

DISEÑO DE PROGRAMAS EN RADIO por RONIN

Ficha técnica:

Nombre del libro: Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y formulas

Nombre de los autores: Miguel Angel Ortiz y Federico Volpini

ISBN: 84-493-0143-2

Deposito legal: B-22.253/1995

Editorial Paidós Ibérica, S.A.

Mariano Cubi, 92 – 08021 Barcelona

Y Editorial Paidós, SAICF,

Defensa,599 – Buenos Aires

De la colección Papeles de Comunicación nº 11, colección dirigida por J.M. Pérez Tornero y Pilar Sanagustin

Sobre los autores:

Miguel Angel Ortiz es licenciado en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la U.C.M. Desde hace más de quince años, esta vinculado a RTVE, donde ha desempeñado diversas labores de responsabilidad, entre ellas la dirección de programas de RCE, la jefatura de programas en RCE y la subdirección de Emisoras territoriales. Participo en el proyecto Radiotelevisión Madrid, donde desempeño el cargo de director adjunto, y actualmente es director técnico del instituto de la Comunicación radiofónica de la Universidad Complutense y del Máster de radio nacional de España.

Es coautor además con Jesús Marchamalo del libro *Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica* publicada por la misma editorial para esta colección.

Federico Volpini es escritor y guionista especializado en ficción (relatos, cuentos, novelas, guiones cinematográficos, etc.). Redactor de RNE desde 1977, ha dirigido, en ésta y otras emisoras (radio peninsular, radio Juventud de Madrid, Onda Madrid) una veintena de programas y ha colaborado en otros tantos como realizador, guionista, etc. Fue editor del semanario La voz de Houston (Houston, Texas) entre 1981 y 1982, y desde 1989 imparte cursos de guión y realización en el Máster de Radio Nacional de España.

Sinopsis

“El presente libro aborda una descripción completa del proceso de la creación radiofónica, desde la concepción de la idea hasta la planificación del programa. En sus páginas encontrara el lector una panorámica ordenada de los elementos que configuran el programa de radio, las características de los diferentes formatos y tipos de programas, así como una serie de claves y modelos de referencia para la elaboración de un guión radiofónico.

Se trata en definitiva, de una propuesta para que el lector pueda llegar a familiarizarse con la producción de programas radiofónicos desde la perspectiva del comunicador y del guionista de radio.”

Capítulo 1 Características del medio

El proceso de elaboración de programas y mensajes en soporte radiofónico no deja de ser una actividad creadora.

Esta capacidad del medio para recrear y transmitir una sensación de veracidad, para ser testimonio de los hechos, hace del soporte radiofónico el instrumento idóneo para la información: origina en la audiencia una imagen de la radio como actual e informada, pegada a lo cotidiano.

La fugacidad de los mensajes radiofónicos explica que, desde un punto de vista lingüístico, el periodismo radiofónico aparezca caracterizado por dos rasgos específicos que dan su propia personalidad a esta modalidad del lenguaje informativo: a) *laconismo* y b) *estilo comunicativo peculiar.*

Estos dos rasgos llevan asociadas dos diferencias también específicas para el medio: la claridad y un sonido propio de los mensajes radiofónicos que se diferencian y se despegan, cada vez más, de la forma de comunicar de otros medios, como la prensa o la televisión.

La radio es un medio de comunicación con un solo soporte para transmitir mensajes: el sonido. Es, por tanto, un medio de comunicación unisensorial. Un medio exclusivamente sonoro, que esta sólo puede ser percibido por el sentido del oído.

Esta unisensorialidad se convierte en la principal referencia que hay que tener en cuenta para entender tanto las particularidades del lenguaje y la comunicación radiofónica, como las circunstancias de atención y comprensión de su mensaje.

La radio fundamenta su capacidad de comunicar, de transmitir sensaciones, en la combinación de cuatro recursos sonoros: la palabra, la música, los ruidos y el silencio. Combinados entre sí o individualmente, estos recursos conforman el discurso, el mensaje radiofónico, cuya característica esencial es, como se dijo unisensorial.

Capítulo 2 El guión

El guión es la base del programa radiofónico. Así el programa radiofónico en potencia; tiene que recoger, sin omisión, sus elementos (más o menos literales, explícitos, según sea el tipo de guión – que corresponda al tipo de programas-). En él debe estar todo previsto.

Sobre el guión trabajarán dos equipos principales, que son LOCUCIÓN y TÉCNICA.

El guión es el que proporciona la información precisa a cada ejecutante, distinguiendo con claridad a quien corresponde las indicaciones que en él están, concretando que es lo que se hace y como hacerlo. Incluye por tanto instrucciones (quien, que cuando, como, donde) y los textos de lectura o parlamentos.

El guionista deberá contar con cada uno de los medios a que se tenga acceso y usarlos adecuadamente en cada caso, ciñéndose al axioma de que la economía de medios es virtud:

- medios humanos
- medios técnicos
- disponibilidad de documentación, archivos, fondos musicales, etc.

Capítulo 3 Elementos expresivos en el guión radiofónico

El primer escollo con el que el guionista va a enfrentarse es la TERMINOLOGIA. Como cualquier oficio la radio ha secuestrado para su propio uso unas cuantas palabras, dándoles un uso propio del medio. No son muchas, ni su acceso difícil, lo que ocurre que distintos grupos utilizan distintas terminologías. Estos son los términos más usuales:

LOCA (o LOA), LOC, PARLAMENTO, PIE, TEXTO, INDICACIONES, CONTROL, SOPORTE, REFERENCIA, ENTRAR, PINCHAR, DAR MICRO, REGLETA, AGUNTAR, MANTENER, PLANO, FONDO, PP. Y F., F Y PP., ENTRAR EN F, RAFAGA, DESVANECER, PERDER, CORTAR, CORTAR A, FUNDIR, ENCADENAR, A SEÑAL, ECO, FILTRAR, CONTINUIDAD, EMITIR AL AIRE, PROYECTAR, EDITAR, CINTA NEUTRA, DOCUMENTO, PAUSA VALORATIVA, PROGRAMAR, GRABACIÓN, DIRECTO, CRESTAS, EN VACIO

La VOZ debe ser dentro de lo posible, clara, distinta, bien timbrada y, sobre todo, inteligible, siempre que cumpla esa función de transmisión de ideas: el oyente debe entender lo que se dice. En este aspecto prima la comprensión del mensaje verbal sobre la intención con que se emite tal mensaje. La voz cumple también una función emocional. Traduce sentimientos, sensaciones. Aquí es más importante el tono que la palabra. Por este motivo el texto al ser radiado tiene que ser adaptado.

Por otro lado el oyente no puede volver atrás como en la prensa. ¿Qué significa esto?

- a) Que es conveniente aportar un número no excesivo de datos en cada periodo.
- b) Que resulta imprescindible repetir un número de veces suficiente los conceptos e ideas cardinales.
- c) Que hay que cuidar especialmente el ritmo.

La MUSICA es la segunda gran protagonista de la radio, pudiéndola clasificar en objetiva, subjetiva y descriptiva. En cuanto a sus funciones podemos decir que puede ser independiente de la voz, o de acompañamiento.

Los EFECTOS ESPECIALES conforman otro elemento característico de la radio. Forman el fondo, el acompañamiento, el ambiente donde la acción se desarrolla. Podemos clasificarlos como objetivos, subjetivos y descriptivos

Los PLANOS son los que determinan la situación de los distintos sonidos que concurren en la narración respecto al oyente que nos escucha. Distinguiremos en el guión distintos planos: planos espaciales de narración, de presencia, temporales y de intención.

El SILENCIO se emplea normalmente con una intención psicológica, dramática. Podemos clasificarlos en objetivos y en subjetivos.

Por último la AMBIENTACION SONORA que es el entorno sonoro en que se desarrolla la acción (acompañamiento musical, ruido de fondo o ausencia de sonido referente). Existen tres tipos de ambientación: la objetiva en la que se reproduce lo que realmente se escucha, la representativa que es la que se utiliza y la subjetiva que es imaginada y sugerida.

Capítulo 4 La tecnología y los equipos de trabajo

Lo primero que debe tener presente el guionista de radio es la disposición y posibilidades de los recursos técnicos en el estudio de realización.

El estudio convencional de radio está dividido en dos zonas independientes, situadas una frente a otra, ambas insonorizadas entre si y del exterior y separadas por un cristal.

Una de ellas, el LOCUTORIO, es el lugar donde se emplazan los micrófonos; y desde donde intervienen tanto el presentador, como los locutores, actores, invitados, o cualquier otro participante cara al “micro”.

En la otra, el CONTROL – a cargo de uno o más especialistas de sonido; realizador, en ocasiones; montador/es musical/es, si es el caso; técnico de efectos especiales, etc.- se encuentra el resto de los elementos técnicos indispensables para la grabación o emisión del programa. En el control se sitúa, por regla general, el Equipo de Producción, cuando de él se precisa. Distinto elementos son comunes a la sala de control, los mas habituales son:

Magnetófonos de cinta abierta, platos giradiscos, reproductores de discos compactos, cartucheras, reproductor de “cassettes”, Dat, mesa de mezclas etc.

Por ultimo recordar que los avances en informática y tecnologías digitales están cambiando algunas formas de operar y funcionar a algunas emisoras y por tanto estas novedades tecnológicas no deben ser ajenas al guionista de radio, ya que en ellas encontrara nuevos instrumentos de trabajo.

Los equipos característicos de una emisora son:

Equipo TECNICO, que son los que operan en el CONTROL, de los cuales los mas importantes son: el controlador o técnico de sonido, el realizador del programa, el montador musical, y el encargado de los efectos de sonido

Equipo de LOCUCION, que se encuentran en el LOCUTORIO, formado por presentador, locutor, actores etc.

Equipo de PRODUCCION, que se ocupa de la logística, en el se encuentran encuadrados el productor, el secretario, el telefonista y el recepcionista.

Equipo de REDACCION, en el encontramos a los guionistas, programadores de música, reporteros, redactores de mesa, colaboradores, documentalistas.

Por ultimo nos encontramos al DIRECTOR del programa que puede pertenecer a cualquiera de estos cuatro equipos. Normalmente en el primero como realizador y en el segundo como presentador.

Capítulo 5 El esqueleto del guión

La IDEA es el embrión de la estrategia, la planificación, que nos va a permitir (o por medio de la que vamos a intentar) el cumplimiento de nuestros objetivos.

Cualquier programa necesita por tanto de una idea matriz, una política propia de ese programa, que se integrara en la emisora; y después precisa de una estrategia a la que deben responder todos los elementos, una o varias ideas conductoras que lo salven de error.

La idea originaria, o línea maestra del programa viene condicionada por estos tres factores:

Audiencia : publico al que se destina el programa, nos dará una primera orientación acerca del género -forma- al que éste debe pertenecer; el ritmo y la ambientación general que le convienen; y, basándose en los gustos y/o necesidades de a audiencia, más los gustos y/o necesidades propias, los contenidos luego, a una determinada audiencia corresponde una forma y unos contenidos.

Contenidos: de qué va a tratar, en líneas generales, el programa. Determinan el ritmo, la ambientación y el genero: en definitiva, la forma del mismo; u mantienen, incrementan o hacen huir la audiencia.

Forma: influirá en los contenidos y en la audiencia.

Audiencia, contenidos y forma son los OBJETIVOS que todo programa de radio se tiene que proponer; y que se tendrá que volver a plantear en cada espacio; para mejorarlos según las circunstancias. Los objetivos, enraizados en la filosofía, prefiguran la idea.

La PAUTA es el paso previo a la confección del guión definitivo. Suele incluir tiempos reales o previstos, pero no pies, ni indicaciones a control. Puede ser fija o abierta, aunque lo recomendable es una estructura flexible y mixta.

La ESCALETA es una pauta mas definida y referida a una edición determinada del programa. Se elabora a partir del guión y no al revés. Aparecen en ella, y en su orden, todos los contenidos, normalmente con tiempo, etc.

El GUIÓN DE CONTINUIDAD es el guión entero, pero sin los textos de continuidad o de grabaciones: solo pies de los mismos. Se diferencia de la escaleta en que es más detallado y en que incluye siempre indicaciones a control. Se suele hacer sobre el guión definitivo; aunque a veces se monta en lugar de éste, a partir de sus distintos elementos.

Debe cumplir ya los siguientes requisitos: rápida localización de las indicaciones; claridad, concisión, información completa; limpieza y finalmente orden.

Capítulo 6 Estructura del guión

Términos más utilizados de elementos que estructuran un guión radiofónico:

Sintonía: nota o sucesión de notas musicales – u otros sonidos – que por sí sola sitúa un espacio radiofónico; y que permite al oyente conocer, con su sola audición, que ha sintonizado

Careta: no es sino una sintonía – a la que puede englobar – más elaborada; con créditos o títulos fijos (aquellos que van a aparecer en todas y cada una de las emisiones de ese programa) y que puede incluir otros textos – introducción temática, declaraciones de intenciones, entradillas, etc.-, también fijos

Indicativo: intervención muy breve (solo “títulos”, nombres) que recuerda al oyente el programa o la emisora que está escuchando, o ambas cosas. Puede incluir sintonías o ráfagas musicales o no incluirlas. A menudo va seguido de horarias (información de la hora exacta).

Entradilla: intervención breve (medio folio sería un máximo aconsejable) en la que el locutor centra el programa (o la “sección”) que va a venir a continuación; o, sencillamente, lo/la presenta.

Secciones: cada una de las partes diferenciadas en las que, sin formar parte de la continuidad, se puede dividir un programa.

Sketch o escena: secciones dramatizadas que ilustran un determinado punto de interés o simplemente, ambientan y enriquecen un programa. El sketch –como sucede con el magazine- ha obtenido tan general aceptación y está ya de tal modo arraigada en el vocabulario radiofónico (y en el de la calle), que parece empresa vana oponerle otros vocablos –escena, tiras, diálogos, etc.-, seguramente mucho más adecuados.

Cuñas: son montajes sonoros cortos (treinta segundos –30”- sería una media, aunque pueden sobrepasar ese tiempo o no cubrirlo), dramatizados o no, que se utilizan como promoción y cuñas de contenido.

Cuñas de promoción: sirven para dar publicidad, para anunciar: promover significa dar comienzo a una cosa, o elevar a una persona a otra categoría superior: una emisora; un programa; una “sección”, etc.; y/o –y muy especialmente_ un producto comercial. También se les denomina jingles.

Cuñas de contenido: hay quien las llama “píldoras”. Se usan, sencillamente, para adornar o para conferir una mayor agilidad a los programas.

Microespacios: espacios independientes, con su propia estructura y contenidos, que se integran dentro de un programa.

Cortinilla: ráfaga de separación (habitualmente entre secciones), casi siempre pregrabada

Golpes: efectos musicales muy dramáticos que subrayan y acentúan un momento, una situación, un “personaje”, un “titular”, etc. (en los programas informativos se los llama “puntos” y, de hecho, es con frecuencia esa función ortográfica la que cumplen en el desarrollo de la emisión).

Otros recursos: entrevistas, tertulias, encuestas, conexiones, teléfono, invitados en el estudio, utilización de grabaciones –“documentos”; trenes de efectos; “pregrabados”..., ruedas informativas, etc. Son recursos a los que se puede acudir en la “continuidad” o dentro de “secciones”, micro/espacios; y hasta usar cuñas, caretas, etc.

Capítulo 7 El guión por tipos de programas

El boletín de noticias, contemplado desde la óptica del guionista de radio, es de confección más elemental, se puede considerar el boletín como una avance de noticias que después, aparecerán en el boletín hablado. En este tipo de programas no existe una estructura de guión propiamente dicha. Se trata generalmente, de una sucesión de noticias ordenadas, de acuerdo con el criterio de interés informativo, por bloques temáticos y separadas, a veces, por una ráfaga musical.. a veces incluye testimonios sonoros (in voce) para ampliar o explicar la información.

El diario hablado, concebido como estructura de programa, es un guión abierto en cuanto que es susceptible de variación por imperativos de la actualidad. De esta forma en el diario hablado la información es más detallada y, normalmente, las noticias más importantes son ilustradas con documentos sonoros: entrevistas con el protagonista de la información, conexiones en directo con el lugar de los hechos, etc.

Los programas informativos especiales son, en realidad, programas monográficos dedicados a temas o acontecimientos especiales de carácter informativo que, en su estructura de programa, utilizan recursos mixtos: recursos informativos y recursos propios de cualquier programa magazine o de entretenimiento.

Se pueden diferenciar diferentes tipos o clases de programas musicales:

1. los programas dedicados a listas de éxitos o TOP, caracterizados por un esquema de repetición periódica de los contenidos en el que esta prefijado con antelación el tratamiento y uso del material sonoro.
2. programas de música especializada, en los contenidos vienen identificados por el estilo y tipo de música. Tampoco es habitual, al igual que en el anterior el uso de guión, improvisándose y realizándose comentarios oportunos durante la emisión.
3. los denominados programas-revista musical, en ellos se pueden encontrar entrevistas, opiniones, comentarios y otros contenidos etc., por esta razón es lógico la utilización de un guión al igual que los programas magazin o de entretenimiento.
4. los programas musicales de autor, en el, el presentador es quien selecciona la música sin más criterio que su propio gusto o personalidad, ofreciendo una nueva concepción de la música, programada al servicio de un concepto comunicativo diferente, más amplio y personal.

Los programas de ficción y dramáticos, que sencillamente están ausentes de la programación en España desde hace algunos años, aunque supusieron a lo largo de décadas, uno de los puntales de la oferta radiofónica.

Los programas magazines, están considerados dentro de los géneros radiofónicos, como una especie mixta. La complejidad de la elaboración de este tipo de programas radica en que en él se pueden incluir – como secciones- todo tipo de géneros programáticos: dramáticos, entrevistas, documentales, musicales, etc. El guión del magazine es básicamente la percha, el esqueleto del programa. Su estructura deberá prever el lugar exacto donde se ubique cada una de las secciones. Más que un guión, se trata de una escaleta donde se refleja el orden de aparición de los distintos elementos.

Los programas documentales se pueden identificar, en gran medida, con el reportaje, su concepción permite, como éste, diversos enfoques: informativos, descriptivo, normativo, dramático, etc.; y permanece abierto a múltiples propuestas creativas desde el punto de vista del guión.

La publicidad puede considerarse también un género radiofónico, según la fórmula utilizada, los programas se ofrecen al oyente en algunos de estos formatos: *comunicado, programa o microespacio publicitario, publirreportaje*, y finalmente como *cuña*.

El guión y los géneros periodísticos

El informe es un género informativo utilizado para aportar datos que desarrollan y explican el argumento central de una noticia o un hecho analizado en un programa radiofónico, para su mejor comprensión por parte del oyente. Es por tanto un género de explicación, cuya característica esencial es una narración lineal que amplía la noticia.

En el reportaje se combinan la narración y los recursos sonoros que el lenguaje radiofónico brinda para ambientar esa información: testimonios, sonido ambiente de los hechos, música, etc.

La entrevista es uno de los géneros periodísticos que mejor se adapta al medio radiofónico y, por tanto, uno de los más eficaces para dar a conocer la información especialmente por ofrece además múltiples posibilidades expresivas en el montaje. Desde el punto de vista del guión diferenciaremos tres formatos de entrevista: *la entrevista en directo, la entrevista en diferido y la entrevista de carácter*.

Consideramos programas especiales aquellos que, confeccionados con una finalidad concreta (monográficos fuera de la programación Habitual, programas conmemorativos, programas destinados a concursar en premios, etc.) no entren realmente en ninguno de los apartados anteriores, pero pueden tomar la forma de uno o varios de ellos a la vez. Se distinguen más por sus objetivos que por el formato en los que se apoya, y suelen estar mucho más cuidados que los demás programas en su presentación y contenidos. Estos programas se encargan a profesionales de probada solvencia y constituyen el “armamento pesado” de una emisora, que dan cuando llega el momento excelentes resultados.

Capítulo 8 Guión y formatos de programación

Cuando hablamos de *la radio-fórmula* musical nos estamos refiriendo por regla general, al formato musical más internacionalmente conocido: el top.40 o radio-fórmulas similares basadas en la repetición sistemática y edecuada de producciones musicales. Es lo que se conoce normalmente como radio de música de listas, cuya preparación se basa en los ranking de ventas discográficas. Desde el punto de vista del guionista y de la planificación del programa, la clave de la radio-formula es la repetición. Se diseña una estructura de programación repetitiva, de hora en hora, durante las 24 horas del día. Como guionista, el presentador de radio-formulas musicales ha de ceñirse a buscar las combinaciones posible de los discos incluidos en la lista, de acuerdo con el criterio de programación establecido para cada hora (hot clock). El resto consistirá, simplemente, en aportar una ligera dosis de creatividad para presentar los temas.

En el aspecto estructural *la radio convencional* se caracteriza por la existencia de variedad de géneros programáticos, con diversidad de contenidos, de diferente tratamiento y duración; y diversificación de objetivos. La estructura de los programas suele variar de una hora a otra, incluso tratándose del mismo programas. Por tanto, y dado que en este tipo de programación nos podemos encontrar con toda clase de géneros, cualquiera de los formatos de guión aludidos hasta hora le son propios. La estructura del reloj (hot clock) es sustituida por la pauta de programas, que es la columna vertebral donde se integran todos los programas del día. Para el programador y el guionista la pauta de programación es la primera referencia, a simple vista, de las características más elementales de los programas: duración, hora de emisión, etc.

Finalmente *la radio temática o monográfica*, desde la óptica del diseño de programas, puede responder a una programación con las características de la radio convencional. También puede una radio temática acogerse a las estructuras de una radio formula, especialmente cuando son de carácter informativo y se basan en la repetición sistemática del material radiable: ahora, en ve de discos, noticias de actualidad.