartados reservados de la siguiente forma: el primero de ellos es para órdenes de control; el segundo se refiere a intervenciones en estudio y en él debe hacerse constar (siempre precedido por LOC.) el número de micrófono que se utiliza (el conductor de cada programa, cuando haya varios locutores, ocupará el micrófono número 1); el tercer apartado está destinado a la redacción y la exposición de las órdenes de control, y el cuarto apartado se destina a reflejar con exactitud el minutado de cada corte de fuente de sonido que quiera incorporarse".

6.- Estructura del guión radiofónico

El guión de radio responde fundamentalmente a una economía lógica que trata de conseguir la máxima



comprensibilidad en condiciones de trabajo normales. Es decir, poner en antena rápidamente un programa realizado por un equipo de redactores, que cuenta en locutorio con otro equipo de voces, y en control con los técnicos de turno. Todas las indicaciones que debe contener un guión convencional vienen exigidas por

ese régimen de trabajo. El resto de las formas de guión simplificado dejan de precisar algunos de los datos del guión técnico completo, de modo que la familiaridad con un programa concreto o la rutina permiten prescindir de pormenores que tendrían que expresarse cuando se cambie el formato, los técnicos o los modos de producción. Un guión debe permitir administrar correctamente las distintas fuentes que intervienen.

Un buen guión, además, tiene que tener:

- Cabecera: Todo guión debe precisar en la cabecera datos que permitan su identificación. En todo caso la emisora, audición, programa o espacio, fecha, hora, autor, duración, locutores que van a intervenir, actores y actrices, montador, técnicos de sonido y director.
- Incidencias técnicas y el montaje: las fuentes de sonido, los micrófonos que intervienen y las incidencias técnicas (conexiones, líneas telefónicas, cortes...) en general. Verticalmente, el guión expresará esas incidencias, de modo que podrán seguirse con tantas columnas como sea necesario los aspectos de control, estudio, texto a leer y minutado. Horizontalmente, deberán poderse distinguir los textos que correspondan a la lectura de los locutores, con la indicación "locutor 1", o "Loc. 1, "Lora 1" ... según los usos.
- Las indicaciones: Hay indicaciones para los locutores y para el control.

Las de quien leerá (locutores y actores), siempre irán con mayúsculas y sangradas, como en los diálogos teatrales, para diferenciarlas del texto que se va a leer. Esos textos habrán de ir sangrados, de modo se puedan escribir en el margen, las referencias de quién los leerá. Deben distinguirse de los textos las órdenes que se refieren a intervenciones del control. Esas manipulaciones del control van también con mayúsculas y, además, subrayadas. De este modo, al técnico le va a bastar con echar un vistazo al papel para saber cuándo ha de intervenir.

Las indicaciones más corrientes que se suelen emplear en la elaboración de guiones son: PP (primer plano), PaF (pasa a fondo), F (fondo), FC (funde con), C (cesa, resuelve, se desvanece). Todas estas indicaciones se combinan con elementos de tiempo. Ej.:

CONTROL: DISCO 1 PP 15" FC CD 2 PP 10" y PaF

Las indicaciones deben ser coherentes. Si una música PaF, tenemos que recuperarla o resolverla en algún momento. Si la resolución es antes de la siguiente indicación, se indica a priori:

CONTROL: DISCO 1 PaF y RESUELVE A MITAD DE PÁRRAFO

En las fuentes de sonido más habituales suelen señalarse los siguientes datos: disco, compacto (CD) y cinta.

Finalmente, los efectos sonoros aparecen entre paréntesis, con mayúsculas, y centrados en el guión allá donde deban funcionar. El mismo tratamiento se da a las indicaciones de expresividad del lector o a las pausas.

Queda claro que todo lo que no ha de ser leído va en letra mayúscula, y en el caso de las acciones más comunes del control, va además subrayado.

7.- Recursos sonoros

Dentro de las posibles indicaciones que incluimos en el guión de radio, existen una serie de recursos propios del medio que cuentan con un nombre que los define.

Sintonía

Sucesión de notas musicales o ruidos que cumplen principalmente la función de portada de un programa y que acaban por identificarlo. Es la seña de identidad que lo distingue del resto de los espacios radiofónicos. Es una música agradable y de fácil memorización para que el oyente asocie el sonido con el programa.

Su correcta elección resulta a todas luces fundamental. Se realiza en función del sonido en sí mismo, la relación semántica del sonido con el contenido general del programa (ej.: música peruana para un programa sobre Sudamérica), aunque conviene huir de los tópicos a la hora de elegir la seña de identidad, la carta de presentación de nuestro espacio.

Este fragmento sonoro se elige tal cual de la fuente original o se compone especialmente para un programa. También existe la posibilidad de montar varias frases sonoras para dotar a nuestro programa de una determinada apariencia.

Lo habitual consiste en una sintonía compuesta sólo por notas musicales. Aun así, podemos encontrar algunas sintonías compuestas por ruidos o efectos especiales, e incluso la combinación de “música + letra” en clara referencia al contenido del espacio que se presenta.

Un programa puede tener varios fragmentos musicales que se conviertan en su seña de identidad, pero eso no será su cometido principal. Sólo habrá una frase sonora a la que podamos llamar propiamente sintonía, que será aquella con la que se abra, y probablemente se cierre, el programa.

Si descendemos un nivel dentro del mismo programa nos encontramos con bloques independientes que pueden poseer su propia portada. El concepto de sintonía se repite, pero referido a una unidad programática menor, y diferente a la sintonía principal. La función básica de esas sintonías es la identificación de la sección.

Careta

Portada del programa o de una sección compuesta por un fragmento musical, o de efectos de sonido, y un texto de presentación previamente grabado. También existen caretas de salida de los programas. En esa presentación se dan datos del tipo: nombre del programa, presentador, temática general, intención...

Viene a ser como un rótulo.

Colchón musical

No suele aparecer como indicación técnica sino como forma de funcionamiento. Hace referencia a la cola de música que se deja como elemento de ajuste entre espacios o secciones, o como prolongación de un determinado recurso.

Por ejemplo, después de abrir el programa con una sintonía, no la dejamos resolver, sino que la llevamos a fondo para hacer la presentación sobre ella. Aquí cumple la función de colchón musical. Lo mismo sucede al elaborar la careta. Dejaremos un colchón musical suficiente para no precipitar la presentación o para acompañar desde fondo un inicio de programa.

Indicativo

Elemento sonoro que advierte al oyente de que programa o emisora está escuchando. Pequeñas pinceladas de autopromoción que buscan de nuevo esa identificación de espacios. En el caso de indicativos de programas, su distribución se puede realizar de manera equilibrada a lo largo del programa o a lo largo del resto de la programación para llamar la atención del oyente sobre un determinado espacio.

Las formas más habituales de presentación de un indicativo son: “música”, “música + texto”, “música + efecto”, y “sketch + música y texto”.

Para promocionar una emisora se elige una música que se repetirá durante toda la programación. El tema musical se puede repetir con todas las variaciones posibles.

El texto que puede acompañar a esta música hace referencia a la denominación de la emisora y a algún tipo de eslogan lanzado desde el departamento de promoción de la emisora.

Los indicativos que promocionan un programa pueden ir incluidos:

- Dentro del propio programa: el indicativo puede estar compuesto de un simple fragmento musical que se incluye para recordar al oyente el programa que está escuchando. La otra variante más empleada es la fórmula “sketch + música + texto”.
- A lo largo del resto de la programación: se emplean textos que señalan el nombre del programa, la hora de emisión, el encargado de su conducción y temática (si se emite antes del programa y se conocen los contenidos).

Para su confección, se puede emplear una música identificadora del programa (la sintonía) o cualquier otra que vaya con el carácter del indicativo.

En todas las emisoras debe quedar muy claro cuántos indicativos de auto-promoción deben incluirse en una hora de programación.

Si lo que promociona el indicativo es un producto o servicio que ha pasado por el departamento comercial, se convierte en “cuña de publicidad”.

Sketch

Pequeño espacio dramático que desarrolla una situación principalmente en clave de humor. Se utiliza para enriquecer el programa con situaciones agradables de escuchar, para ilustrar o apoyar un fragmento-bloque (ej.: un reportaje).

Ráfaga

Fragmento breve de música o efectos, utilizado preferentemente para “puntuar” un programa. Una ráfaga de 8” puede significar un cambio de bloque (punto y aparte) y una ráfaga de 4” un simple cambio de tema dentro de un bloque (punto y seguido).

Se trata del concepto que cuenta con los nombres más variados dentro de la práctica radiofónica:

- Cortinilla: ráfaga amplia de separación entre bloques o secciones
- Punto: ráfaga breve, normalmente en informativos
- Otras denominaciones tienen que ver con la función específica que cumplen las ráfagas:
- Golpe musical: efecto musical de no más de 3 o 4 notas de carácter dramático, que subraya o acentúa una determinada situación dentro del espacio de radio.
- Efecto concurso: no suelen ser más que ráfagas breves para indicar el fallo o acierto del concursante, aunque pueden utilizarse otros recursos.
- Telón: fragmento musical que, a modo de cierre del bloque, resuelve en su ejecución.
- Puente: fragmento breve de música para ajuste entre programas o bloques.

Con todas estas definiciones nos referimos sobre todo a la función que cumplen dentro del discurso del programa. Una misma música puede servir de sintonía de entrada y a la vez de fondo o motivo principal en

un indicativo. Incluso la podemos repetir en una careta de salida. Por ello, aunque de manera general llamaremos sintonía a esa música identificativa de nuestro programa, si queremos distinguir claramente su función debemos acudir a las definiciones que acabamos de ver. A menudo se cumplen varias funciones a la vez. Por ejemplo: un ajuste entre bloques se supe con la sintonía del programa; en este caso cumple la función de puente y de indicativo, aunque esa no fuera la tarea primordial.

8.- Gestión de informativos

Por la velocidad y el dinero de trabajo, el guión de informativos se abre con una pauta definitiva en la que se reseñan los títulos de las noticias, numeradas y con una o varias palabras que las identifiquen, insertando, con las indicaciones que se han dado, las órdenes de trabajo y fuente sonora al control.

Cada noticia va en una página diferente.

Ha de haber al menos una copia del guión y de los textos para cada uno de los locutores de continuidad, y otra para el control.

Una vez ordenadas y acumuladas las hojas de cada una de las noticias, se prepara la pauta para el control. En las hojas en las que se produzca el final de un bloque, y deba entrar una ráfaga, se pondrá al final de la página, y en la cabecera de la página inmediatamente siguiente, para advertir al locutor. Es una operación de última hora, cuando ya están decididos y ordenados los contenidos de un boletín o un diario hablado.

Las rutinas deben ser también acumuladas antes y después, como en el caso de las ráfagas. No se debe prescindir de nada.

Todo informativo sigue una estructura de desarrollo que sirve de referencia para el guión completo diario. Con esta estructura se pretende un determinado ritmo y organización de las fuentes sonoras que se necesitan incorporar.

Este esquema general se convierte en perecedero, ya que puede variar por el ajuste de algún bloque, por el cambio de editor o por la reestructuración de los informativos.

Estructura del informativo de las 14 horas de RNE-1

La entradilla vende el contenido del informativo, por lo que debe estar elaborada con lógica y dar sensación de conjunto. Después de esta entradilla se sitúa la batería de titulares. Este bloque introductorio se coloca entre indicativos.

Los titulares complementan la entradilla del editor. Los titulares han evolucionado hasta el continuo empleo de los denominados “dos pisos”: titular en dos partes que introduce un locutor y aclara seguidamente el otro. El peligro de estos titulares es que el pie no lo realice siempre el mismo locutor, pues puede llegar a despistar al oyente.

Es importante que los locutores de titulares sigan en su lectura el ritmo marcado por la música que permanece de fondo. Ahí reside gran parte del éxito del informativo.

Tras este inicio se sitúan las informaciones en sucesivos bloques separados por puntos o ráfagas. Primero van las noticias de portada, distribuidas de una manera coherente. Se puede “abrir” con una noticia de internacional y luego seguir con un bloque completo de nacional para después regresar a internacional. Esta ruptura de bloques sólo se justifica si ésta primera noticia es portada.

La primera media hora de información da paso a los leads, que suponen el inicio de la segunda mitad. Se trata de titulares amplios de las noticias más destacadas del día. Una especie de boletín que incluye “cortes” de las diversas informaciones recuperadas de la primera media hora y un avance de los contenidos de la segunda mitad. Sus funciones son: se recupera la información, se agiliza el esquema, es un punto de partida para competir con los informativos de otras cadenas y es un sumario de los contenidos de la segunda mitad. Este bloque se concluye con un repaso a la situación del tiempo.

Seguidamente se incluyen los bloques de información que por falta de espacio o por necesidades del guión se trasladan a esta segunda parte. El diario culmina con la información de cultura y la deportiva.

La información deportiva constituye un boletín dentro de informativo, ya que sus contenidos son coordinados por la propia redacción de deportes de la emisora y la función del responsable es la de un editor de su propio espacio informativo.

El boletín de las 3 se concibe como continuación del informativo de las 2. Con una estructura similar a los leads, resume la actualidad. Es el broche final de la información generada esa mañana.

Toda la estructura se muestra flexible en función de acontecimientos que sucedan en ese momento y, por supuesto, de la concepción que del informativo posea el editor de turno.

9.- Los enganches o transiciones

Para hacer hincapié en la inmediatez de la radio, en su aspecto de relato cercano, hecho por alguien concreto cuya voz escuchamos ahora mismo a través del receptor, el guión debe impregnarse en última instancia de dos artificios:

- Actualización de las noticias: Una noticia a veces no saldrá más que una vez en la prensa, si sale. En la radio puede ser un excelente material, y aparecer varias veces en un día. Debemos dar cuenta de los aspectos nuevos cada vez que emitamos una información. A veces, ese aspecto nuevo puede ser más interesante que el original. Ej.: En lugar de “ayer murieron dos personas en un atentado”, se dirá “la policía continúa sus pesquisas sobre el atentado de ayer”.
- Los enganches narrativos (el nexo y la entradilla): Son los enlaces que permiten relacionar noticias de forma que se potencie la naturalidad y la proximidad del mensaje radiofónico, la idea de que en la radio hablamos, de que practicamos una comunicación inmediata. Relacionaremos noticias, como si hablásemos. Se trata de componer un relato extenso en base a pequeñas píldoras de información. Buscamos una visión de la realidad, no un agrupamiento de noticias sin relación. Debemos armar un discurso.

El nexos

Frase de enlace con la que se abre la entradilla y que nos prepara para oír una determinada noticia o bloque de noticias, o que nos relaciona noticias dentro de los bloques. Frase que da paso al desarrollo de una entradilla.

Las ráfagas cumplen a menudo la función de nexos.

La inclusión de ráfagas en un informativo debe ser racional. Su excesiva utilización rompería la continuidad narrativa. Además, el resultado final se acercaría más a una radiofórmula que a un informativo.

En caso contrario, la utilización de ráfagas con cuentagotas nos situaría ante un informativo eterno, sin pausas y sin llamadas a la atención del oyente.

En cualquier caso, la ráfaga y el nexos deben ser complementarios, no excluyentes.

En los nexos se parte de “tics” de conversación. Las noticias se asocian con criterios geográficos, temáticos, temporales (sobre todo en los boletines, la “última hora” es un valor en sí mismo) y mixtos.

La originalidad y coherencia de los nexos marcará la personalidad del relato informativo.

La entradilla

Conjunto de ideas con las que se introduce la noticia. Frase generalmente en boca del editor o conductor del informativo para dar paso a la noticia.

Las entradillas son muy peligrosas, ya que se encuentran inmediatamente antes de la información. Requieren un trabajo reflexivo.

La información se puede matar cuando damos demasiados detalles, pero también cuando, para evitar solaparnos en la crónica de un redactor, elaboramos entradillas demasiado generales, lo que la empobrece.

El editor elabora la mayoría de las entradillas, aunque a veces, por falta de tiempo, las elabora el redactor elaborado del tema. Redactar las entradillas proporciona al editor la seguridad de poder improvisar sobre una información que no ha podido darse en el momento preciso. Un editor como mero locutor de entradillas que lo las ha elaborado se pierde en explicaciones o repite el texto.

Los enganches o transiciones asocian ideas, de ahí su peligro. Se han de revisar a última hora, con exquisito cuidado de no mezclar las cosas, de no confundir categorías. No todas las noticias han de ser introducidas con transición. Una pausa, un intervalo de silencio es suficiente para engarzar los temas con toda naturalidad.

10.- Gestión de programas

Cuando nos planteamos la elaboración de un programa tenemos que tener en cuenta numerosos aspectos que influirán en el producto final:

- Tema del programa: aspecto principal sobre el cual se va a desarrollar el programa.
- Público: A qué público nos queremos dirigir, para poder incluir nuestro programa en un determinado lugar de la programación. Con el público como principal objetivo, el resto de los elementos del programa se deben orientar en la consecución de dicho segmento de audiencia. Si lo primero que nos viene dado es la hora en la que debemos incluir el programa, la operación se realiza al revés: primero vemos qué público hay en esa emisora a esa hora y adaptaremos nuestra idea de programa a esa audiencia.
- Equipo humano y técnico: Con qué medios humanos contamos y en qué condiciones. Otro aspecto importante son los medios técnicos con que contamos, incluidas las horas de estudio para la grabación de previos.
- Enfoque: determinar el carácter del programa (musical, informativo...)
- Guión: estructura aproximada que seguirá el programa, qué elementos vamos a incluir y de qué manera los vamos a conjugar dentro del programa.

Debemos pensar si irá en directo o grabado, qué partes se pueden grabar antes, la posibilidad de utilizar dramatizaciones o llamadas de los oyentes. Por último, tendremos en cuenta qué secciones nos sirven mejor a nuestros objetivos.

Un aspecto importante lo compone la continuidad y el ritmo del espacio radiofónico: quién lo pone en escena y de qué manera. Todo ello se desarrollará en el guión definitivo. Se debe buscar un equilibrio entre todos los elementos; la elaboración de un reloj nos ayudará a visualizar su correcta disposición. El director del programa debe ligar correctamente todos los espacios para que no parezca un mosaico sin relación alguna entre sus piezas.

Otro elemento a tener en cuenta en el momento de crear un programa es el estilo con el que lo vamos a dotar. El guión será el fiel reflejo, la objetivización más clara, del estilo que queremos imprimir a nuestro programa.

El estilo es la “manera de expresar el pensamiento por medio de la palabra hablada o escrita, por lo que respecta a la elección de vocablos y de giros, que dan al lenguaje carácter de gravedad o de llaneza o lo

hacen especialmente adecuado para ciertos fines”. Si adaptamos esta definición a nuestro ámbito, estilo supone un especial modo de guionizar y realizar un programa.

El estilo lo determinan varios factores:

- Estructura: Se refiere a los elementos que utilizamos en nuestro programa. Los bloques en los que lo dividimos. Qué materiales utilizamos y de qué tipo.
- Tono: Tiene que ver con el género que utilizamos en el programa y en qué clave. También se refiere a las músicas, efectos y voces que se utilizan para envolver el programa.
- Ritmo: Aspecto que se relaciona con la lectura, el ambiente y montaje del programa. El ritmo tiene que ver con una correcta realización.

El estilo constituye una especie de identidad corporativa del programa en cuestión, su gran logotipo sonoro.

Con todos estos condicionantes sólo nos queda afrontar el reto de elaborar un guión que se adapte a nuestra idea de programa.

El magazine constituye el formato de programa más complicado de equilibrar sobre papel debido a su extensión y a la diversidad de contenidos. En la propuesta de guión para magazine, ningún espacio aparece por su cuenta y riesgo. Todo está impregnado del aliento del director del programa. Como vendedor, suyos son los “paso a” partes del programa que han realizado los miembros de su equipo. Su protagonismo resulta más evidente cuando “le dejamos” realizar su comentario editorial, la moderación de la tertulia y las entrevistas, además de otros elementos menores como la lectura de noticias curiosas, concurso y el horóscopo.

Claro que el equilibrio y la continuidad también se deben a la correcta mezcla de tiempos, géneros y otros elementos sonoros.

Sólo nos resta una buena música colocada en lugares estratégicos y una justa dosis de indicativos o ráfagas para separar bloques y marcar el estilo propio de nuestro espacio radiofónico.

De los 112 minutos de contenido de nuestro magazine tipo, sólo un 32% es grabado. La parte grabada de un programa supone un adelanto del trabajo por parte del equipo, incluso desde el día anterior. Se convierte además en una sección del magazine con la que siempre podemos contar. La música propiamente dicha ocupa el 13% del magazine, cada una de las secciones que componen nuestro espacio radiofónico tienen su proporción musical.

Dejamos de lado la inclusión de publicidad, cuya correcta distribución en el guión debe tener en cuenta el ritmo del programa y los contenidos cerca de los cuales se utiliza.

Otra propuesta de guión nos lleva a un programa monográfico, que aborda cualquier tipo de tema, de manera que su esquema se puede aplicar a un programa deportivo, de salud...

El guión puede servir para plantear polémica o poner sobre la mesa varias cuestiones en relación con el contenido de nuestro espacio radiofónico.

11.- Guión de dramáticos

Precisamente es en los dramáticos en donde menos extraña la exigencia del guión, porque se da por hecho que el dramático atiende a una interpretación narrativa, a un proyecto de relato que contiene una peripecia, y que obedece por ejemplo al esquema aristotélico “planteamiento – nudo – desenlace” o a itinerarios narrativos basados en las “funciones” del relato de Vladimir Propp, u otros. Tampoco extraña que en él todo el material deba estar escrito, en tanto que la historia es una historia cerrada, representada, y que las voces deben ser caracterizadoras, expresivas y actuantes entre sí, y qué músicas y efectos se calculan con cuidado. De modo puntual, unidad por unidad, y en conjunto, para confirmar cómo se recomponen en totalidad, cómo actúan entre ellos, de qué modo aportan información, redundan, o se anulan llegado el caso.

De tantos y tan minuciosos pormenores habría de tomarse cuenta a la hora de esbozar otros programas hechos de modo rutinario.

El guión contiene la historia, es su esqueleto.

Sin dar por buena una fórmula exclusiva de guión, puede desearse un modo de trabajo lógico ante la tarea de sacar adelante por radio una historia. Hay, ocultos, periodos narrativos o “actos”, cuya costura compone la historia. Un planteamiento, una confrontación, un final. Y una serie de conflictos intermedios, llamados “plot points”.

La adaptación

Los escasos textos escritos exclusivamente para la radio dejan el campo prácticamente despejado a las adaptaciones de obras literarias.

Con el texto original encima de la mesa, nos encontramos ante la difícil tarea de traducir a términos sonoros una obra concebida para ser leída o, en el caso del teatro, para ser visualizada.

En nuestra adaptación para la radio tenemos que “traducir”. Por eso lo más fácil es acudir a un narrador que describa los andares y la presencia del personaje en cuestión. Añadir frases que, aunque no estén en el texto original, sitúen o creen el ambiente pretendido por su autor.

El empleo de diálogos para describir situaciones en lugar del empleo de la figura del narrador aporta a nuestra adaptación numerosas ventajas. El diálogo es un modo de caracterización que:

- Mueve la historia hacia adelante
- Comunica datos y hechos al espectador
- Caracteriza interna y externamente al personaje
- Establece las relaciones entre los personajes
- Hace que los personajes sean naturales, reales y espontáneos
- Explicita los conflictos de la historia y de los personajes
- Comenta las acciones

De la profesionalidad de los actores depende gran parte del éxito de la adaptación radiofónica.

Lo primero es establecer una continuidad narrativa en el relato. Para ello debemos eliminar las frases que no aporten elementos novedosos al desarrollo de la acción. Hay que tratar de ser lo más fiel posible al original, pero el guionista debe velar también por la comprensión de su obra.

Existen en las obras pasajes poco narrativos que no se deben eliminar de una adaptación. Nos referimos a esos fragmentos que, por conocidos, cualquier oyente espera encontrarse en la adaptación.

Debemos tener muy claro cuál es el objetivo de nuestra adaptación, para dotar a nuestro trabajo de los medios necesarios para cumplirlo.

Se intercalarán indicaciones técnicas de efectos en el diálogo, para remarcar los textos y facilitar la visualización de la escena. Es importante el sangrado, subrayado y empleo de mayúsculas para facilitar la labor del técnico. Los textos se cortan lo menos posibles. Se especificará lo más claro posible en qué momento se hará el efecto; en este caso, se trata de efectos “de usos”, que no se encuentran en las colecciones de efectos que puede tener una emisora. Se realizan en el propio estudio por medio de un ruidero (figura de efectos especiales que se encuentra a punto de desaparecer, pero que es fundamental para dotar de realidad al relato).

Podemos completar la adaptación con la incorporación de otros recursos, como: utilizar un canal para cada personaje (enfrentarlos; da sensación de espacialidad), jugar con los planos, golpes musicales como remate de algunas frases, música de fondo...

Pero hay que tener en cuenta que no por añadir más recursos se consigue un mejor resultado sonoro.

12.- Algunas recomendaciones prácticas

Se aconseja en todos los casos:

- Escribir a dos espacios, con letra grande.
- Las líneas cortas se dominan mejor visualmente.
- No cortar palabras de línea a línea.
- No cortar sintagmas (frases) de línea a línea.
- No cortar párrafos entre folios.
- Numerar los folios claramente.

Tachar las palabras erróneas claramente.

Llevar todo escrito, la mejor improvisación es la improvisación previamente preparada.

Prever incluso los errores. Por ejemplo, al lado de la frase “conectamos con nuestro corresponsal”, un texto que diga “no podemos establecer contacto con nuestro corresponsal por razones técnicas”.

En la improvisación conviene tener apoyos para establecer los nexos entre los bloques. Un experto musical o cinematográfico puede tener un discurso ordenado en aquello que conoce, pero “meterse en un jardín” cuando intenta cambiar de tema, hilar los espacios o presentar a un invitado. El público lo perdona casi todo en el diálogo, y es generoso ante la improvisación, pero exige que la fluidez de los profesionales se mantenga en todo momento sin vacilaciones, o que cuando se ponga un disco se haga correctamente. En los programas improvisados, y en directo, se ha de tener siempre presente el minutado previsto y, en todo caso, tener espacios-fuelle o espacios-colchón que permitan el ajuste de tiempo sobre la marcha.

Tema 4: Los géneros radiofónicos

1.- Los géneros de diálogo

1.1.- La entrevista

Es uno de los géneros periodísticos más eficaces para dar a conocer información. Está considerado uno de los géneros más importantes porque sirve para ampliar la información. En ellas, a partir de un suceso, se pregunta a protagonistas a cerca de lo sucedido.

Según Sanabria, la entrevista recoge siempre una opinión, y se trata de un género básicamente de diálogo, un juego de preguntas y respuestas que, aunque es un género que procede de la prensa escrita, en los medios electrónicos ha desarrollado todas sus posibilidades.

Tipos de guiones en las entrevistas:

- Entrevista en directo: en este tipo de entrevista no existe un guión como tal, aunque el entrevistador dispone de una escaleta con una batería de preguntas. Lo que tenemos que controlar, desde el punto de vista del locutor, es el ritmo interno y el tiempo que dura la entrevista.
- Entrevista en diferido: esta entrevista ofrece la posibilidad de utilizar el montaje, lo que nos permite pulir los errores, entresacar las declaraciones más interesantes, modificar el orden de la entrevista...y otras muchas posibilidades. Las entrevistas en diferido suelen utilizar un tipo concreto de guión.
- Entrevista de carácter: el guionista o entrevistador debe tener en cuenta, sobre todo, la duración de la entrevista. Para poder reflejar la personalidad del entrevistado hay que crear un clima que favorezca la espontaneidad y expresividad del invitado.

Tipos de entrevistas:

- Entrevistas de actualidad:
 - Entrevistas de información breve
 - Entrevistas de información amplia
- Entrevistas de opinión: entrevistas de declaraciones.
- Entrevistas de carácter: entrevistas de carácter o personalidad.

Charon habla de una serie de reglas para realizar una entrevista. Estas son:

- El periodista es un mediador neutro, exigente e implacable.
- Debe conocer bien el asunto.
- Debe centrar bien el propósito de la entrevista.
- Debe extraer de la entrevista las informaciones básicas (Primero debe ir al grano y luego a la información derivada).
- Debe ser más ofensivo e impertinente que complaciente.
- Debe evitar preguntas sin respuesta.
- Debe mandar mensajes claros y concretos.
- Debe frenar a los verbosos y hacer hablar a los mudos.
- Debe animar la entrevista.

- Debe controlar la versión final.

En general, una buena entrevista necesita: una buena labor de documentación, disponer de un cuestionario guía, medir el tiempo, hacer preguntas breves y pertinentes, y seguir las respuestas del entrevistado (hay que escuchar al entrevistado para que nuestras preguntas estén encadenadas y relacionadas con sus respuestas). Las entrevistas en radio se pueden hacer in situ, en el estudio o por teléfono.

1.2.- El debate

Se caracteriza por su finalidad y contenido, puesto que se trata de una confrontación ideológica o de un enfrentamiento polémico. Es una confrontación frente a frente, normalmente entre dos figuras ya que si esa confrontación se hace entre más de dos personas dejaría de ser un debate y se convertiría en un coloquio. La clave en un debate es tener un buen moderador que sepa moderar, centrar, resumir posturas y que también tenga recursos expresivos.

1.3.- La mesa redonda

Es una reunión de expertos sobre un tema concreto. La diferencia con respecto al coloquio, más que en la forma, está en el contenido; el coloquio sería una confrontación polémica, mientras que la mesa redonda, sin excluir la posibilidad de confrontación polémica, es, sobre todo, una reunión de expertos sobre un tema. A pesar de esto, para muchos no existe esta diferencia, ya que la frontera entre ambos géneros es difusa.

1.4.- La tertulia

Su contenido es abierto, plural, no monotemático y cuya diferencia con la mesa redonda es que la reunión de expertos queda sustituida por una reunión de políticos, intelectuales, periodistas, famosos...personas relevantes, normalmente líderes de opinión y en ocasiones personas populares. Podríamos decir que la tertulia es un subgénero del coloquio que tiene un desarrollo periódico (diario, semanal...), cosa que los anteriores géneros no tenían, que tiene además participantes habituales, generalmente pagados. La tertulia normalmente busca la participación del público para objetar a los contertulios. En los programas radiofónicos podemos diferenciar 3 tipos de tertulias:

Tipos de tertulias:

- Tertulias mañaneras: se dedican a analizar las noticias recién salidas.
- Tertulias vespertinas: son más distendidas y en ellas juega un papel importante la ironía y el ingenio.
- Tertulias nocturnas: se caracterizan por la reflexión y el comentario de lo sucedido durante la jornada.

2.- Géneros de monólogo

2.1.- El comentario

Expresa las ideas de alguien, tanto si es una persona individual como si son instituciones.

En radio podemos incluir dentro de este género:

- El editorial: es la expresión de la opinión del medio
- El comentario: el que da su opinión es un particular

- El informe: persigue analizar, ampliar e interpretar los hechos, extremando en lo posible la neutralidad y el esquematismo. Existen 2 tipos de informes:
 - El informe de precisión: amplía y explica un acontecimiento con datos comparativos, cronológicos, estadísticos y documentales.
 - El informe de investigación, que intenta esclarecer el cómo y el por qué de las noticias. Este tipo de informe es difícil de llevar a cabo porque se mueve en un ámbito incómodo, en el que es fácil caer en la opinión).

2.2.- El reportaje

Según Cebrián Herreros, los reportajes pueden ser de varios tipos:

- Según la narración: pueden ser de hechos, de opiniones, de declaraciones y de acontecimientos.
- Según su duración: pueden ser cortos (cuando son la ampliación de una información. Abarcan desde 3 hasta 10 min.) y gran reportaje (normalmente lo que hace es ampliar una noticia exponiendo las diferentes versiones que hay sobre esta. El gran reportaje es complejo de elaborar; hay que tener cuidado porque es fácil pasar de la interpretación a la opinión).
- Según la difusión: nos encontramos con reportajes en directo y en diferido.
- Según el escenario desde donde se elaboran: nos encontramos con reportajes de calle (es el más peculiar y propio de la radio. Está ligado a la noticia de última hora. Es aquel que cumple lo de “narrar mientras los hechos suceden”), de mesa (incluyen contenidos ligados a la noticia pero sin la prisa que conllevan las noticias de urgencia. Son los grandes reportajes o reportajes especiales) y de archivo (aquellos elaborados a base de archivos).

Los reportajes constan de información lineal, ambiente, testimonios, ilustraciones y montaje. Partiendo de estos elementos, Sanabria explica que la estructura de un reportaje tiene tres partes:

- Entrada: puesta en escena y la puesta en situación del hecho que vamos a contar.
- Relato: narración de los hechos.
- Síntesis final

El reportaje tendrá más fuerza si a esta estructura le añadimos sonidos, testigos, personas entrevistadas y los hechos mismos.

Emilio Prado considera el reportaje como el género más rico de los utilizados en la información radiofónica. El reportaje implica investigación sobre el tema, una planificación básica y un guión orientador, requiere mucha materia prima y una elaboración que mezcla diferentes géneros (entrevista, crónicas, informes, datos de archivo...).

Las características del reportaje son la agilidad, la flexibilidad y la libertad creativa; no hay normas fijas y rígidas para hacer un reportaje.

3.- Técnicas de producción y realización

3.1.- Los instrumentos

Los instrumentos para la realización en radio son estos:

- Los micrófonos: son un componente esencial y el principio del proceso de grabación. El micrófono es un transductor cuya función es convertir las ondas sonoras en energía eléctrica. Millerson explica que las cualidades de los micrófonos pueden dividirse en función de:

- Sus propiedades físicas.
- Su calidad.
- Su sensibilidad o amplitud de señal.
- Las facilidades para su instalación.
- La direccionalidad en la que captan el sonido: omnidireccional (se utiliza para captar el sonido provenga de donde provenga), bidireccional, unidireccional...
- Los altavoces: son transductores que realizan la operación opuesta a los micrófonos; es decir, convierten la energía eléctrica en energía acústica. El complemento o sustituto de los altavoces son los auriculares.
- Los magnetófonos: son grabadoras de sonido en cinta magnética. Si el micrófono convertía la energía sonora en eléctrica, esta energía eléctrica al llegar a la cabeza grabadora del magnetófono, se convierte en energía magnética, que al ser reproducida vuelve a convertirse en eléctrica.
- Grabadoras digitales: transforman el sonido, no en energía magnética, sino en impulsos codificados numéricamente. Las ventajas de la grabadora digital sobre la analógica es que la cinta digital tiene 12 pistas, ofrece más velocidades y podemos grabar durante más tiempo.
- Los discos: los discos analógicos son láminas circulares donde se registran los sonidos mediante surcos, sonidos que después reproducen los tocadiscos convirtiendo las vibraciones en impulsos eléctricos. Hoy en día los discos han dejado de usarse; se emplean en su lugar discos compactos que no necesitan aguja, ya que el sonido se reproduce a través de un rayo láser que lee la información de dentro hacia fuera, a una velocidad de 4 millones de bits por segundo (se mueve desde 550 rpm en el centro y cerca de 200 rpm en el borde exterior).

3.2.- *Los modos de grabación*

Para grabar tenemos 3 procedimientos:

- La mesa de mezclas: es el centro del estudio de producción. Es una consola con un equipo que procesa las señales de sonido y que puede tener una gran variedad de modelos. Lo que hace el técnico cuando está en la mesa de mezclas es: controlar las salidas de sonidos (micrófonos, grabaciones, cintas...), mantener el nivel de audio dentro de los límites del sistema, atenerse al guión y a las instrucciones del realizador, comprobar la calidad, orientar a los operadores de sonido en el estudio y coordinarse con los demás miembros del equipo de producción.
- Los estudios: son los estudios de control-producción y los de emisión. En los primeros se graban determinados espacios, y en los segundos se emiten programas. Normalmente, los estudios deben estar diseñados en forma de "U", porque es una forma cómoda para que trabajen tanto el locutor como el técnico. Los estudios, además, tienen que estar bien aislados de los ruidos exteriores, ecos y reverberaciones. Las características del estudio afectan a la calidad del sonido. Hay estudios a los que se les llama "muertos" porque absorben el sonido, lo que obliga a situar los micrófonos muy cerca de la fuente de sonido; a otros se les llama estudios "vivos", cuando son reverberantes y en ellos, además de escuchar los sonidos que queremos oír, aparecen otros sonidos indeseados.
- Las grabaciones en exteriores: son las tomas que se hacen al aire libre, en despachos...y en todo tipo de situaciones. Son grabaciones en exteriores. La principal técnica para grabar en exteriores es el teléfono (a través de las líneas microfónicas); esta técnica es típica de cuando se hace necesario informar desde campos de fútbol, canchas de básquet, aeropuertos, etc. En estos lugares suele haber

cabinas microfónicas especiales para estas conexiones. Para grabar en exteriores se utilizan unidades móviles, que son equipos de transmisión y grabación instalados en un automóvil. Las señales que emite la unidad móvil llegan al receptor de la emisora de radio, que las recoge y las saca en antena.

3.3.- Las transformaciones técnicas

Las últimas novedades en este campo son:

- Informatización y digitalización de los equipos y de los procesos de producción: ahora, los medios cuentan con equipos digitales de alta fidelidad, que perfeccionan la calidad del sonido. También se han incorporado equipos digitales al montaje en radio, lo que nos permite hacer que la música se mantenga, desaparezca, hacer fundidos, repeticiones...
- Informatización de las redacciones: se han establecido nuevas relaciones entre la redacción y el estudio. Esto llega a tal nivel que un redactor puede saber exactamente lo que su información va a durar en antena porque un ordenador le va a decir el tiempo que le llevará pronunciar el discurso según su ritmo de lectura. Esto permite, por ejemplo, que las crónicas de los corresponsales estén medidas en el tiempo.
- Acceso automático a las fuentes documentales ajenas:
- Informatización de los propios archivos sonoros y escritos: esto permite que no sea necesario que las grabaciones se encuentren físicamente en el control sino que pueden ser accionadas mediante control remoto. Este es un gran paso hacia las audioteclas nacionales.
- Informatización del control central y de la continuidad de las emisiones: esto permite llevar un control de todas las informaciones que se van emitiendo.

Tema 5: El programa magazine

1.- Concepto

El magazine es una modalidad de programa que combina información y opinión con entretenimiento y espectáculo. Se trata de ofrecer la mayor variedad de temas, de voces y de situaciones bajo una misma unidad. Por lo tanto, en el magazine hay que combinar unos componentes fijos con una gran variedad de contenidos. La duración del magazine ha ido ampliándose y ha pasado de ocupar entre 2 y 3 horas a abarcar 5 horas e incluso más (La tendencia es a acaparar cada vez más espacio). La información cada vez necesita una mayor contextualización y un mayor análisis, y en el género magazine esto resulta fácil.

2.- Tipos de magazine

Hay 3 tipos de magazines

2.1.- Magazines generales

Acogen todo tipo de contenidos. Amplían, analizan y recogen comentarios de la actualidad en general, sin interrupción alguna. En este tipo de magazine se suele dar participación a la audiencia, que puede entrar por teléfono, mediante e-mail, pueden realizar preguntas, responder a los tertulianos...

2.2.- Magazines especializados

Son aquellos que se centran en un único contenido.

Entre los magazines de este tipo destacan:

- **Magazines deportivos:** estos tienen una duración restringida y se centran no sólo en la exposición de noticias, sino que incorpora todo tipo de tratamientos (conexiones en directo, comentarios, entrevistas...). Estos magazines tienen un público específico; normalmente aficionados al deporte o asociados a algún club. Estos magazines se caracterizan por que le da gran importancia a la opinión y también porque están dirigidos y presentados por un profesional del medio, que es el que coordina las diferentes partes del programa.
- **Magazines culturales:** tienen una duración breve en relación con los magazines generales (entre 1 hora y 1 hora y media). Tratan la cultura en el sentido más amplio y abordan temas de literatura, bellas artes, música o teatro. Estos magazines hacen también un resumen de noticias culturales e incorporan crítica literaria, novedades editoriales, entrevistas con autores...

2.3.- Magazines informativos

Se centran exclusivamente en contenido informativos. Podemos encontrarnos con: noticiarios generales, noticiarios de información general o magazines de noticias curiosas. En este tipo de magazine el locutor/presentador pierde relevancia y lo que hace es dar paso a las diferentes noticias. Este magazine rompe con la estructura de los noticiarios clásicos; es más abierto a las noticias de última hora y presenta una estructura muy renovadora de un día para otro (de un día a otro renueva la información que ofrece).

3.- Título, estructura y secciones

3.1.- Título

El título de los magazines es muy importante. A pesar de esto, normalmente el magazine es más conocido por el nombre del presentador que por su propio título, ya que este género es la consolidación de la radio de las estrellas frente a la radio de una emisora o frente a la radio de contenidos. Por lo general, el título es un elemento de reconocimiento del magazine.

McLeish, respecto a los títulos de los magazines, destaca lo siguiente: “El título es el poste de señales que indica la producción de la emisora; debe evocar un recuerdo de la edición anterior y también facilitar una pista sobre sus contenidos para los no iniciados... el título debe provenir directamente de los objetivos del programa, y en su confección también debe influir el sector de audiencia al que va destinado”.

3.2.- Estructura

La estructura se basa en la combinación y variedad de aspectos, temas, participantes, géneros, etc. Dentro de esta variedad, hay que darle una unidad y un sentido al magazine, que normalmente viene dada por el presentador. Lo que hace el presentador es crear una ligazón (una continuidad narrativa) que el oyente percibe. Él es la fórmula para que no percibamos el programa como un conjunto de apartados inconexos.

Normalmente, la estructura del magazine distribuye los temas y las secciones de forma equilibrada; lo normal es que se combinen secciones de duración amplia con otras de duración corta para romper la monotonía y dar ritmo al programa. Por lo general, las secciones del magazine tienen una duración prefijada para que la audiencia se fidelice. En un magazine lo que cambia es la organización monotemática de los contenidos, no la estructura general del magazine. El magazine nace con una estructura global, con secciones fijas que le dan identidad y que permiten generar una expectativa en la audiencia. La reiteración del programa (de su estructura) es lo que le permite al oyente reconocer el magazine.

La estructura no sólo se refiere a que esté organizado por secciones y a que éstas se mantengan, sino también a su orden secuencial (las secciones siempre van unas detrás de otras, siguiendo siempre el mismo orden). La estructura puede romperse cuando suceden acontecimientos inesperados o como consecuencia de un día especial (fiestas, conmemoraciones, aniversarios...).

3.3.- Secciones

Los contenidos de un magazine están organizados en secciones. Las secciones pueden ser fijas o también podemos incluir secciones improvisadas. Normalmente, cada sección suele tener su propia sintonía, título, e incluso sus propios presentadores. La variedad de secciones hace que el magazine tenga una mayor agilidad y un mayor ritmo. Hay secciones de periodicidad semanal y otras de periodicidad diaria.

Dentro de las secciones, tiene una gran importancia el género de la tertulia: en la tertulia se hacen comentarios improvisados sobre cualquier asunto de actualidad, pero a su vez se requiere que el tertuliano tenga garra, gracia y chispa. Lo que aportan las tertulias a los magazines es variedad de voces y agilidad de intervenciones.

Las secciones más destacables de un magazine son:

- Reportajes.
- Entrevistas con diferentes personajes.
- Tertulia.
- Humor en sus diferentes manifestaciones: ahora está de moda crear personajes ficticios que interpreten los hechos en clave de humor.

4.- El presentador y los colaboradores

El presentador es la figura clave del magazine. No se concibe un magazine sin que al frente del mismo esté una persona clave y relevante. La audiencia reconoce el magazine más por el nombre del presentador que por el nombre del programa o de la emisora de radio. El estilo personal del locutor va a marcar fuertemente el programa; ese estilo es el que le va a dar audiencia y renombre al magazine.

En cuanto a los colaboradores, el magazine cuenta con un amplio equipo de profesionales. Hay colaboradores que dirigen cada una de las secciones, y hay colaboradores que participan de forma esporádica en función de los temas que se aborden en el magazine.

Hoy en día, la competitividad entre las diferentes emisoras de radio ha desatado una lucha entre los magazines por ver quién se lleva a los mejores locutores. En esta lucha se produce un trasiego de colaboradores de una emisora a otra (los colaboradores fichan por diferentes emisoras). Dentro de estos colaboradores están los tertulianos (los que colaboran en las tertulias) que normalmente son periodistas y columnistas de periódicos y revistas, o que también pueden ser personajes populares o famosos.

5.- El tratamiento sonoro

Lo que predomina en el magazine es la palabra, aunque no de forma exclusiva. A través de la palabra se transmite información y opinión. Hay secciones que están basadas exclusivamente en la palabra, pero no podemos olvidar que en los magazines también son importantes los sonidos. McLeish explica que la música, en los magazines, es un ingrediente importante para conseguir una variedad, y puede utilizarse de varias maneras:

- Un número musical, la ejecución de un concierto o la presentación de un disco.
- Reseña de un nuevo número musical.
- Música que es consecuencia natural de la sección anterior. Por ejemplo, una entrevista con un pianista que va a dar su primer concierto, seguida de una ilustración de su trabajo.
- Cuando se produce un cambio completo de tema, la música puede servir de enlace (un breve “puente” musical puede ser permisible). Es especialmente útil proporcionar un tiempo para pensar después de una sección que ha sido sugerente o emotiva, sobre todo si hace falta que se produzca un cambio de mentalidad.

La música debe ser utilizada como un factor positivo del programa, y no sólo para rellenar los espacios entre las diversas secciones. Puede emplearse como inserción humorística o como comentario irónico sobre la sección anterior.

En definitiva, la música puede cumplir un objetivo puramente funcional, de encadenamiento, o puede tener un contenido específico, igual que cualquier otro asunto (puede ser un nexo o puede ser el centro de atención).

La palabra, la música y los diferentes documentos se interrelacionan para dar un ritmo adecuado al programa. La dosificación de estos elementos es lo que va a marcar el estilo y el ritmo que tendrá el magazine. El magazine es un auténtico programa de autor donde la mayor importancia la alcanza el director o presentador del programa.

6.- El ritmo y la unidad

El magazine es una exposición de contenidos en secuencia; no son secciones aisladas, sino que una va detrás de otra. No se trata sólo de yuxtaponer una sección tras otra, sino de interrelacionar las secciones entre sí y darles una secuencia. Dentro de esta secuencia, lo importante es la cohesión o la unión que les da el presentador.

El ritmo del magazine nace del combinado de todas estas secciones, de las intervenciones del presentador y de los ritmos musicales. La unidad al magazine se la da el presentador y la fluidez radica en conseguir unas buenas transiciones y enlaces entre el presentador y las demás voces que intervienen. Estas voces pueden ser colaboradores, audiencias o llamadas telefónicas. El presentador, para dar unidad al

magazine, hace las entradillas; con éstas, lo que hace es contextualizar y enmarcar en su propio estilo las peculiaridades de cada uno de los que intervienen, de forma que todos aparecen movidos por el presentador.

Tema 6: Los programas de contenidos especializados

1.- Concepto

Frente a los programas generalistas, estos programas se centran en una sección informativa específica. Los programas de contenidos especializados tratan de desarrollar la actualidad en torno a dichos temas. Son programas en los que se intenta profundizar al máximo en un tema concreto.

2.- Tipos de programas

2.1.- Programas sobre ciencia y tecnología

Este tipo de programas cada vez despiertan más interés en la audiencia. Normalmente reciben el nombre de “programas divulgativos”, aunque la mayoría de los programas especializados son de alguna forma divulgativos. Cuando la dirección y la presentación del programa no puede ser llevada a cabo por un científico, experto o técnico, entra en juego la figura del divulgador, que es una persona que, sin ser un entendido en el tema, tiene un conocimiento suficiente sobre el mismo como para ser capaz de aclarar el tema, analizar su trascendencia y entusiasmar a la audiencia. La diversidad de temas científicos y técnicos hace difícil que un mismo científico pueda abarcar todas las áreas, por eso estos programas suelen estar en manos de periodistas que dominan el oficio, la explicación, y que además logran un conocimiento suficiente de cada una de las cuestiones abordadas (así se suple la ausencia de la figura del científico especializado).

La audiencia de estos programas normalmente es, o bien una audiencia especializada (suelen ser grupos minoritarios), o bien una audiencia general (una audiencia amplia que tiene interés por estos temas). No es la audiencia heterogénea de los programas generalistas, sino que es una audiencia homogénea que se interesa por un tema determinado.

Normalmente, en cada programa hay un especialista para cada una de las cuestiones. Al invitado se le hace una entrevista a fondo, para lo cual el periodista debe haberse documentado bien sobre el asunto.

En la actualidad, la ciencia y la tecnología arrojan tanta información que han dado origen a cientos de revistas especializadas. Sin embargo, la radio no puede llegar a este grado de especialización porque la divulgación de estos campos requiere una terminología muy específica que resulta de difícil comprensión. Los programas de radio de ciencia y tecnología son una especie de enciclopedias aclaratorias de los últimos avances; pretenden divulgar los conocimientos y los últimos avances técnicos y científicos de manera asequible (comprensible para la mayoría). Para ello, parten de la rigurosidad del tema y luego buscan un lenguaje claro y una comunicación fluida para hacer interesante el programa. Este tipo de programas normalmente se basan en entrevistas, reportajes y exposiciones de hechos llamativos y atractivos.

2.2.- Programas de información cultural

Aquí podemos hacer una división de lo que ofrece la programación radiofónica cultural:

- Una programación de contenidos considerados tradicionalmente como culturales: existe un bajo nivel de programas culturales, particularmente en las emisoras privadas (comerciales), debido a 3 razones:
 - Rechazo de la audiencia: Las estadísticas reflejan que son programas poco escuchados. Según las estadísticas, la gente cree que la cultura se presenta de forma aburrida, pero resulta que cuando se intenta hacer atractiva los críticos la rechazan porque consideran que frivolan la información cultural.
 - Falta de interés de los responsables de las emisoras: estos están más preocupados por la explotación comercial y por los índices de audiencia (la cultura no da dinero).

- Alejamiento de los intelectuales: éstos rechazan la radio por sus escasas posibilidades creativas y por la imposibilidad de que la audiencia pueda reflexionar. Esta imposibilidad de reflexión es debido a la rapidez, fugacidad e irreversibilidad de los mensajes radiofónicos.
- Información cultural: es la cultura entendida en su sentido tradicional, que cuenta con diversos tratamientos en radio. Estos tratamientos son 3:
 - Los hechos culturales como objeto de información en los noticiarios: Las noticias de cultura en los informativos de radio ocupan poco espacio y la sección cultural abarca poco tiempo y se suele situar siempre al final.
 - La cultura como objeto de los magazines: Lo que hace el magazine es ampliar las noticias culturales, invitando a participar a figuras literarias con motivo de un premio, la publicación de una obra o para dar su opinión sobre un asunto general o literario.
 - Programas monográficos: Éstos suelen tener una doble concepción, como noticiario o como magazine (Por ejemplo, "El ojo crítico"). Los monográficos tienen dos vertientes.

2.3.- Programas de información económica y financiera

No nos referimos aquí a las secciones de economía dentro de los informativos, sino a programas específicos para estos temas.

Fue a finales de los años 80 cuando adquirieron popularidad estos programas económicos con la información de valores. Las emisoras han creado monográficos dedicados al asesoramiento fiscal; este tipo de programas suelen desarrollarse con una parte de participación. La audiencia llama al programa de radio y, como si de un consultorio se tratara, formula su caso y un experto le responde.

La mayor dificultad de estos programas es la divulgación, porque la audiencia tiene que entender el lenguaje especializado que usan los especialistas que facilitan la información. Si no conseguimos explicar bien los términos económicos, el programa no funcionará.

2.4.- Programas de información deportiva

Existen tres tipos de información deportiva:

- Información deportiva en los noticiarios: en los informativos, es habitual la presencia de la información deportiva y, además, con un espacio bastante mayor respecto al que se dedica a la cultura.
- Los noticiarios especializados en información deportiva: Cada cadena de radio suele contar con 2 o 3 programas a lo largo del día para ofrecer noticias sobre el deporte. Están adquiriendo, poco a poco, la franja nocturna. El tratamiento suele ser amplio y de análisis, de tal forma que analiza y contextualiza la información, se incorporan elementos sonoros y se cubren la mayoría de los deportes. Hay información, pero sobre todo interpretación y análisis, ya que la información suele conocerse por otros contextos. Son informativos un tanto peculiares, en el sentido de que información y opinión no aparecen demasiado diferenciados.
- Transmisión en directo de acontecimientos deportivos: El deporte tiene una gran audiencia, pero también un alto coste económico. Estos programas también se caracterizan por una multiplicidad de puntos de vista, riqueza informativa e interpretativa, y una gran agilidad narrativa. Hay una serie de factores que han convertido la información deportiva en espectáculo:
 - Acaloramiento narrativo emocional.

- Implicación de los locutores.
- Especial fonética narrativa.

2.5.- Programas de otros contenidos especializados

- Programas dedicados a información nacional o programas de información política: actualidad parlamentaria.
- Programas realizados durante campañas electorales: en las emisoras públicas, la legislación vigente obliga a organizar programas gratuitos en los que los partidos políticos que concurren en las elecciones difunden su programa electoral. Las emisoras privadas pueden hacer este tipo de programas de forma voluntaria. En los contenidos del programa se incluyen entrevistas, líneas abiertas con la audiencia, debates... Son programas a caballo entre la información y la propaganda.
- Información internacional: cuando ocurren acontecimientos de gran repercusión, cabe hacer este tipo de programas especializados.
- Juicios y sentencias judiciales: estos programas están cada vez más en boga. Los periodistas pueden acceder a los juicios para informarse, hacer fotos, dibujos, recoger declaraciones...
- Programas religiosos: Rosarios, Ángelus, programación religiosa en Semana Santa, Navidad...