

Taller de Estrategias de Comunicación Sonora y Radial, cátedra 1

Taller de Producción Radiofónica 3, cátedra 1

Clase 1

Formulario diagnóstico

Para comenzar a conocernos, los invitamos a completar una encuesta que nos permitirá adentrarnos en la relación que tienen con el medio radiofónico, así como con la producción y consumo de producciones sonoras. A su vez, indagaremos en la apropiación de algunos saberes y herramientas teórico-metodológicas que consideramos centrales para establecer un punto de partida en la materia.

El cuestionario es un Formulario de Google que se puede completar desde el teléfono, netbook, notebook o PC de escritorio. Es clave cerciorarse que se haya enviado el trabajo, para lo cual deben responder todas las preguntas obligatorias. [Completar aquí](#).

Actividad 1

Antes de comenzar a trabajar en el primer trabajo práctico que propone la Clase 1, conviene repasar algunos conceptos y establecer acuerdos relacionados al quehacer periodístico en general, y radiofónico y sonoro en particular.

En este sentido, es preciso reflexionar y repreguntarnos sobre la responsabilidad que nos cabe como periodistas, frente a la sociedad y la opinión pública. En ese sentido, nos importa formar profesionales que no sean sólo relatores de la realidad y meros administradores de datos. Sino que sean capaces de generar información y formar opiniones fundamentadas, basadas en argumentos.

Por tanto, siempre debemos tener en cuenta que los hechos existen pero la información se produce. Para eso, es vital hacer un ejercicio de interpretación de “la” realidad, donde podamos hacernos preguntas sobre hechos o informaciones que circulan como dadas, sin problematizaciones ni cuestionamientos.

Pienso, investigo, produzco, edito... aire

Por todo lo antes mencionado, trabajaremos fuertemente para conseguir que las producciones sonoras, en todos los formatos que iremos viendo a lo largo de las clases, sean producto de una interpretación de la realidad, fundada en argumentos,

con datos, información y opinión, que se logran sólo cuando nos damos momentos para la interpretación, las preguntas, la investigación y la indagación.

Así, estaremos brindando a nuestros oyentes, a través de la comunicación, herramientas para pensar, debatir y generar las propias opiniones.

Pero no sólo importa QUÉ decimos, sino CÓMO lo decimos; cómo utilizamos los tonos, las pausas y los silencios, los matices de nuestras voces, en función de nuestra intención a la hora de comunicar.

Los invitamos a escuchar el siguiente Podcast:

[La intención es lo que cuenta](#)

Ahora sí, a producir!

Para este primer encuentro, vamos a desarrollar una vieja técnica de trabajo radiofónico, diseñada por Mario Kaplún (1923-1998), comunicador-educador popular argentino, cuyas estrategias didácticas asociadas a la radio quedaron en el registro de muchos formadores, a lo largo del tiempo.

Cassette Foro

La técnica en cuestión es denominada Cassette Foro. Dada la época en la que fue creada, consistía en que cada participante del Taller debía responder a una pregunta planteada por el docente. La respuesta de cada estudiante era grabada en un reporter, registrándose su testimonio en una cinta de cassette. La grabadora se pasaba de compañero en compañero quienes harían lo propio, sin escucha de los registros precedentes. Al final, el encadenado de respuestas era oído por el colectivo de la clase, en pos de una reflexión grupal, que adquiriría el sentido o la forma que el educador del Taller pretendía darle.

En nuestro caso, adaptados a las nuevas tecnologías (y sabiéndose del desuso del cassette), solicitaremos que envíen un audio de whatsapp a los docentes del curso, quienes editarán el material, encadenando los testimonios, para ser puestos en común en la Clase 2, en pos de desarrollar una consigna que será indicada en su momento.

Pregunta del Cassette Foro: ¿Qué desafíos nos presenta, como futuros periodistas, la crisis producida por la pandemia del Coronavirus? (preguntas subsidiarias, para orientar y profundizar la primera: ¿Cuál es la función del periodismo ante una crisis global producida por la expansión de una pandemia?;

¿Cómo actuó el periodismo argentino frente a la pandemia?; ¿Qué desafíos nos presenta, como futuros periodistas, la crisis producida por la pandemia del Coronavirus?)

Extensión del testimonio: entre un minuto y un minuto y medio.

Fecha de envío del audio: en las próximas 84 hs (cuatro días), a partir de la finalización del horario de la cursada en que se inscribieron, o tal como lo que acuerden través de la comunicación directa que mantienen con el equipo docente de cada comisión.

Modo de envío:

Se coordinarán los envíos de los audios a través del circuito de comunicación establecido entre los estudiantes y docentes de cada comisión.

Aclaración: en los audios no deben decir sus nombres.

Rotulación el audio: cada audio debe ser rotulado de la siguiente manera: iniciar con número 1 seguido de guión y nombre completo del/ de la estudiante: 1-Pedro Jiménez.

Lectura para fortalecer el comienzo del recorrido

Antes de despedirnos hasta el próximo encuentro, y en pos de establecer una base común entre los compañeros, les acercamos una serie de apartados del libro [Manual urgente para radialistas apasionados](#), de José Ignacio López Vigil¹. El recorrido propone describir los elementos del lenguaje radiofónico para dar lugar, luego, a los Géneros y Formatos del medio. Para este último caso, el autor enumera una serie de clasificaciones posible. Por ahora, nos quedaremos con la más amplia. “Según los modos de producción de los mensajes”, y citamos el segmento que refiere a la descripción de los tres géneros que van en esa línea.

ELEMENTOS DEL LENGUAJE

“La triple voz de la radio

Ahora sí. Ya estamos en actitud receptiva, ya empleamos un código común, ya evitamos los ruidos culturales y técnicos que pueden presentarse en el camino que recorre el mensaje del emisor al receptor y del receptor al emisor. Ahora estamos listos para asomarnos al lenguaje propio de la radio, a la particularidad de su expresión.

¹ López Vigil, José Ignacio, Manual urgente para radialistas apasionados, Cap. 3 Y 5, Coedición, Quito, Ecuador, 1997.

La radio es sólo sonido, sólo voz. Pero una *voz triple*:

-La voz humana, expresada en *palabras*.

-La voz de la naturaleza, del ambiente, los llamados *efectos* de sonido.

-La voz del corazón, de los sentimientos, expresada a través de la *música*.

¿Cuál de las tres voces es más importante? Las tres. Postergar una, eliminarla, sería debilitar las otras y empobrecer el lenguaje radiofónico. Igual que un pintor sin azules o rojos en la paleta, la seducción de la radio no se logrará sin explotar todas sus posibilidades sonoras, sin una original combinación de las tres voces mencionadas. La buena radio refleja la vida. Y en la vida, en lo que nos rodea, se oyen ruidos y cantos y palabras.

En el origen del universo, sólo había *efectos*. Cataclismos, colisiones, rayos que estrenaban la nueva atmósfera y una lluvia incesante, más larga que en Macondo, poniendo un telón de fondo al mundo. La tierra y el agua, el viento y el fuego, ambientaban aquel primer escenario, todavía sin vida. Con los animales, surgieron otros ruidos y, sobre todo, aparecieron los oídos para captar las vibraciones de la naturaleza sorda.

Volaron las aves. Y con ellas, sonaba una segunda voz, más melodiosa que todo lo hasta entonces escuchado en el planeta. Nació la *música* y la armonía de las notas en los gorjeos de canarios y calandrias, en los trinos del ruiseñor.

Por último, hace apenas un millón de años y desde las cavernas protectoras, se comenzó a escuchar una tercera voz, por entonces muy gutural, mientras se templaban las gargantas de los parientes del mono. Hablaron las primeras mujeres y los primeros varones para reconocerse. Y fueron inventando signos sonoros, unas veces onomatopéyicos, otras totalmente arbitrarios, para nombrar las cosas que les rodeaban. Nuestros antepasados armaron códigos complejos con esos signos. Desarrollaron la *palabra*. Y la palabra, a su vez, los desarrolló a ellos y ellas.

En los cursos de CIESPAL, becarios y becarias suelen hacer un primer ejercicio que consiste en grabar una historia sin palabras. Con sólo efectos de sonido bien concatenados, deben desarrollar un argumento breve con conflicto y desenlace. Y lo logran. Una vez autorizada la creatividad, los aprendices de la brujería radiofónica se las arreglan para comunicar sus ideas con los ruidos simples de la naturaleza y de las cosas. Algunos efectos transmiten emociones intensas. Pensemos en el balanceo de la cunita donde el bebé acaba de morir. O los pasos que persiguen a la muchacha en la oscuridad. Pero lo más propio de los efectos de sonido consiste en describir los ambientes, pintar el paisaje, poner la escenografía del cuento, hacer ver con el tercer ojo, el del espíritu. Los efectos van directo a *la imaginación del oyente*.

¿Y la música? Hay letras de canciones que son compendios de filosofía. O de psicología. Uno reflexiona con las baladas de Silvio Rodríguez o Alberto Cortés. También la música puede cumplir una función de ambientación. Si suena un jarabe

tapatío, nuestra mente se traslada a México lindo y querido y ya nos imaginamos a los charros zapateando y a las mujeres con sus amplias y coloridas faldas. Pero la especialidad de la casa, como diría el chef, no es ésa. Lo más propio del lenguaje musical es crear un clima emotivo, calentar el corazón. La música le habla prioritariamente *a los sentimientos del oyente*.

En cuanto a la voz humana, ésta es la más transparente: informa, explica, dialoga, acompaña conversando. Hace avanzar el debate periodístico o la trama de la novela. La manera de decir, el tono de la voz, irá más o menos cargado de emoción. Y el buen uso de palabras concretas permitirá despertar imágenes auditivas en la mente del receptor. Sin embargo, entre las tres voces del lenguaje radiofónico, es la palabra la que más se dirige *a la razón del oyente*. La generadora de ideas.

La palabra manda. La palabra humana es la principal portadora del mensaje y su sentido. No quiero restar autonomía a la guitarra de Paco de Lucía ni al crepitar del fuego. Pero en un programa de radio, es nuestra voz la que protagoniza la emisión, mientras las otras dos la refuerzan, la destacan. Imprescindibles las tres, la palabra humana gana color y calor con los efectos sonoros y la música. Llegó de última al mundo y, sin embargo, sus hermanas mayores se ponen felices a su servicio.

Imaginación, emoción, razón. Especificidades de cada voz radiofónica. Tres códigos complementarios con los que podemos aproximarnos al receptor en su totalidad.

¿Y el silencio?

Algunos colegas lo proponen como una cuarta voz radiofónica, a la par de los efectos, la música y las palabras. ¿Será?

Para aclarar esto, ayudará distinguir entre *bache* y *pausa*. En radio llamamos *bache* cuando se produce un silencio inesperado, no previsto, en cualquier momento de la programación. Un vacío de sonido más mortificante para el técnico que para el oyente, quien muchas veces ni se entera de lo ocurrido o lo atribuye a desperfectos en su propio receptor (¡a no ser que el bache, de tan extenso, resulte un cráter!).

En una cabina de radio se dan mil y una oportunidades para dejar baches: el CD que no estaba a punto, la computadora colgada, el teléfono que no entra, el apagón de luz, el periodista que traspapeló la noticia, el locutor pensando en las angelitas. Estos silencios no pretendidos equivalen a la pantalla de televisión en negro. No tienen ningún significado, son fallas que deben evitarse. Los baches constituyen ruidos peligrosos en la comunicación. Si se prolongan, la cortan.

La *pausa*, por el contrario, está cargada de sentido. Hacer pausas es tomarse el tiempo necesario para subrayar una frase o una situación. ¿Qué sería de las tramas policíacas o de terror sin los angustiosos instantes que anteceden al crimen? Hasta el mismo nombre del género *suspense* se ha tomado de ahí, del argumento *suspendido* por unos segundos para desencadenarlo con más fuerza. ¿Qué sería de los romances sin los amelcochados momentos que transcurren después del beso de los amantes incomprensidos, momentos que nos permiten vaciar el alma y echar algunas lagrimitas? Todas las emociones se intensifican con pausas oportunas que las siguen o preceden.

Esto vale para todos los géneros y todos los comunicadores. Un comentarista que no maneja las pausas arriesga la convicción de sus palabras. Una cantante, un entrevistador, una conductora de revistas, hasta un locutor de cuñas, que trabaja uno de los formatos más apresurados, sabe reservarse ese segundo crucial, ese momento expectante, antes de pronunciar el slogan de cierre”².

GÉNEROS Y FORMATOS

“Género dramático

El género dramático tiene relación con los valores, con la *ética*. ¿Quién tuvo la culpa, quién tiene la razón? ¿Quién es el malo y quién el bueno? Estas preguntas son fundamentales en todo argumento dramático.

El drama es un género de *ficción*: muchas veces se inspira en hechos reales, pero trabaja con *lo que podría pasar*. Eso sí, aunque estemos en el terreno de la imaginación y la fantasía, la acción que se representa debe ser *verosímil*, pudo haber pasado. Es creíble.

¿Y el realismo mágico? Cuando Laura Esquivel describe los sacos de sal que se recogieron al secarse las lágrimas de Tita³, ¿estamos ante algo verosímil? Ciertamente, no. El problema, sin embargo, no está en la *exageración* de los hechos. Primero, porque nuestra realidad —latinoamericana y caribeña— ya es de por sí desproporcionada.⁴ Y segundo, porque el arte —especialmente el cómico— siempre ha jugado con el recurso de la exageración. El asunto está en presentar *coherentemente* lo imposible. Si Tita llora y se recogen sacos de azúcar, se pasa de la magia al absurdo. Ya no tiene gracia.⁵

Veamos los *subgéneros* dramáticos. Cuando uno va a una tienda de alquiler de videos, encuentra una carpeta con las películas *románticas*, otra con las *comedias*, con las de *aventuras* (o de *acción*, como las suelen llamar), de *misterio*, de *terror*, *eróticas*, de *ciencia ficción*, y así. Me parece que esta sencilla clasificación cinematográfica puede servirnos perfectamente para organizar los subgéneros

² López Vigil, José Ignacio, Manual urgente para radialistas apasionados, Apartado del Capítulo 3, Coedición, Quito, Ecuador, 1997.

³ Laura Esquivel, Como agua para el chocolate. Planeta, México, pág. 13.

⁴ Gabriel García Márquez: Nuestra realidad es desmesurada y con frecuencia nos plantea a los escritores problemas muy serios, que es el de la insuficiencia de las palabras. Cuando hablamos de un río, lo más grande que puede imaginar un lector europeo es el Danubio, que tiene 2.790 kilómetros de largo. ¿Cómo podría imaginarse el Amazonas, que en ciertos puntos es tan ancho que desde una orilla no se divisa la otra?... La vida cotidiana en América Latina nos demuestra que la realidad está llena de cosas extraordinarias. En Comodoro Rivadavia, en el extremo sur de la Argentina, vientos del polo se llevaron por los aires un circo entero. Al día siguiente, los pescadores sacaron en sus redes cadáveres de leones y jirafas. El olor de la guayaba, Oveja Negra, Bogotá 1982, pág.62 y 36.

⁵ Gabriel García Márquez: ¿Hasta dónde se puede forzar la realidad, cuáles son los límites de lo verosímil? Son más amplios de los que uno se imagina. Pero hay que ser consciente de ellos. Es como jugar ajedrez. Uno establece con el espectador —o con el lector— las reglas del juego: el alfil se mueve así, la torre así, los peones así... Desde el momento en que se aceptan esas reglas, pasan a ser inviolables; si uno trata de cambiarlas en el camino, el otro no lo acepta. La clave está en la gran jugada, la historia misma. Si te la creen, estás salvado. Puedes seguir jugando sin problema. Cómo se Cuenta un Cuento, Voluntad, Bogotá, 1995, pág. 33.

dramáticos. No hay que complicarse mucho la vida: a cada emoción básica que queremos despertar en los receptores (amor, miedo, risa, ansiedad...) corresponde un subgénero.

En cuanto a los *formatos*, el género dramático abarca bastantes y variados:

- En la *forma teatral* —cuando el acento está puesto en el diálogo y la acción de los personajes—, tenemos los *radioteatros, radionovelas, series, sociodramas, sketches cómicos, personificaciones, escenas y escenitas, diálogos y monólogos de personajes...*
- En la *forma narrativa* —cuando el acento está puesto en la evocación que hace el narrador—, están los *cuentos, leyendas, tradiciones, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes...*
- En las *formas combinadas* —cuando se cruzan con otros géneros—, aparecen las *noticias dramatizadas, cartas dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones y radioclips, testimonios con reconstrucción de hechos...*

Género periodístico

El género periodístico se vincula con la realidad, con los acontecimientos concretos. ¿A quién le ocurrió qué? La noticia quiere alcanzar la verdad de los hechos.

Estamos ante un género documental: se muestra y se demuestra *lo que ha pasado*. La información que se presenta debe ser *verídica*.

Este género se puede dividir en cuatro *subgéneros*, tomando en cuenta la misma historia del periodismo: al principio, se hablaba únicamente de dos especialidades, el periodismo *informativo* y el *de opinión*. Más tarde, se sumó una tercera modalidad, el *interpretativo*. Muchos autores añaden un cuarto subgénero, el periodismo *investigativo*. Estas cuatro funciones (*enterar, explicar, valorar y revelar*) se implican mutuamente, son aspectos, más o menos acentuados, que intervienen en toda labor periodística.⁶

El género periodístico también abarca muchos *formatos*:

- En el *periodismo informativo* están las *notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías...*
- En el *periodismo de opinión* tenemos *comentarios y editoriales, debates, paneles y mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias, polémicas...*

⁶ En mi libro Ciudadana Radio (Lima, 2004) desarrollo un quinto periodismo, el de *intermediación*. Se trata de canalizar las denuncias ciudadanas, interpelar a las autoridades correspondientes y contribuir a la solución de los conflictos sociales.

- En el *periodismo interpretativo e investigativo* el formato que más se trabaja es el *reportaje*.

Género musical

Si los géneros anteriores se ocupaban de la *bondad* y la *verdad*, el género musical tiene relación con la *belleza*, con la estética, con la expresión más pura y espontánea de los sentimientos. ¿Qué motivos no se motivan con unos melancólicos acordes? ¿Qué amor no se canta, qué despecho no se transforma en tango o en ranchera?

El género musical se puede dividir en diferentes *subgéneros*, los mismos que sirven para clasificar ordinariamente nuestras discotecas: *música popular, clásica, moderna, bailable, folklórica, instrumental, infantil, religiosa...*

Múltiples son los *formatos* del género musical: *programas de variedades musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, programas de un solo intérprete, recitales, festivales, rankings, complacencias...* y no pares de cantar.

¿Y las revistas?

Algunos clasifican las radiorevistas o *magazines* como un cuarto género de la producción radiofónica. Un género tan importante y ostentoso que ocupa, a menudo, espacios de tres, cuatro y más horas de programación.

Pero si las miramos de cerca, las revistas se arman, en definitiva, con música, informaciones y dramatizados, recomblando de diferentes maneras estos tres géneros básicos. La revista no es un nuevo género, sino un *contenedor* donde todo cabe, un *ómnibus* donde suben formatos de todos los géneros. Hablaremos con más detalle de las revistas en el capítulo IX.

Para animarse mejor

Aquí entra la infinidad de iniciativas que toman los locutores y conductores para dinamizar sus programas. Presentan discos, saludan a sus oyentes, leen cartas, dan la hora, responden a una llamada, identifican su espacio y la emisora, ponen una cortina musical o un tip para sorprender a la audiencia... Todas esas posibilidades enriquecen el programa, le dan personalidad. No constituyen un formato, sino recursos para dinamizarlo.

Un formato es un producto completo. Tiene sentido por sí mismo. Aunque pequeño, debe ser autónomo. Una cuña de pocos segundos es un formato en la medida en que se explica sola, no depende de otros elementos para alcanzar su significado. Por el contrario, la presentación de un disco que hace el *discjockey* necesita de la canción que suena después. Y la canción, a su vez, se estructura en un programa musical. El formato, entonces, es ese programa musical, no la presentación del

animador ni un disco suelto.

Siguiendo esta lógica, algunos autores dicen que la entrevista o la nota de prensa serían recursos, dado que se incluyen en otros formatos más amplios, por ejemplo, en un reportaje. No nos confundamos. Si esa entrevista se puede transmitir independientemente guardando su significado, es ya un formato, camina sola. Pero si edito la entrevista y tomo de ella apenas un fragmento para documentar una noticia, ese fragmento no será más que un recurso radiofónico al servicio de la noticia. El formato, en este caso, será la nota documentada.

Con los formatos pasa lo que con las *matriushkas*, esas muñecas rusas que aparecen unas dentro de otras. Pequeñas, medianas o grandes, todas son figuras *completas*. Lo mismo ocurre en la programación. Una nota de prensa es un formato autónomo, pero cabe dentro de otro más amplio, por ejemplo, un boletín. Este boletín, a su vez, puede ser parte de un formato de mayor envergadura, una revista informativa. Y si le gusta, diga que la programación, en su conjunto, es un *superformato* que engloba a todos los demás.

¿Cuál es el mejor formato?

- *El que comunica más.* Las ventajas o desventajas, las bondades o maldades de un programa de radio, no se miden por la obediencia a unas determinadas reglas de producción, sino por la mejor o peor aceptación por parte del público. Es el receptor quien valida un formato, aunque éste viole normas técnicas o experiencias profesionales acumuladas. Recuerdo que en Radio Santa María leíamos a dos voces largos listines de nombres, como si fuera una guía de teléfonos. Eran los cientos de graduados y graduadas de las Escuelas Radiofónicas. Aquello resultaba, obviamente, *antiradiofónico*. Pero los campesinos de la zona escuchaban con gran interés aquella letanía interminable. *Tal vez una comadre mía ya sabe de letras y consiguió su diploma*, decían. Y seguían escuchando.

¿Cuántas veces el programa más loco, repleto de errores (a veces, hasta premeditados por el conductor) es el que tiene más pegada? La calidad del formato la decide la audiencia, no los manuales. En radio, como en la tienda, el cliente siempre tiene la razón.

- *El más adecuado.* El mejor formato será también el que mejor responda a la intención del emisor. No todo molde sirve para comunicar cualquier mensaje. Para comprender este paquetazo económico ayudará una mesa de debate y para enfrentar el prejuicio machista de que el varón se afemina si lava la ropa y los platos, resultará más útil una batería de cuñas humorísticas. Para opinar sobre la privatización del seguro social, buscaré a un buen comentarista. Y para investigar sobre la corrupción del concejal, a un buen reportero. En cada caso, hay que evaluar la mayor o menor oportunidad de un formato en función de los objetivos planteados en el programa. El formato es para el tema, no el tema para el formato. Nadie se rebana un pie si no le calza el

zapato.

Ahora bien, la elección de los formatos y sus recursos tampoco puede condicionarse a las limitaciones del productor. Como Pablito no sabe inventar un diálogo cómico, toda la revista se vuelve una seriedad. Como Susanita no se atreve o no le gusta salir a la calle, toda la participación se hace desde cabina. Precisamente por esto, necesitamos comunicadores integrales que, aunque tengan especialidad en un género, dominen el conjunto de la producción radiofónica.

- *El que se rompe*. Como la buena cocinera, el radialista conoce primero la receta, la practica, y luego prescinde de ella. Saber guisar es muy distinto a saber aplicar recetas. Sin embargo, tan peligroso puede resultar la impaciencia por ser originales como el temor a serlo. La radio es arte. Pero las musas no revolotean sobre atolondrados ni apocados. Aun los artistas más sublimes, saben que el mayor porcentaje del éxito conseguido correspondió a la transpiración antes que a la inspiración. Una vez hecho el aprendizaje, una vez apoyado el ingenio sobre la experiencia, el productor debe soltarse, desinhibirse, arriesgarse a inventar. Por eso, dicen que el mejor formato *es el que se rompe*. Y que la única pauta segura para un radialista es la creatividad”⁷.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

-Programa de la materia Taller de Estrategias sonoras y radiales, FPyCS, UNLP, 2020.

--López Vigil, José Ignacio, Manual urgente para radialistas apasionados, Cap. 3 Y 5, Coedición, Quito, Ecuador, 1997.

⁷ López Vigil, José Ignacio, Manual urgente para radialistas apasionados, Apartado del Capítulo 5, Coedición, Quito, Ecuador, 1997.