



Periodismo en Radio

Cecilia Cornejo

Concepto

La Radio se ha convertido desde hace más de medio siglo en uno de los medios de comunicación masiva más importante a nivel mundial. El italiano Guillermo Marconi fue quien abrió las puertas de las comunicaciones por radio en 1896. Él fue el primero en observar las ondas de radio como un método de comunicación.



Papel que cumple la Radio.

Como es sabido, la radio trabaja con la realidad por lo que no debe confundirse se la radio se encarga de lo divertido y no de lo serio.

La dimensión estética es posible encontrarla en una buena entrevista, un comentario, una adaptación literaria o alguna dramatización.

Cada mensaje sonoro se transforma en una imagen pensada e inconsciente que conduce en último término al mundo poético y que llegan a convertir a la radio en un género artístico, abierto a la sensibilidad.

Importancia de la Radio

La radio es el medio de comunicación masiva más importante de mensajes destinados a un público heterogéneo, desconocido y disperso. Nace con la invención del italiano Guillermo Marconi quien en 1896 inventa la telegrafía sin hilos.

En el gobierno de Leguía en el año 1920 se inaugura la primera estación telegráfica sin hilos, la misma que se ubicó en el Cerro San Cristóbal.

Esta novedad radial despertó pasión, interés y expectativas en nuestro país. La radio es un medio de comunicación que, a través de la palabra y el sonido, informa sobre lo que sucede en el mundo, orienta, educa y crea valores.

Desde un punto de vista periodístico la radio se constituye en una gran fuerza persuasiva y penetrante, la acción directa y profunda, el don de ubicuidad, el poder de conmoción, la simultaneidad con los hechos, la periodicidad ilimitada.

Relación Emisor-Receptor.

Los contenidos de la radio son múltiples. Si bien es cierto que el receptor recibe una serie de

contenidos. En los primeros años los oyentes de las radios eran muy escasos por falta de equipos, por lo que la recepción era decididamente individual. Conforme pasó el tiempo el medio se popularizó e ingreso a los hogares, escuchándose en familia y colectivamente. La radio reduce su tamaño es portátil y lo que es más importante, rompió sus ataduras con la provisión de energía eléctrica.

El espacio es ilimitado, al igual que el tiempo y por eso pueden ser escuchados mientras se desarrollan otras actividades.

Organización de la Emisora

-Propietarios (Consejo de Administración).- En la cúspide del organigrama se ubica a los propietarios de la emisora representados en un Consejo de Administración que, entre otras funciones, la de nombrar a las personas que tienen cargos de responsabilidad en la empresa.

Director General y Director Financiero. - Por debajo de los propietarios también encontramos a los directores general y financiero nombrados directamente por el Consejo de Administración. Ambos deberán cumplir con las premisas que les dicte el Consejo. Igualmente, en este sector del organigrama, ubicaremos a un amplio departamento administrativo adscrito.



-Director de Programas

-Director de Producción Responsable o Jefe Técnico

-Responsable o Jefe Comercial

-Responsable de Relaciones Públicas

En este segundo ejemplo, el director de programas tiene muchísimo menos personal a su cargo y, en consecuencia, muchas menos cuestiones a coordinar.

A pesar de contar con una plantilla más reducida, podemos observar que son igualmente necesarios los directores de programas y de producción, y los jefes comerciales, técnicos y de relaciones públicas.

Por lo tanto, en una radio musical el director de producción seguirá teniendo la responsabilidad de organizar todas grabaciones de los anuncios propios y externos. El jefe técnico se encargará -junto con su equipo de técnicos- de hacer funcionar todo el equipamiento. El jefe comercial dirigirá a los agentes comerciales en la búsqueda de anunciantes. Finalmente, el responsable de las relaciones públicas también tendrá que llevar a cabo su tarea de mantener los contactos de la empresa a todos los niveles, especialmente con las discográficas.

Programas Radiales

Para trabajar en un medio de comunicación, en este caso la Radio, se debe conocer y tener en cuenta el manejo del lenguaje. Sin este manejo sólo se tendrá un formato musical e informativo clásico, sólo por la falta de creatividad y conocimiento.

El sonido es el soporte comunicativo de la Radio. Por eso se dice que un medio unisensorial. Los mensajes son dirigidos para el oyente, que hace que él deje volar su imaginación.

La radio es magia por ello mantiene una estrecha e íntima relación con el oyente mucho más que en la televisión.

Existen cuatro tipos de mensajes:

1. El lenguaje hablado: Es la voz un locutor o actor.
2. El lenguaje de la música: Lenguaje de las sensaciones.
3. El lenguaje de los sonidos y de los ruidos: Efectos sonoros.
4. El lenguaje del silencio: De connotaciones múltiples; suspenso, expectativas.

Programas radiales.

1. **Noticiero radial.** La noticia tiene cuatro características:

- Actualidad: La noticia fresca de actualidad
- Veracidad: Noticia que tenga credibilidad.
- Hecho de interés general: Que interese a la gran mayoría.
- Emitida por los medios masivos de información: Si la noticia no es difundida por los medios, pierde el interés general.

2. **Magazín.** En el magazín o revista se presentan varios géneros: reportajes, entrevistas, documentales, dramatizaciones, música, debates, etcétera.

3. **Publicidad.** La idea es persuadir al cliente al consumo de un determinado producto. Existen diversas formas de presentar un mensaje publicitario:

Clásica. El locutor lee un texto.

Moderna. Un locutor o actor interpreta un personaje y otra de ficción donde se narra una historia acompañada de personajes y efectos sonoros.

Musical. Un gran porcentaje de los mensajes publicitarios están ligados a la música.

Existen dos formatos:

. Jingle: Mensaje cantado.

. Adaptación musical. Tema musical conocido al que se le modifica la letra.

Es bueno saber que el elemento fundamental para transmitir ideas es la voz. La música hace que identifiquemos el producto. Los efectos harán que la audiencia tenga una imagen del producto y el silencio creará un estado de expectativa.

En la publicidad radial se presentan en:

Cuña: Anuncio de breve duración (20" ó 30"). Previamente grabado.

Comunicado: Lectura de un texto por el locutor. El texto es leído sin ningún arreglo o realización.

4. **Programas de Ficción.** Son historias interpretadas por actores y un narrador. Existen tres niveles narrativos en una ficción:

Narrador: Cuenta lo que esta ocurriendo. Aparece para resumir acciones, dotar a la historia de cierto respiro y hacer avanzar a la trama.

Personajes: Son interpretados por actores.

Planos recursos y efectos sonoros: Sirve para da realismo y credibilidad a la historia, ayudan al oyente a tener una sensación de proximidad o distancia.

El lenguaje en la Radio

Lenguaje radiofónico. Conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por el sistema expresivo de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio.

Existe lenguaje cuando hay un conjunto sistemático de signos que permiten una comunicación. Es un sistema semiótico o de signos.

Los aspectos de la función comunicativa del lenguaje:

- Código: Repertorio de posibilidades para producir unos enunciados significantes.
- Mensaje: Variaciones particulares sobre la base del código.
- Aspecto social cultural: Este tercer aspecto es incluido por la lingüística moderna entre el código y en mensaje.

Lenguaje. Es un conjunto sistemático de signos cuyo uso genera una codificación de mensajes en un proceso comunicativo interactivo entre emisor y receptor.

Mensajes. Es una agrupación acabada y ordenada de elementos concentrados en un repertorio que constituyen una secuencia de signos según ciertas leyes. La comunicación sólo es posible cuando el repertorio del emisor y del receptor del mismo. El lenguaje moderno (cine, radio, televisión etcétera) con complejos, a través del hábito rutinario del consumir películas se aprende a leer las claves del repertorio que constituyen el mensaje y hacen posible su codificación.

El creador del mensaje debe revisar constantemente los pactos que determinan los acuerdos en las variaciones particulares de los códigos comunicativos para la producción de mensajes.

Semántico. Viene a ser la relación constante que todo signo mantiene con el objeto que sustituye. La información semántica transmite el primer nivel de significación sobre el que se constituye el proceso comunicativo.

Estético. Es el aspecto del lenguaje que trata la forma de composición del lenguaje y es un segundo nivel de significación del mensaje, porque es connotativo, afectivo, con valores emocionales.

La modulación es un conjunto de vibraciones que varía de intensidad, en elevación, en armónicos, en grados, en diversas frecuencias sonoras o luminosas. Estas modulaciones hoy se pueden manipular a voluntad gracias a la tecnología moderna. El lenguaje escrito que se componen de signos alfabéticos, es abstracto. Su lectura induce a pensar. No hay modulación electrónica.

El oído no solo oye, sino que siente, y por el nos estremecemos y emocionamos. Sentir es quedar embargado por emociones particulares.

El ojo se sitúa por encima o enfrente de los mensajes de los emisores. El oído se mete dentro, se sumerge, participa y se compromete con los acontecimientos y los mensajes. El oído es global. El ojo se cierra, se niega. El oído no puede dejar de oír, se oye siempre.

El mensaje sonoro en la radio es una sucesión ordenada, significativa y continua de los ruidos elaborados por personas, los instrumentos musicales o la propia naturaleza y clasificados según los códigos del lenguaje radiofónicos.

La naturaleza estructural del mensaje sonoro tiene tres sistemas expresivos muy concretos: palabra-música-ruidos o efectos sonoros. Se agrega un cuarto: el silencio, que es un sistema expresivo no sonoro del mensaje radiofónico. Sistema sonoro:

Proceso secuencial del discurso hablado, basado en imágenes acústicas (objetos sonoros de la fonética)

Sistemas acústicos, que producen una imagen concreta del desarrollo sonoro de un acontecimiento.

La música, que representa como un acto particular de comunicación "no figurativa", constituida por elementos abstractos.

Características del lenguaje radiofónico:

1. Fugaz. Dura exactamente el tiempo en que se lo pone en el aire, el tiempo de transmisión. Es instantáneo.
2. Huidizo. No se lo puede retener para volver a escuchar o entender. La audiencia tiene poco poder de retención: Se recomienda la redundancia o repetición.
3. Rapidez. Es inmediata la transmisión, es simultánea con la recepción.
4. Economía. El costo del mensaje-receptor es más barato cuanto mayor sea la difusión. Amplitud de cobertura. Llega a todos lados al mismo tiempo.
5. Pluralidad de emisiones simultánea. La radio compite simultáneamente con otras ofertas similares.

Ventajas de la Radio

Entre las ventajas está la fuerza persuasiva y penetrante, la acción directa y profunda, el don de la ubicuidad, el poder de conmoción, la simultaneidad con los hechos, la periodicidad ilimitada entre cifras. Las inflexiones de la voz y la insinuación del tono atraen el interés del interlocutor hacia la idea. Si añadimos el gesto, terminaremos por expresar los matices de los efectos con más extensión y fuerza persuasiva. Algunas desventajas de la radio.

El periódico hablado está amenazado por la posible deformación del mensaje. La memoria de la emisión es poco sólida.

La palabra oída se olvida pronto, aún si llega precisa, lo que no ocurre siempre.

La comprensión y el recuerdo de las cosas oídas en la rapidez de una alocución, están lejos de ser perfectas.

La deformación por el oyente es irremediable, ya que no tiene el recurso de acudir al texto escrito.

Efecto sonoro. Son formas sonoras que representan los sonidos y que forman parte del repertorio sonoro de cada comunidad.



Funciones de los efectos sonoros en la Radio.

Función ambiental, descriptiva o denotativa. El efecto sonoro descriptivo localiza la acción en un espacio visual. Es precisamente ese aspecto redundante del efecto sonoro ambiental o descriptivo el factor de credibilidad o verosimilitud en el mensaje radiofónico.

Función expresiva o connotativa. Efecto sonoro como una metáfora, donde la analogía entre la fuente sonora y la idea que representa viene determinada por convenciones culturales, mitos o simples semejanzas rítmicas.

Función narrativa o dramática. La continuidad dramática o narrativa de la realidad espectacular radiofónica se articula por la superposición de distintos segmentos sonoros de una misma realidad temática o espacio-temporal o distintas secuencias

Producción Radiofónica

A través de la producción radiofónica se elaboran los mensajes. Para que un programa llegue a los oyentes con la calidad y los niveles operacionales eficientes es indispensable tener amplios conocimientos de las técnicas de producción y de realización.

Producir un programa de radio significa tratar un contenido de manera adecuada al lenguaje de la radio.

La Producción Radiofónica es el proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos informativos cuyo trabajo se centra en la realización de programas, grabados o en directo.

La Producción Radiofónica está relacionada con la realización, el control técnico de los programas de radio. La producción es la base de la programación.

La Producción Informativa

Las emisoras de formato de programación informativa acogen la clásica tarea de informar, atendiendo los criterios de actualidad y difusión. Todo trabajo informativo está presidido por la rapidez, ya sea el de la hora siguiente, el programa de la tarde, el del día siguiente o para el programa de la próxima semana.

La base de una buena producción informática se tiene que tener los siguientes fundamentos:

- Información
- Documentación
- Creación y
- Entretenimiento

Entonces la Producción Informativa es el proceso que tiene como finalidad la creación de mensajes informativos, adaptados a la técnica, a los modos y a los principios operativos del trabajo en radio.

Realización radiofónica.

Es una tarea técnica que requiere cierta especialización como: el conocimiento de la técnica de creación en radio y de los sistemas de grabación y de difusión del sonido.

Producción de la Programación Informativa.

Una emisora organizará sus servicios informativos en función de sus objetivos y proyectos de comunicación, del servicio que desee ofrecer a la audiencia. El productor trabaja junto con el director o editor del programa.

El productor es una figura imprescindible, porque es el nexo con los programas anteriores y posteriores, él es el que coordina con los demás productores para controlar los contenidos emitidos con respecto al programa anterior o posterior.

El Productor debe tener las siguientes cualidades:

- Criterio Informativo
- Capacidad de Organización
- Capacidad de coordinación del equipo humano
- Búsqueda de testimonio
- Capacidad de reacción ante los imprevistos
- Capacidad de representar mentalmente y en clave sonora una historia.
- Sonido de la realización
- Materialización del guión
- Cuidado de los elementos sonoros
- Evaluación del trabajo



Formato de los programas

Se clasifican en: boletines informativos (con una periodicidad horaria y siguen el desarrollo de los hechos). Boletines de resumen, los informativos principales (en ediciones que pueden ser de mañana, mediodía, tarde o noche); programas magazín (se propagan en grandes bloques diarios, matinal y vespertino) y los programas semanales de resumen de actualidad (emitidos los fines de semana)

Todos los géneros informativos son válidos:

Boletines horarios. Debe tener declaraciones de los protagonistas de la información. Conexiones con enviados especiales o crónicas del exterior y hechos de última hora en el momento de la edición.

Boletines de resumen. Es una síntesis y estado actual del desarrollo de los principales temas de la actualidad hasta el momento de la emisión central.

Informativos centrales o principales. Resumen de los principales argumentos de la actualidad.

Programas magazín. Pueden ampliar la información con nuevos elementos sobre un tema, opinión de los oyentes.

Programas semanales de resumen de la actualidad. Se hace una selección de las noticias principales de la semana.

Realización técnica de los programas informativos.

Estos son los principales elementos musicales utilizados en la realización de los programas informativos.

Sintonía. Tema musical que identifica el programa.

Ráfaga. Breve tema musical. Es como un punto y aparte en la presentación del programa.

Golpe musical. Tema musical compuesto por unos pocos acordes que se utiliza como elemento separador entre dos partes de un programa. Es un punto seguido del programa.

Boletines horarios. Es el más sencillo de todos los programas informativos. Al igual que cualquier otro programa permite la inclusión de aportaciones externas a la redacción, como la crónica de un corresponsal, la voz de un locutor de una cadena, etc.

Boletines de resumen. Utiliza la misma caracterización del noticiero central. Al terminar debe introducirse un golpe musical que ponga un punto y seguido.

Informativos principales. Permite una mayor utilización de elementos sonoros y musicales. Se puede utilizar géneros como el reportaje o el informe complementados con una ambientación musical.

Entrevistas. Además de un hábito de la producción, es uno de los objetivos de la

producción de los programas informativos. Una entrevista con el personaje actualiza la información. Las entrevistas deben realizarse en espacios adecuados ya sea en el propio estudio de la radio o estudios auxiliares o en una pequeña cabina de grabación.

Reportajes. Es una reconstrucción completa de los hechos desde el punto de vista de la producción y de la realización.

En las grabaciones y montajes es tarea del productor, establecer una pauta de conexiones con el exterior de los estudios, decidir las voces o locutores de un programa y vigilar que se cumpla la emisión de los bloques publicitarios insertados en el programa.

Grabación de Programas Especiales.

La producción de un programa especial está justificada por la aparición de un hecho noticioso que merece una atención especial. Es especial porque rompe la estructura habitual que suplente la emisión ordinaria de un

programa para abrirse un hueco en la programación.



Periodismo radiofónico

El periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público a través de las ondas. Por tanto, el periodismo de radio exige que la información sea difundida de manera clara y concisa. Para ello, es necesario que el texto esté bien organizado y que facilite una lectura sin tropiezos y fácil de expresar en voz alta. La lectura en radio hace necesaria una redacción cuidada y adecuada a este medio, que debe hacerse de manera sencilla, mediante el uso de palabras y oraciones comprensibles desde el punto de vista conceptual y fónico. Por otro lado, conviene recurrir a la reiteración de ideas, es decir, dar a conocer un contenido y proceder a su repetición con el objetivo de que la memoria del receptor lo retenga, ya que el mensaje radiofónico es efímero.

En definitiva, el periodismo radiofónico se resume en la siguiente premisa: contar todas las cosas que pasan, en el momento mismo de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible.

Periodista radiofónico

El Periodista Radiofónico debe reunir las exigencias de criterio e intuición. Debe saber buscar, seleccionar, valorar y elaborar información.

Además debe tener unas condiciones básicas para traducir a voz y sonidos los hechos informativos. Tiene que dotarse de elementos de creatividad para integrar en un solo acto comunicativo todos los elementos expresivos de la técnica radiofónica.

El locutor de radio se caracteriza por una magnífica agilidad mental, ya en este medio prima el elemento de la inmediatez, sin olvidar la capacidad e autocontrol en determinadas ocasiones.

Géneros radiofónicos

La radio es el medio en el que algunos géneros del periodismo clásico alcanzan su máxima expresión. Un ejemplo es la entrevista.

Los géneros podrían clasificarse de la siguiente manera:

El Reportaje

El sonido es el mundo de la radio y el reportaje es la forma periodística en este medio que mayor aprovechamiento puede hacer de este gran recurso.

Algunos reportajes pueden escribirse sobre la base de una sola fuente de información, pero otros tienen que elaborarse partiendo de una cuidadosa búsqueda de fuentes: entrevistas personales, investigación directa y fuentes impresas.

El reportaje radial contempla además de entrevistas, sonidos locales, narración y descripción de los hechos. Utiliza el lenguaje visual.

La Crónica

Es la información más detallada de un hecho ya ocurrido y es generalmente más extensa y minuciosa que la noticia propiamente **dicha**. En este tipo de género el periodista es imprescindible que tenga una gran sensibilidad para

captar y olfatear la trascendencia universal de los hechos sociales, para construir una forma narrativa popular más visual y genuina

En una crónica, la experiencia humana rife la estructura narrativa_ La crónica desnuda el alma humana del personaje, de quien escribe y de los lectores. La música y los sonidos son vitales para darle expresividad, vitalidad y colorido al informe.

El Comentario

El comentarista radial debe generar expectativas en el público, ponerlo de cara a cuestiones fundamentales de la vida, apuntar al credimiento de la conciencia social.

El tiempo máximo de un espacio de comentario debe ser de 2 a 4 minutos. El momento más destacado es el cierre del comentario. El comentario no tiene necesariamente que proponer soluciones a los temas que plantea (esa función es propia de los editoriales). Pero sí puede sugeridas si el comentarista cree disponer de ellas y estar cumpliendo de ese modo un servicio más eficiente.

La Entrevista

La entrevista radial es uno de los géneros periodísticos más destacados y el que más se utiliza en los programas informativos de las emisoras radiales. Lo óptimo en una entrevista es la comunicación directa. El teléfono es muy operativo pero gita naturalidad por el ruido propio del aparato.

Existen entrevistas en vivo y en directo, grabada y editada, editada y narrada

El Debate

Tiene una duración larga e involucran un moderador, varios micrófonos y personajes invitados que no son pagados: son profesores, científicos, religiosos, amas de casa, deportistas, etc.

El moderador se enfrenta a dos personas que tienen diferentes formas de pensar y hace que cada uno se enfrente al otro. El moderador debe estar siempre bien informado sobre el tema que se va a discutir. Debe de ser imparcial.

El Panel

Los especialistas invitados pueden llegar a cinco y los entrevistadores hasta dos_ El productor del programa-panel debe ser muy cuidadoso en la selección de los invitados, todos deben tener un nivel de conocimiento semejante sobre el tema a se abordado. La precisión de las respuestas probablemente será más evidente en el panel que las adaraciones resultantes sobre el debate o la mesa redonda.

Se utiliza la misma técnica sugerida en el caso del debate, es decir el uso de otro pequeño formato, una corta dramatización. Un reportaje servirá para levantar los ánimos de los participantes y de la audiencia, Al final se hace una recapitulación de las principales conclusiones como se hace siempre en la radio.

Mesa Redonda

Participan de tres a cinco personas donde se discute informalmente sobre un tema escogido y existe un moderador. El moderador debe estar bien informado sobre el tema para salir airoosamente de las preguntas o dudas de los participantes.

El moderador debe manejar bien el tiempo de participación de cada invitado. para que no se exagere en el discurso. Existe la técnica de limitar las respuestas de unos a otros

La mayoría de veces de los resultados de la mesa redonda se generan noticias que son de interés público. Depende de nosotros que le demos tanta importancia a los deportes, como a la medicina_ la astronomía, investigación u otros_

La Charla

La charla es una narración que permite contar un suceso con mucho arte y sutiliza, casi siempre con mucho humor. Toda charla debe comenzar con una introducción que sea atrayente, es decir utilizando una motivación que despierte la curiosidad del oyente.

Hemos repetido que en la radio únicamente contamos con las palabras como instrumento indispensable de comunicación. Por eso es vital hacer uso del llamado lenguaje visual, para crear imágenes en la mente de quien nos escucha Es bueno y ayuda el utilizar las metáforas, el símil o comparaciones. El lenguaje utilizado en la charla debe ser de lo más descriptivo posible, de tal modo que el oyente vea, sienta, viva la situación.



Diseño del guión radiofónico para programas informativos

Un guión recoge todos los elementos del programa: desde el saludo inicial del presentador del programa hasta la sintonía final. El productor debe indicar todos en el guión todos los sonidos del programa:

- Sintonías y sonidos de continuidad
- Cortes de voz
- Conexiones con el exterior. Sin son telefónicas, se indica el número de teléfono
- Indicaciones sobre el modo de realización de los sonidos

Con la ayuda del productor el técnico de sonido tendrá un trabajo más fácil, puesto que el guión está bien hecho y muy completo. La realización técnica es la interpretación del guión.

Desde hace algunos años existen sistemas de gestión de sonido que permiten, al mismo tiempo, elaborar un guión e insertar en él todos los elementos sonoros de realización. El productor y el presentador pueden seguir el guión en una pantalla de ordenador.

¿Qué es un guión radiofónico?

Julia González Conde Licenciada española dice: "Es la expresión escrita detallada de los sucesos, situaciones o argumentos de un programa de radio". También se le define como la narración completa y ordenada de la historia o contenido del programa, teniendo en cuenta las características del medio radiofónico.

Para algunos autores es una especie de itinerario a recorrer, para otros es un acto creativo.

Juan Sebastián Bach almacenaba en su memoria auditiva los sonidos y luego dibujada las melodías en el pentagrama. Luego cualquier instrumentista las puede ejecutar. Así es un guión radiofónico.

La visión más pragmática dice que el guión radiofónico es la base donde se sustenta la realización de un programa

El guión ordena y coordina todos los actos creativos que darán forma y expresión a la información radiofónica

Lomello dice: el guión es la transcripción verbal y esquemática del texto radiofónico y que tiene un doble papel. Es la materialización de la imagen mental del emisor, y al mismo tiempo es la materialización escrita del texto sonoro que significa la imagen. El guión es como un puente que atraviesa el creador de imágenes sonoras, uniendo la idea con los sonidos.

Reglas fundamentales:

- Traducción exacta de lo que se quiere decir
- De fácil interpretación en cualquiera de sus fases de producción y emisión
- Operatividad, por su alto grado de flexibilidad y variabilidad

Clases de guiones:

Guión previo o pauta provisional

Es una guía. Es frecuente que exista en el ordenador una plantilla modelo para las pautas que se vayan dando. En el caso de los informativos, cuenta en la división del programa en distintos bloques de género de noticias, así como las sugerencias técnicas, según el orden cronológico de las intervenciones previstas y las duraciones conocidas.

Pauta definitiva

Es un formato pero esta vez del guión completo. Se añaden los pies de los parlamentos, la duración de cada bloque. Se elabora una vez conocido el guión definitivo y requieren un especial esfuerzo en la realización, como el caso de los espacios dramáticos o informativos especiales.

Guión Literario y guión técnico

El guión literario indica textos o parlamentos sin ninguna acotación técnica. El guión técnico consume y complementa el guión definitivo al incluir aquellas ordenes necesarias para su producción y realización

Exigencias, atención y significado del guión informativo radiofónico

Funciona de manera independiente, pero mantiene una estructura básica y común en formato, diseño y características del lenguaje dentro de cada entidad programática, franja horaria o tipo de emisora.

Los guiones identifican y personalizan las imágenes acústicas. Simbolizan la reproducción de las informaciones.

En las páginas del guión se agrupan, ordenan y conforman todas las informaciones que serán emitidas a través del soporte radiofónico.

Cualquier tipo de guión supone trabajo previo: documentación, síntesis y proyección de una escena visual.

Guión informativo o creativo

En este caso particular se renuncia a la imagen estática para brindar unos textos más dinámicos, subjetivos.

Uno de los aspectos que caracteriza el guión informativo es la identificación del autor, reconocimiento de la particularidad de su estilo, se compenetra con la voz del presentador.

Fases de creación y diseño

Seleccionamos el tema, delimitamos el proyecto y determinamos los objetivos propuestos.

Después elegiremos el método de tratamiento.

A la hora de abordar un guión no debemos alejarnos de la idea, la historia o información principal que la anima.

Palabras e imágenes

Consiste en actuar no sólo de palabra sino con imágenes sonoras. Estética y dinámica del guión

En el guión hay que distinguir una noción de estética de nuestro mensaje y otra dinámica, propia de esta clase de empresa y su alto empleo de competitividad en el mercado. En el aspecto estético, concentra y distribuye elementos técnicos, sonoros, instrumentales de la producción y realización radiofónica. Existen procedimientos externos, internos imprevisibles capaces de inferir o echar por tierra toda la preparación previa de un programa.

El guionista es un creativo y artista

El guionista es el escritor que presenta en un lenguaje claro, asimilable y deducible de interpretar, las acciones, situaciones, representaciones, efectos sonoros, diálogos que forman la imagen mental informativa radiofónica.

El guionista es el creador e impulsor del movimiento de la narración informativa.

¿Guión o libreto?

Max Obregón dice: El Libreto es la base o contenido íntegro y estructural de todo programa radio teatralizado, tal como es usada también en la televisión para la dramatización de un programa y que es interpretado por actores. El libreto sirve para determinada programación: la programación radio teatral o dramatizada.

El guión radica en que éste es el escrito base de todo programa, afirma "dentro de un guión puede haber uno o más libretos, en cambio dentro de un libreto jamás habría un guión"

Guión o pauta general

El guión es más bien la guía o pauta general que tiene todo programa que no es dramatizado. Dentro de un guión puede haber un libreto o más y que dentro de un libreto jamás podrá haber un guión, por cuanto aquel sigue un argumento que no puede ser cortado en ningún momento porque perdería su ilación.

Ejemplo de "Plantilla de Presentación" y "Plantilla de Despedida" para un formato de noticiero radial:

"PLANTILLA DE PRESENTACIÓN"

Emisora: Radio Latinoamericana

Noticiero: SÍNTESIS MUNDIAL

Días: De lunes a viernes

Horarios: Dos horarios: de 6:00 a 7:00 a.m. y de 1:00 a 2:00 p.m. CONTROL: CARACTERÍSTICAS (10" SUBE Y BAJA)

(Es el tema musical que identificará el programa)

LOCUTOR 1: AMIGOS OYENTES DE TODO EL PAÍS TENGAN USTEDES MUY BUENOS DÍAS...

LOCUTOR 2: DESDE EL CENTRO DE NOTICIAS DE RADIO... LOS SALUDA... Y .. QUIENES DESDE ESTE INSTANTES NOS ENLAZAMOS CON USTEDES PARA OFRECERLES NUESTRO NOTICIERO... EL MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS.

LOCUTOR 1: SEÑORES ESTOS SON NUESTROS TITULARES...

CONTROL: CARACTERÍSTICA (SUBE Y BAJA)

PASO AL GUIÓN CON LOS TITULARES

"PLANTILLA DE DESPEDIDA"

CONTROL: CARACTERÍSTICA (10" SUBE Y BAJA)

LOCUTOR 1: ESTOS HA SIDO... SU NOTICIERO QUE LE TRAE TODOS LOS DÍAS, LOS SUCESOS MÁS IMPACTANTES DEL ACONTECER NACIONAL Y MUNDIAL LOCUTOR 2: ESTAREMOS CON USTEDES MAÑANA...

LOCUTOR 1:Y LES DICE GRACIAS POR SU PREFERENCIA... ¡CHAO! CONTROL: CARACTERÍSTICA (SUBE Y BAJA)

Si ustedes se dan cuenta en la Plantilla de Presentación, el Locutor 1, anuncia los titulares del noticiero y enseguida entra la característica musical (sube y baja). Cuando se diluye la cortina musical, entra enseguida el Locutor 2 leyendo los titulares, turnándose con su compañero de conducción...

Luego vienen los titulares, la cortina musical, la entrevista grabada y luego el corte comercial.

El corte comercial está determinado por el número de bloques que tiene el noticiero y la duración del mismo. En el caso del ejemplo anterior, se supone que el informativo es de 55 minutos descontando los minutos de los avisos publicitarios a pasar en cada bloque, por lo que puede estar constituido de cuatro bloques.

La estructura o guía del informativo, así como el número de bloques lo determina el director. Dentro del guión como estamos viendo, están incluidos la presentación, noticiero, los titulares y el desarrollo de las noticias y finalmente la plantilla de despedida.

PRIMER BLOQUE

Noticias locales lectura de titulares de los principales diarios, entrevista del día, cotización del dólar, etc.

SEGUNDO BLOQUE

Noticias internacionales, Congreso, comentario político, noticias nacionales, comerciales.

TERCER BLOQUE

Noticias nacionales, comportamiento del clima, Palacio de Gobierno, normas legales, la entrevista de la semana

CUARTO BLOQUE

Deportes, espectáculos nacionales, espectáculos internacionales, cartelera cultura, último comercial

EJEMPLO DE GUIÓN PARA NOTICIERO RADIAL

•Emisora: Radio Americana
 Micronoticiero: Perú al día
 Días: De lunes a viernes
 Horario: De 8:45 a.m.

Fecha: 20 de Febrero 2007

Hora: 8:45 a.m.

Dirección: Cecilia Cornejo	Locutor 1: Manuel Odría
Coordinación: Belén Acevedo	Locutor 2: Leticia Calderón
Controlador: Rogelio Monzón	Reportero: Luis Medrano

Bloque	Sección	Control	Locutor	Texto	T. Parcial	T.Total	
1	Presentación (Saludo)	Música Caract. Prog.			10"		
			1	Amigos de todo el Perú muy buenos días	4"		
			2	Desde el centro de noticias de radio Americana Los saluda Leticia Calderón y Manuel Odría Quienes desde este momento nos enlazamos con ustedes para ofrecerles nuestro noticiero "Perú al Día"	11"		
			1	Les damos a conocer lo último del acontecer Noticioso de nuestro país y el mundo	6"		
			2	Nuestro reportero ya está cubriendo los sucesos del día y las agencias internacionales nos informan del acontecer en el resto del mundo.	9"		
	Noticias Locales e Internacional	Cortina Musical	1	Estos son nuestros titulares	3"		
				2	Según la encuestadora Apoyo el gobierno de Alan García obtiene un 47 % de aprobación.	6"	
				1	La Expedición aérea Ojos de Cóndor halla nuevas figuras de la cultura Paracas	4"	
				2	Gobierno iniciará mañana la subasta del avión presidencial	3"	
				1	Cuidado con los útiles escolares tóxicos	2"	
				2	Entrevista a :Juan Cuquerella director de Fe y Alegría	3"	
				1	Según El Mercurio de Chile el pacto Fijimori — García presiona a Chile	4"	
				2	El arquitecto Emilio Rodríguez Larraín artista de arte contemporáneo recibe un premio internacional por su gran trayectoria	6"	
				1	Tragedia rondó el rally de Chincha.	2"	
				2	A las 8:46 desarrollamos nuestras noticias:	3"	
					Después de obtener el casi 52% de aprobación de la población, el gobierno baja su porcentaje a un 47%...	6"	
				1	... La mayoría pide reformas en seguridad, salud y educación.	4"	

		Cortina De cuña	2	La cotización del dólar de hoy es: S/. 3.23	3"	1'33"
					2"	

CORTE COMERCIAL

AVISO UNIVERSIDAD GARCILASO 30"

Bloque	Sección	Control	Locutor	Texto	T.Parcial	T.Total
2	Desarrollo Información	Cortina De Cuña			2"	1'05"
			1	Son las 8:48 y seguimos con las noticias...	2"	
			2	La Expedición aérea Ojos de Cóndor halla nuevas figuras de la cultura Paracas...	4"	
			1	...dibujos fueron hechos sobre las laderas de algunos cerros del distrito del Rosario de Yauca...	5"	
			2	...se aprecia desde el aire lo que parecen ser las imágenes de una llama y de un felino.	5"	
			1	Ayer el presidente de la República, Alan García Pérez, expidió el decreto supremo mediante el cual se subastará el avión presidencial...	7"	
			2	... La disposición legal que hoy será publicada en el Diario Oficial El Peruano delega en el Ministerio de Defensa la responsabilidad de ésta subasta pública...	8"	
			1	...según Alan García la venta del Boeing 737 beneficiará al Instituto de Salud del Niño.	6"	
			2	Cuidado con los útiles escolares tóxicos: Usted puede saber si un producto es inadecuado por el color, la textura y la calidad del acabado...	7"	
			1	...por lo general tienen un brillo intenso, un acabado muy rústico y no llevan etiqueta...	5"	
			2	...estos útiles tóxicos se venden casi siempre en tiendas mayoristas, mercados y ferias escolares..."recuerde que los niños tienen la manía de llevarse todo a la boca".	9"	
			1	Y la temperatura en Lima es de 29°	3"	
		Cortina de cuña			2"	

'Bloque	Sección	Control	Locutor	Texto	T.Parcial	T.Total
3	Desarrollo información	Cortina Cuña	2	Siendo las 8:49, nos enlazamos con Luis Medrano quien se encuentra con el director de Fe y Alegría Juan Cuquerella adelante Luis:	2"	
			Report.	<i>Gracias Leticia. ...Así es nos encontramos con el señor Juan Cuquerella, director nacional de Fe y Alegría, que nos comenta sobre el nivel educativo del país. ¿Cómo va a ser el comienzo de este año escolar? ¿Mejor que en el 2006?</i>		
			J.C.	<i>Para mí, peor.</i>		
			Report.	<i>¿Por qué?</i>		
			J. C.	<i>Porque la normativa escolar que siempre se daba a mediados de Diciembre esta vez ha salido en Enero para iniciar el año escolar el 1° de marzo, lo que perjudica el contrato de profesores; y sólo falta una semana.</i>		
			Report.	<i>¿Cómo afecta eso el comienzo de las clases?</i>		
			J.C.	<i>Yo nunca he empezado con los profesores ya contratados ni siquiera el 15 de marzo, pero por lo menos tenía los expedientes y sabía quiénes iban a estar conmigo, pero este año no se ni quienes estarán.</i>		
			Report.	<i>¿Cuántos profesores contrata cada año Fe y Alegría?</i>		
			J.C.	<i>Va a contratar más o menos unos 300 maestros.</i>		
			2	Luis permíteme una pregunta al señor Cuquerella, dígame ¿Y sólo se puede contratar a los que rindieron la evaluación?		
			J. C.	<i>Así es. Todo profesor que se pueda contratar este año tiene que haber dado el examen. Aunque no todos los mejores lo hayan rendido</i>		
			1	¿Quiere decir que usted no está de acuerdo con la evaluación a los profesores?		
			J.C.	<i>Pienso que nos va a retrasar aunque no se cuanto tiempo.</i>		
			Report.	<i>¿Habrá huelga?</i>		
			J.C.	<i>Por lo menor intentos...en general yo veo una propuesta muy tardía de funcionamiento.</i>		
			Report.	<i>Gracias por dejarnos conocer su opinión ahora que esta cerca el inicio de clases. Adelante Leticia</i>	1'30"	
					2"	
		Cortina cuña	2	Gracias Luis y nos vamos a una nueva pausa	2"	1'36"

Bloque	Sección	Control	Locutor	Texto	T.Parcial	T.Total
4	Desarrollo información y despedida	Cortina Cuña			2"	
			2	Son las 8:50 y en el ámbito internacional: Según El Mercurio de Chile el pacto Fijimori García presiona a Chile...	6"	
			1	...apenas Alberto Fujimori supo que Alan García era candidato a la Presidencia del Perú envió a su hija Keiko a una reservada reunión con el líder del APRA...	9"	
			2	...así mismo recalcó el diario que García se comprometía a revisar los juicios pendientes para que el ex gobernante pueda regresar al país.	8"	
			1	Por otro lado El arquitecto Emilio Rodríguez Larraín, uno de los artistas más importantes de arte contemporáneo peruano acaba de recibir el premio Teknoquímica el que se otorga a los artistas de amplia trayectoria y que en su caso está más que justificado...	14"	
			2	... recordemos que Rodríguez Larraín uno de los más destacados arquitectos es además un gran pintor y escultor.	6"	
			1	Tragedia rondó el rally de Chíncha...	2"	
			2	...el vehículo de uno de los competidores Tito Panizo se salió de la pista y ocasionó un gran susto en el público...	7"	
			1	...el accidente que culminó sin heridos pero que pudo ser peor, no opacó la victoria del Raúl "El Mono" Orlandini quien fue el líder en el primer día del Rally de Chíncha.	8"	
			2	Así culminamos nuestra presente edición y nos encontramos mañana como siempre a las 8:45, permiso	6"	
		Música Caract. Prog.			2"	1'10"

Tiempo Total	5'14"
--------------	-------