

2 ejem.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**"LA RADIO A TRAVES DE LA RADIO"
(UN MANUAL DE PRODUCCION)**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A N
RUTH OLIVARES HERNANDEZ
LETICIA SUAREZ GOMEZ
ANGELICA MELINA VILLASANA ESCOTO



CD. UNIVERSITARIA

1994

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A nuestros padres y hermanos

A Olga Durón Viveros

Y a todos los que

colaboraron en este trabajo

CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPITULO I	
IMPORTANCIA DE LA RADIO.....	13
Definición.....	13
Diferentes enfoques de la radio.....	14
Importancia.....	17
Elementos.....	20
Características.....	21
Funciones.....	23
CAPITULO II	
PRODUCCIÓN.....	27
Programas grabados.....	29
Programas en vivo.....	29
Programas a control remoto.....	29
Géneros radiofónicos.....	31
Informativo.....	31
Dramatizado.....	31
Musical.....	31
Tareas específicas del equipo humano.....	31
Programa informativo.....	32
Programa dramatizado.....	33
Programa musical.....	34
Proyecto de un programa.....	34

	Pág
CAPITULO III	
LOCUCIÓN.....	39
Técnicas de locución.....	43
Postura del cuerpo.....	46
Ejercicios respiratorios.....	48
Ejercicios de lectura.....	49
Ejercicios de ritmo.....	50
Ejercicios de entonación.....	50
Ejercicios de dicción.....	50
Disposición aparecida en el diario oficial respecto a la obtención de licencias de locutor.....	55

CAPITULO IV	
MUSICALIZACIÓN.....	61
Funciones de la música en programas radiofónicos.....	63
Reglas básicas para un musicalizador.....	66
Efectos sonoros.....	68
Cómo hacer algunos efectos.....	70

CAPITULO V	
OPERACIÓN TÉCNICA.....	73
Transmisión radiofónica.....	73
Area de transmisión.....	77
Equipo de operación técnica.....	79
Planos y niveles de grabación.....	83
Diferentes actividades del operador técnico.....	85

	Pág.
CAPITULO VI	
GUIÓN.....	87
Parte literaria.....	90
Géneros radiofónicos.....	96
Informativo.....	96
Dramatizado.....	103
Musical.....	108
Parte técnica.....	109
Formatos de guión.....	112
Guión del programa "La radio a través de la radio".....	119
PROPUESTA.....	143
BIBLIOGRAFIA.....	157
ENTREVISTAS INÉDITAS.....	159

INTRODUCCIÓN

"Usar bien la radio es una técnica y un arte", nos dice Kaplún. Una técnica, porque su uso requiere de la experiencia operativa que le va dando el trabajo mismo; porque conociendo los elementos fundamentales del medio, su uso depende ya solamente de la creatividad e imaginación del equipo de producción (guionista, locutor, musicalizador, operador técnico y productor).

Todas las etapas que integran la producción radiofónica tienen gran importancia y mantienen entre sí una interrelación de dependencia, porque de acuerdo con la temática del guión, dependerá: la música y la voz, a fin de recrear el ambiente esperado y despertar en el radioescucha el interés deseado. La producción radiofónica exige la imaginación como aporte fundamental, pero el conocimiento de la técnica resulta imprescindible para la aportación de dicha labor.

En la radio se puede hacer mucho, todo lo que se quiera, siempre y cuando se haga desde "dentro" de ella, en su lenguaje propio y no violentándola para convertirla en otra cosa, en una clase, en una conferencia, en un discurso...

Por tanto, es imperativo organizar la experiencia acumulada en el medio radiofónico, para enfocarla mediante la práctica que se aprende en el oficio

Partiendo de lo anterior y de que el plan de estudios de la carrera de ciencias de la comunicación se enfoca prioritariamente a la enseñanza teórica, además de la falta de preparación del alumno

que al enfrentarse al campo laboral se tiene que aprender de nuevo, nos avocamos a la realización de esta tesis "La radio a través de la radio, un manual de producción " que consiste en un manual de producción y programa informativo que resume en 20 minutos el contenido del manual además de vincular la teoría con la práctica.

Los objetivos que se persiguen con el desarrollo de esta propuesta es menguar la problemática a la que los estudiantes de comunicación se enfrentan al no contar con suficiente material bibliográfico y auditivo que contenga en un solo texto los elementos propios de la radio. Esta tesis está dirigida, principalmente, a los estudiantes que cursan los talleres de producción radiofónica.

El manual LA RADIO A TRAVÉS DE LA RADIO está conformado por seis capítulos:

El primero dedicado a la importancia de la radio, donde se rescatan las diversas teorías de los iniciadores del medio como: Bertolt Brecht, Hans Magnus Emzesberger, Mario Kaplún y Rudolf Arheim. Así como sus elementos, características y funciones.

La producción es el tema del segundo capítulo. Aquí se sintetizan los pasos a seguir en toda emisión, que va desde la planeación misma del programa o seguir hasta la realización del mismo.

El tercer capítulo lo constituye la locución. Se explican entre otras cosas las técnicas que sirven para educar la voz, así como la función que tienen los ejercicios de respiración, dicción y ritmo.

El cuarto tema lo conforma la musicalización, dado que la música es un elemento imprescindible dentro del discurso radiofónico por

sus funciones específicas. Así mismo se destaca la importancia de los efectos sonoros.

En cuanto a la operación técnica, objeto del quinto capítulo se enfatizan las diferentes actividades que realiza el técnico, así como las características que debe reunir una estación radiofónica.

El sexto capítulo, hace referencia al tema del guión. Contiene las estructuras y formatos del guión de acuerdo al género que se maneje: informativo, dramatizado en sus diversas variantes y musical. Así como el desarrollo de las partes literaria y técnica.

Por último, el lector encontrará un anexo de propuesta de un programa que pueda servir como base para la reestructuración del tiempo oficial de la radio. A fin de que este espacio sea utilizado con una función social y sean rescatados los elementos propios de este medio.

Por su parte, el cassette "La radio a través de la radio" tiene como finalidad describir el uso de los recursos radiofónicos.

Está conformado por guión, locución, musicalización, operación técnica y producción. En este programa se rescata el conocimiento y experiencia de personas dedicadas al oficio radiofónico. Este trabajo no es más que un complemento para el quehacer radiofónico, pero es indudable que se ha rescatado de la obscuridad la labor de los especialistas de la radio, tomándo el trabajo radiofónico como un conjunto de tareas que concluyen en la emisión de un determinado mensaje en donde se encuentra el equilibrio entre la teoría y la práctica.

LA RADIO A TRAVÉS DE LA RADIO es el producto de una serie de testimonios de gente dedicada al oficio radiofónico. Pretende ser un apoyo didáctico que permita a los estudiantes vincular la práctica con la teoría.

Esperamos que esta tesis sea el primer paso para aquéllos que deseen aportar nuevos elementos a este medio.

CAPÍTULO I

IMPORTANCIA DE LA RADIO

DEFINICIÓN

"La radio no ha de considerarse como un simple aparato transmisor, sino como un medio para crear, según sus propias leyes, un mundo acústico de la realidad"⁽¹⁾; de esta forma definió el alemán Rudolf Arnheim a la radio 20 años antes del surgimiento de la televisión y de que este medio fuera considerado por algunos, los más, una simple "sinfonola" o una fórmula efectiva para publicitar productos o servicios.

Técnicamente podría definirse a la radio como un medio de comunicación inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional. Es un complejo tecnológico que pone en contacto a por lo menos dos sujetos: Emisor y Receptor.

De acuerdo con Arnheim su valor consiste en "representar un mundo para el oído y al poner en relieve las formas de su material creativo, la música al igual que los sonidos sirven como un maravilloso medio auxiliar"⁽²⁾. La radio tiene sus leyes propias, se trata de configurar un universo específicamente sonoro que exprese la realidad. No sólo es música y palabra también es efectos especiales, ruidos, silencios y sonidos.

(1) Arnheim, Rudolf: Estética Radiofónica, Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

(2) *Ibidem*.

DIFERENTES ENFOQUES DE LA RADIO

Desde que se realizó la primera transmisión de radio en 1920, este medio de comunicación ha alcanzado un notable desarrollo en todo el mundo. Se perfeccionaron los equipos técnicos, los aparatos receptores llegaron hasta los rincones más aislados. Sin embargo, en todo este tiempo no se ha terminado de explotar y aprovechar todas sus ricas posibilidades.

Para muchos se ha convertido en un simple aparato de entretenimiento, pero afortunadamente hay quienes se han preocupado por crear una radio alternativa que informe, eduque y divierta.

Desde las primeras etapas de la radio surgieron hombres lúcidos que captaron su verdadera importancia y trataron de hacer comprender el valioso instrumento de que disponía el hombre para el enriquecimiento cultural. Uno de los primeros fué Bertolt Brecht quien hace más de 60 años, sentó las bases de la radiodifusión más acorde con las necesidades de las mayorías. El pensaba que la radio "no debe considerarse como un aparato para transmitir, sino para comunicar y que lejos de servir de mensajero promueva que los oyentes lo abastezcan"⁽³⁾. Brecht indicó el principio fundamental: "El público no sólo tiene que ser instruido, sino también tiene que instruir"⁽⁴⁾.

No obstante, el panorama de la radio en los países desarrollados y subdesarrollados ha desempeñado un papel muy diferente. Su cariz comercial la orientó a olvidar su empleo para comunicar.

(3) Bertolt Brecht: Teoría de la Radio, en los Medios de comunicación colectiva, Jaime Goded, Ed. UNAM.

(4) *Ibidem.*

En gran medida por eso, como dice Brecht, "la radio tiene una cara donde debería tener dos" (5).

Muchos años después Hans Magnus Enzensberger retoma esta posición y afirma que "todo receptor es un emisor en potencia" y advierte que "la técnica electrónica no conoce ninguna contradicción de principio entre el transmisor y el receptor. Cualquier radioreceptor de transistores también es por la naturaleza de su construcción, una emisora en potencia: pues por acoplamiento a reacción puede actuar sobre otros receptores"(6).

Brecht y Enzensbergert cuestionaron que los medios se vieran como simples instrumentos de entretenimiento barato, alejados de las preocupaciones cotidianas y de la cultura. Señalaron que los medios nacieron subordinados a los intereses económicos y propagandísticos dominantes y su función social no puede ser otra que preservarlos.

Por su parte, Mario Kaplún señala que la radio debe tener un objetivo primordialmente pedagógico, "un instrumento de educación y cultura populares y como una promotora de auténtico desarrollo"(7).

Opina que la división de los programas en: educativos, culturales, de entretenimiento e informativos, como si no tuvieran relación entre sí es discutible, porque estas categorías nunca se dan por separado. "Tanto como el programa educativo propiamente dicho, el anuncio publicitario, un programa cómico, una radionovela, un comentario de actualidad, una transmisión deportiva, una canción

(5) Ibidem.

(6) GRANILLO Silvia, BERMUDEZ Guillermo. "Hacia una Semiótica de la Radio" en la revista: Información Científica y Tecnológica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Feb. 1984.

(7) KAPLUN Mario: Producción de Programas de Radio. Col. Intiyán. CIESPAL. Quito, Ecuador.

popular constituyen factores educativos, ya que todos influyen en la formación de valores y en las pautas de comportamiento del público... Todo programa, pues educa; sólo que -lo mismo que en la escuela, lo mismo que en el hogar- puede educar bien o puede educar mal"⁽⁸⁾.

En la práctica, apunta Kaplún, la radio es el medio más eficaz de comunicación popular. Para extraerle el mayor provecho posible es imprescindible conocer a fondo el lenguaje radiofónico, aprovechar al máximo sus recursos creativos.

Rudolf Arnheim se enfoca a la relación "radio y arte".. Desde su punto de vista la radio "es un arte acústico capaz de emocionar mediante la recreación sonora de la realidad"⁽⁹⁾. Cualquier programa por más sencillo en su forma y contenido, debe tomar en consideración sus posibilidades creativas si busca no sólo informar, educar y entretener, sino también proporcionar un placer estético

Considera que en la radio, "los sonidos y las palabras revelan la realidad con la sensualidad del poeta, y en ella se encuentran los tonos de música los sonidos mundanos y espirituales, penetrando así la música en el mundo de las cosas"⁽¹⁰⁾. Según Arnheim la radio no sólo está supeditada a las referencias de tipo geográfico, sino que también le está permitido utilizar formas sonoras para plasmar ideas, sueños, criaturas fantásticas, dioses o personificación de cosas.

(8) *Ibidem*

(9) ARNHEIM, Rudolf. Estética Radiofónica. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.

(10) *Ibidem*

Adelantándose a su tiempo, supo apreciar importantes ventajas y características que hoy parecen no ser apreciadas. "La radio atraviesa todas las aduanas sin cable alguno, sin que muro alguno impida su paso y, además, resulta difícil de sorprender en los registros domiciliarios. La radio habla de todo, por lo menos hasta donde alcance. No sólo la persona instruída, sino también el hombre sin información confía en los sonidos extraños de la radio, desde el que se encuentra en el campo de batalla hasta el prisionero de guerra..."⁽¹¹⁾.

IMPORTANCIA

a) Como medio, desde sus inicios la radio se ha desarrollado en nuestro país en una atmósfera general de desconocimiento del medio y sus posibilidades. A 70 años de su surgimiento, el medio electrónico más antiguo en México, es considerado como un eficiente vehículo publicitario, por los unos, y una forma de entretenimiento, por los otros. Alma Rosa Alva de la Selva en su libro *Radio e Ideología* apunta "Reducida en su último término a aparato transmisor de música grabada y anuncios comerciales, abandonada a su empleo mercantil, nuestra radio parece no haber pronunciado palabra alguna a lo largo de su existencia..."⁽¹²⁾.

En el mismo tono, en el libro *Perfiles del Cuadrante* se señala: Salvo excepciones, en México, la radio ha servido para muy poco. Ha cumplido más funciones de distracción o evasión, que de auténtico entretenimiento. Ha analizado más que informado. En su

(11) *Ibidem*

(12) Alva de la Selva, Alma Rosa. *Radio e Ideología*. Ed. El caballito.

factura habitual, los intereses mercantiles han sustituido a la imaginación o a la búsqueda de nuevas opciones de producción"⁽¹³⁾.

Sin tocar los extremos, y reconociendo la labor de algunos radiodifusores mexicanos, no se puede negar que hoy por hoy la columna vertebral de este medio, y otros, se sustenta en la promoción y consumo de un interminable desfile de mercancías, productos y servicios. Por ello, la necesidad de redescubrir sus amplias posibilidades y alcances.

De acuerdo a información de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión nueve de cada diez mexicanos tienen acceso a un radio receptor. De acuerdo a la misma fuente en 1985 funcionaban en el país 856 emisoras en total, existían en el país 11'059,378 radiohogares y 4'913,286 telehogares.

Su importancia radica, además de su amplia cobertura, en su alcance. Con sólo girar una perilla u oprimir un botón se puede recibir la señal auditiva en la casa, el automóvil, el campo o el mar. A veces su tamaño puede ser tan pequeño como un reloj de pulsera lo que permite su fácil desplazamiento. Puede ser escuchado por cualquier tipo de persona sin ningún entrenamiento especial, ya que para recibir su mensaje no se necesita saber leer o escribir. Es un medio instantáneo que transmite hechos y noticias en el momento mismo que ocurren.

La radio puede tener muchos más usos o fines, que los que se le han dado hasta ahora. Un ejemplo claro fué el terremoto del 19 de

(13) Rebeil Corella, Ma. Antonieta. Alva de la Selva Alma Rosa, Rodríguez Zárate Ignacio: Perfiles del Cuadrante. Ed. Trillas. 1989.

septiembre de 1985 en el que jugó un papel estratégico. "Esto se debió a tres factores principalmente: 1) La pérdida de la energía eléctrica en grandes zonas de la ciudad, lo que impidió que la población se informara por la televisión. 2) El movimiento telúrico derribó centrales telefónicas y 3) Destruyó total o parcialmente oficinas públicas encargadas de supervisar a la radiodifusión en México como la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Dirección General de Radio, entre otras"⁽¹⁴⁾.

Todo ello, permitió que la radio se convirtiera en el principal instrumento de comunicación social en las primeras y más importantes horas del desastre: reportó los daños; a través de ella se solicitó ayuda. Por primera vez, los radiodifusores dejaron a un lado la programación normal y casi todas las estaciones trabajaron al servicio de la comunidad.

Así, de acuerdo con investigadores de la radio en nuestro país, reiteramos una vez más, la importancia y necesidad de revalorar la función social de este medio.

Basándose en información de radio, Televisión y Cinematografía, acerca del uso que se le da a los tiempos oficiales a que tiene derecho el estado en todas las radiodifusoras, podemos observar que de las 164 horas que le corresponden al gobierno por día, sólo se ocupan 50, es decir, el 33%. Que de las 58 radiodifusoras que operan actualmente, 47 pertenecen a la iniciativa privada, 6 al estado y 5 son independientes, reproduciendo en su mayoría, el mismo esquema de producción ya conocido (programación musical en sus diferentes géneros), lo que limita las opciones

(14) *Ibidem*.

radiofónicas del escucha, al ofrecerle como única vía de participación instantánea, las llamadas telefónicas cuyo uso se reduce a solicitar melodías, enviar saludos o votar por tal o cual cantante.

En el caso de los noticiarios, o de los programas de interés general, la participación del escucha no es mayor, pues pocos son los que pueden entrar a cabina y los demás hacen uso del teléfono para satisfacer sus dudas cuando se trata de temas de su interés, o para denunciar a los servidores públicos, para pedir ayuda o reportar alguna anomalía en los servicios públicos.

La participación real, reflexiva crítica por parte del escucha no tiene mayor cabida en los programas que hasta ahora existen, por tal motivo es importante abrir espacios que estimulen esta acción y estamos seguras que es por el lado de los tiempos oficiales donde se puede dar ese cambio que permita la reflexión y la interacción entre emisor-receptor y receptor-emisor.

ELEMENTOS

Debido a la característica principal de la radio que es la de apelar a un sólo sentido: el auditivo, hace uso primordial de tres elementos, voz, música y efectos sonoros.

La voz.

Es el elemento radiofónico por excelencia, porque representa lo más significativo del ser humano que es la palabra. Tiene ciertas cualidades, tono, timbre, intensidad y cantidad, por lo que su principal ejecutor que es el locutor, debe tener ciertas características en la voz y conocer a la perfección su manejo.

Además de la expresión oral, en radio también hacemos uso de la música que es el segundo elemento del código radiofónico. Se usa para decir sin palabras el lugar, el tiempo, el estado de ánimo del personaje y para ambientar las escenas.

Asimismo, la música cumple una función gramatical.

Los efectos sonoros son el tercer elemento y su finalidad como dice Macleish es "estimular la memoria y pintar escenas en el oyente", al ambientar situaciones complementarlas e ilustrarlas.

Su fuerza surge de la asociación visual que el ser humano hace cuando escucha un sonido.

CARACTERÍSTICAS

Las características de la radio como medio de comunicación, algunas de las cuales ya se han mencionado, pueden ser consideradas ventajas o limitaciones según desde el punto de vista del que se observe.

- 1) La primera y más importante se refiere a que es un medio que sólo emite SONIDO, el cual no tiene límites ni en cuanto a su origen ni en cuanto a su difusión, "se esparce de manera natural y puede ser percibido involuntariamente en contraposición con lo que ocurre con la visión, que está completamente sujeta a voluntad"⁽¹⁵⁾.

(15) ROMO Gil, María Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio. Publicaciones Cincias de la Comunicación. ITESO. Num 7 1982.

- 2) El hecho de ser PURAMENTE AUDITIVA le permite llegar a cualquier persona sin importar su estrato social y nivel educativo. En ocasiones se le ha utilizado para alfabetizar.
- 3) Permite la realización de otras actividades simultáneas, sin embargo el auditorio necesita estar atento en el momento en que se lleva a cabo la emisión de lo contrario no hay la posibilidad de recibir el mensaje.
- 4) Al constituirse como medio MASIVO se convierte en UNIDIRECCIONAL, en donde no existe retroalimentación. Se transmite el mensaje y el emisor lo recibe, la excepción se presenta en los programas o emisiones en vivo y con teléfono abierto, pero el radioescucha puede encender o apagar el aparato transmisor a voluntad
- 5) Es un medio portátil que se puede transportar y escuchar en cualquier parte, y su recepción es personal de acuerdo a las necesidades del radioescucha, horario e intereses; aunque cabe señalar que antes de la aparición de la televisión fué un medio de unión familiar o de grupo.
- 6) "Puede llegar a un público extenso, incommensurable, incontrolable y hasta cierto punto desconocido" (16).
- 7) Transmite información en el momento mismo en que ocurren los hechos, gracias a ésto se puede, ayudar por ejemplo, a una población o comunidad que ha sufrido un desastre natural o provocado.

(16) Ibidem

8) Comparado con otros, la radio es un medio relativamente barato desde el punto de vista técnico, de producción y recepción.

Mario Kaplún en su libro "Producción de Programas de Radio" presenta las características de este medio clasificándolas como limitaciones y ventajas:

Limitaciones: Unidireccional, peligro de fatiga, peligro de distracción, ausencia de interlocutor, dependencia, fugacidad, auditorio condicionado.

Ventajas: Difusión, simultaneidad, alcance, bajo costo, acceso directo a hogares, poder de sugestión, comunicación efectiva, empatía e identificación.

FUNCIONES

Tradicionalmente los medios de comunicación social tienen otras funciones: Informar, Educar, Divertir.

La función informativa de la radio cobra su importancia en la inmediatez. Se pueden comunicar noticias que se registran en el mismo barrio o al otro lado del mundo. Con apoyo de otros adelantos tecnológicos como la telefonía celular, telex, fax; la radio puede ponernos al tanto en el mismo instante en que se registra un acontecimiento relevante.

En este medio los espacios informativos cobran día a día mayor importancia. A diferencia de la prensa que sale varias horas después y la televisión que reúne mayores dificultades técnicas al apoyarse en imágenes y requiere de todo un desplazamiento de

equipo para transmitir en vivo; la radio se convierte en un medio más libre y espontáneo al apoyarse en llamadas en vivo de sus reporteros quienes por medio de telefonía celular o tradicional, dan a conocer sus informaciones de forma más veraz al evitarse varias revisiones y autorizaciones como sucede en otros medios. Sin embargo no se debe olvidar que la estación tiene una política determinada, intereses creados o autocensura.

Respecto a su función educativa y cultural, la radio ha sido utilizada en algunos países como un valioso auxiliar. Sin embargo, por lo menos en México ha sido enormemente desperdiciada...

Cristina Romo en su libro "Introducción al conocimiento y Práctica de la Radio" afirma que "en nuestro país los esfuerzos educativos resultan insuficientes para atender a toda la población, se hace necesaria la búsqueda y utilización de todas las posibilidades, medios e instrumentos que coadyuven a solucionar el problema educativo. Por esta razón, el uso de los medios masivos de comunicación para la educación se nos presenta como una responsabilidad ineludible"⁽¹⁷⁾.

La autora señala que la utilización de la radio en México con fines educativos no ha dado los resultados esperados, entre otras razones por la falta de planeación adecuada, la escasez de recursos, la improvisación y el incumplimiento de las leyes.

Mientras el libro "Perfiles del cuadrante", de varios autores, resalta que "con notables dificultades pero con entusiasmo y convicción, en años recientes han comenzado a desarrollarse espacios

(17) Ibidem

peculiares dentro de la radio comercial, o incluso radiodifusoras nuevas, orientados a públicos específicos (niños, comunidades, grupos campesinos, colectivos sindicales) que tienden a romper con lo que durante varias décadas había constituido una suerte de monotonía, institucionalizada y virtualmente incuestionable en la radio mexicana"⁽¹⁸⁾.

En este marco, podemos decir que aún falta mucho por hacer en esta radio educativa, que podría contribuir en la tarea de alfabetización en lugares alejados de las grandes ciudades, así como a la integración de indígenas y comunidades marginadas.

La función de diversión y entretenimiento de la radio, es abundantemente explotada en todas las emisoras comerciales, y algunas culturales. Básicamente, se sustentan en programas musicales y de concurso que no enriquecen al escucha. "No se trata de evitar o suprimir esta función, sino de equilibrarla con las otras dos, (educativa e informativa) y que los programas de diversión y entretenimiento respondan a una planificación bien estudiada y al cumplir esta función por encima de todo, esté el sentido humano y social de los radio escuchas"⁽¹⁹⁾.

(18) REBEIL Corella, Ma. Antonieta y otros. Perfiles del Cuadrante. Ed. Trillas. 1989.

(19) ROMO Gil, María Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio. Publicaciones Ciencias de la Comunicación. ITESO. Núm. 7. 1982.

CAPÍTULO II

PRODUCCION

*Es la conjunción de los
elementos de una emisión
radiofónica*

La producción radiofónica se define como la suma de los aspectos de la grabación y/o transmisión de un programa; desde la manufactura del guión hasta la transmisión al aire. Encuentra su razón de ser en un trabajo de equipo que se plantea como un todo homogéneo y no como una simple superposición de partes

En términos generales, es el armado de un programa. Es la organización de cada uno de los elementos que conforman la grabación: guión, locución, musicalización, operación técnica y realización.

Para llevar a cabo esta tarea generalmente los programas pasan por cuatro etapas de realización:

Prerealización: Es la concepción misma del programa; el proyecto, presupuesto y permisos necesarios de las instancias correspondientes, para el caso de las transmisiones en vivo. Después de ser aprobados por la radiodifusora, se inicia la investigación (en caso necesario), la elaboración del guión, la selección de voces, música, efectos, localización de invitados (si los hay). Puede incluir un ensayo general.

Grabación: Como ya se mencionó al inicio del capítulo, es el armado del programa, puede ser en dos formas: en frío y en directo.

"En frío". Consiste en grabar las voces para después armar el programa e insertar la música, los efectos, las entrevistas; entre otros. "En directo" Se refiere a la grabación de todos los elementos al mismo tiempo. Este último tipo de producción se da generalmente en la transmisión de programas en vivo desde cabina o control remoto. No requiere de postgrabación.

Postgrabación: Se refiere al armado final del programa. Aquí se mezclan las voces grabadas previamente con la música y los efectos. En esta etapa, también se lleva a cabo la edición, cuando es necesario.

Editar según Fernando Curiel⁽¹⁾, "es reorganizar el material grabado de conformidad con el orden preestablecido". Es decir, ordenar, cortar, borrar y empalmar sobre una cinta magnética.

Terminada esta etapa el programa queda listo para transmitirse al aire, es decir, se lleva a cabo la realización.

Realización. Esta etapa es el momento más importante de todo el proceso, ya que aquí se verán realizadas todas las expectativas creadas a partir de la idea plasmada de el guión. La responsabilidad en este momento recae en el realizador, quien debe cuidar la continuidad de la transmisión

(1) CURIEL, Fernando. "La estructura radiofónica". Ed. UNAM. 1984.

Cabe señalar que no todos los programas, tienen que pasar por estas cuatro etapas como son los programas en vivo: musicales, entrevistas, debates, control remoto, entre otros, que sí obedecen a una planeación y selección (pre-realización) pero que no necesitan cubrir la segunda ni tercer etapa.

Sin embargo, los noticieros por ejemplo, a pesar de ser en vivo, sí cumplen las cuatro etapas por componerse de reportajes, notas informativas, entrevistas, etc., pregrabadas y que posteriormente se le darán un orden de acuerdo a la jerarquización de la información.

Los programas grabados, siempre cubrirán las cuatro etapas.

Programas grabados. Son todos aquéllos que se difunden una vez que fueron armados a partir de la grabación de las voces, la música y efectos especiales. Se caracterizan porque muchos de ellos se transmiten en alusión a una fecha determinada o bien pueden ser de emisión temporal.

Programas en vivo. Pueden llevarse a cabo de dos formas: desde la cabina de transmisión, donde las condiciones de trabajo son idóneas por tener todos los recursos técnicos a la mano para realizar programas de entrevistas, mesas redondas, noticieros, de concursos entre otros.

Programas a control remoto. Son transmitidos desde los lugares donde se llevan a cabo eventos especiales en vivo, tales como conciertos, debates, entrevistas, informe presidencial, entre otros.

Las etapas de producción y las formas en que éstas se realizan están bajo la responsabilidad del productor quien es el que va a conjugar y unir armónicamente todos los elementos que conforman

el programa. Dirigirá de principio a fin la grabación misma, dará las indicaciones a cada uno de los participantes, logrando con ello el ritmo y la continuidad de la emisión de mensajes; al musicalizador le indicará donde debe entrar la música; al operador hasta qué punto y cuánto durará, cuándo baja, si se queda o no de fondo, cuándo sale. Le señala si los efectos van en primero, segundo o tercer plano. Así mismo, le indicará al locutor la intención, el tono, la velocidad con que debe decir tal o cual frase o párrafo. Es importante que el productor conozca las posibilidades y versatilidad de las voces que utilizará para la realización de textos, esto porque de ellas depende, en gran medida, que el escucha crea el mensaje y se convenza.

Es necesario que revise todos los elementos antes de la grabación o transmisión en vivo del programa. En aquellos casos en que el tiempo lo permita, es importante que se realice un ensayo con los locutores o los actores, a fin de darles las indicaciones precisas en cuanto a la actitud que van a sumir. No hay que olvidar que en el transcurso de la grabación es tarea del productor irlos dirigiendo.

Para llevar a cabo una buena producción, se deben tomar en cuenta las características de cada uno de los elementos que conforman un programa radiofónico: voz, música, texto, efectos y realización.

En muchas ocasiones el productor es también el guionista y es aquí, donde hecha mano de todos los recursos radiofónicos a su alcance para realizar el programa como él lo había concebido. Pero también es frecuente que la empresa radiofónica le designe un programa determinado, en el que se le entregue un guión ya elaborado y un presupuesto, con el cual el productor se limita a armar el programa, y su equipo de trabajo. Una buena producción dependerá de la elección de gente profesional.

El productor debe tener la capacidad de diferenciar entre un buen guión y un mal guión, cambiar si es necesario la distribución de puentes musicales, efectos, etc.

Para llevar a cabo una buena producción radiofónica es necesario conocer los géneros.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

Se dividen en tres grupos: Informativo, dramatizados y musicales.

Informativo. Comprende los noticieros, la mesa redonda, entrevista, reportaje, entre otros.

Dramatizado. Es el más complicado en cuanto a su producción. Comprende el radiodrama, el radioteatro, la radionovela, el radiocuento, entre otros.

Musical. Se refiere a aquella programación que tiene como base la inserción de melodías y música, cuya finalidad es la distracción del radioescucha. Este formato lo desarrollan generalmente los programas musicales.

TAREAS ESPECÍFICAS DEL EQUIPO HUMANO.

De acuerdo al tipo de programa.

El equipo de producción dependerá de las características del programa.

PROGRAMA INFORMATIVO

Jefe de redacción. Distribuye órdenes de trabajo, jerarquiza la información, supervisa y coordina el trabajo de los reporteros y redactores. (sólo para noticieros).

Reportero (s). Acude personalmente a la fuente de información. Realiza notas, entrevistas y reportajes.

Redactor (es). Redacta boletines y maneja la información cablegráfica que llega a la sala de redacción. Elabora entradas para las grabaciones de los reporteros. (sólo para noticieros).

Locutor (es). Da lectura a los textos y entrada a las grabaciones; así como a los cortes de estación o espacios comerciales.

Algunos programas, por el tipo de información que manejan requieren de analistas y comentaristas.

Conductor. Dirige los programas de radio.

Operador técnico. Independientemente del género es el encargado de manejar el equipo técnico para la grabación o transmisión del programa. Su labor es enlazar toda la emisión, manejando los niveles de la voz, la música y los efectos sonoros. Así como insertar los puentes musicales y voces pregrabadas. Abre y cierra micrófonos.

Continuista. Elabora la guía del programa.

Realizador y/o productor. Permanece todo el tiempo de la transmisión o grabación. Vigila la calidad técnica del noticiario,

así como la exactitud de su duración, cuida que los locutores respeten el texto. En muchas ocasiones el jefe de información es quien cumple esta función.

PROGRAMAS DRAMATIZADOS. En este tipo de programas el equipo con que se debe contar es más amplio debido a su grado de dificultad.

Guionista. Redacta, jerarquiza y desgloza creativamente la información obtenida, o bien adapta cuentos, novelas, obras teatrales, etc. Es quien elabora en forma escrita el programa.

Musicalizador y/o efectista. Es quien selecciona la música que complementará y enriquecerá al guión, de acuerdo al tema y género que se trate. Asimismo, seleccionará los efectos de sonido.

Asistente de producción. Es el encargado de contactar e informar las partes que intervienen en la producción. Hace los llamados a los invitados, las solicitudes de permisos y es quien provee de todos los requerimientos materiales, bajo la coordinación del productor y/o realizador.

Voces y actores. De acuerdo al tipo de programa, se elegirán las voces y actores que caracterizarán determinados personajes a través de la radio.

Productor o realizador. Es el responsable del programa. Coordina y supervisa hasta el mínimo detalle cuidando el ritmo y la continuidad. La buena calidad del programa dependerá en última instancia de él.

PROGRAMAS MUSICALES. Este tipo de programa requiere de una amplia fonoteca.

Programador especializado. Quien es un conocedor de la música que se transmite por la radiodifusora.

Conductor. Es el que dirige el programa.

Operador técnico. Es el responsable de poner los discos, cintas, cassettes, inserta los cortes comerciales.

Telefonista.

Productor.

PROYECTO DE UN PROGRAMA. Independientemente del género (informativo, dramatizado o musical), el primer paso para la elaboración de un producto radiofónico es definir qué es lo que vamos a hacer, es decir, elaborar el proyecto, el plan de trabajo.. Primero decidiremos el tipo de programa a producirse.

De acuerdo con Mario Kaplún, entendemos por programa a un conjunto de emisiones que tendrán una temática común, que estarán agrupados bajo un mismo título permanente, que adoptarán un mismo formato, que tendrán una misma duración y que se transmitirán periódicamente a la misma hora.

Una vez ya definido, procederemos a la planeación. Es decir, los pasos a seguir. Planear es hacer una guía, un esquema a seguir con el cual nos apoyamos para saber dónde continuar, de qué manera, y aprovechar todos los recursos técnicos y humanos con que contaremos.

Los pasos a seguir para este proyecto consisten en:

Título: Nombre del programa o la serie.

Objetivos: Fin o propósitos que persigue.

Temática: Asunto a tratar.

Género: (Dramatizado, informativo, musical).

Duración: Tiempo que abarcará el programa desde su rúbrica hasta los créditos.

Horario: A qué hora se transmitirá.

Periodicidad: Es la frecuencia con que se emitirá el programa o serie. Puede ser programa único, semanal, diario, etc.

Público: Es ese alguien a quien nos vamos a dirigir. Puede estar definido por edad, sexo, condición social, preparación o actividad.

Recursos Humanos: Se refiere a todo el personal que participará en la elaboración del programa.

Recursos Materiales: Se refiere a los apoyos de papelería y técnicos (cintas, discos, cassettes, aparatos, etc.).

Presupuesto: Este punto es muy importante, porque muchas veces de éste dependerá la realización del programa. En el presupuesto se contemplará el costo del programa o serie. Pago a locutores, actores, musicalizador, guionista, asistente de producción, productor, realizador, director de escena, costo de cintas, hojas, cassettes, etc.

En algunos proyectos es necesario anotar también el tema de la rúbrica, la frase de identificación y el tipo de grabación (en frío o en directo). Todo ésto con la finalidad de conocer a detalle el programa que se pretende emitir.

No obstante que el proyecto cumpla con todos los requisitos mencionados, es necesario que siempre esté acompañado del guión

o guiones (si es una serie) de los seis primeros programas, y si es posible, de la grabación del programa piloto. El cual es la presentación de la emisión a las autoridades, empresarios, patrocinadores o a todos aquellos interesados en dicha producción.

De acuerdo con Jimmy García en su libro "La radio por dentro y por fuera"; en la elaboración del primer programa o del programa piloto se debe tomar en cuenta lo siguiente:

El nombre o título del programa. Este debe responder exactamente al contenido temático. Ser corto y fácil de memorizar, con la finalidad de que el oyente se sienta atraído por él.

La presentación del programa. Es la portada, la primera página del programa y el sumario o recapitulación. Debe darse en forma de síntesis. De su manera de presentarlo depende que se logre captar la atención del oyente desde el principio, de lo contrario se perderá la audiencia.

El cuerpo del programa debe ser el producto de una estrategia que involucre poco a poco a los oyentes en los temas que están tratando. Es importante que el programa o serie tenga la variedad y ameneidad necesaria para mantener la atención y el interés.

Ejemplo*:

TÍTULO: "HABÍA UN NAVÍO, VIO, CARGADO DE..."

OBJETIVO PRINCIPAL: Traducir a un lenguaje coloquial el conocimiento educativo para su aplicación en la vida familiar y escolar.

OBJETIVO: Promover la participación del público en el análisis, la reflexión y la crítica de cada tema.

NÚMERO DE CÁPSULAS: 35

TEMÁTICA: Para fines metodológicos se retoman las 6 líneas definidas en el Programa de Actualización, y que son:

- a) Psicopedagógica.
- b) Histórico-social.
- c) Socio-educativa.
- d) Investigación Educativa.
- e) Contenido disciplinario o de campos de contenido.
- f) Administración, Organización y Planeación Escolar.

GÉNEROS: Informativo y dramatizado.

DURACIÓN: 10 Minutos.

PÚBLICO: Profesores de educación básica y padres de familia.

HORARIO DE TRANSMISIÓN: De 9:00 a 9:10

DÍA DE TRANSMISIÓN: Martes.

HORARIO DE RETRANSMISIÓN: De 19:50 a 20:00

DÍA DE RETRANSMISIÓN: Domingo.

PERIODICIDAD: Semanal.

EMISORA: XEEP Radio Educación.

RECURSOS MATERIALES: 18 cintas de carrete abierto de 1200 pies, 35 cassettes, hojas blancas.

RECURSOS HUMANOS: 1 productor, 1 asistente, 2 guionistas, 2 locutores (hombre y mujer) y otro cuando se requiera, 1 musicalizador y efectista, 1 operador técnico.

PRESUPUESTO GLOBAL DE LAS CÁPSULAS.

RECURSOS MATERIALES.

18 cintas de carrete abierto	N\$ 360.00
35 cassettes	N\$ 175.00
100 hojas blancas	N\$ 040.00
Otros	<u>N\$ 200.00</u>

SUBTOTAL N\$ 775.00

RECURSOS HUMANOS.

1 Productor	N\$ 35,000.00
1 Asistente	N\$ 10,500.00

CAPÍTULO III

LOCUCIÓN

"La locución es el arte verbal que tiene que ver con los distintos usos que se le puede dar a la palabra a través del micrófono"

José Angel Domínguez.

En la radio no existe nada visible. Al ser sólo imagen sonora, su particularidad recae en la voz, así ésta se convierte en el elemento radiofónico por excelencia. La voz es la palabra, la codificación de la idea que se transmite a los otros. "Es el sonido que produce el aire exhalado al hacer vibrar las cuerdas vocales, mismo que tiene ciertas características: tono, timbre, intensidad, inflexión y matiz, entre otras"⁽¹⁾.

La locución es la transmisión de mensajes al público que se hace a través de la palabra.

Es el acto de hablar a través de un medio de comunicación electrónico. Quien ejerce esta función es el locutor.

Para ser locutor no sólo hay que hablar ante un micrófono, se necesita también dominar la oratoria, saber hablar bien. Esto es

(1) Sánchez Alcana, Eugenio. Curso de locución. 1990.

importante porque será él quien le dé vida y forma al sistema radiofónico, a través del manejo de su voz y su profesionalismo.

Sin el locutor, la comunicación en radio pierde casi toda su importancia, porque "éste es el interprete del lenguaje de los hombres" al hacer que la palabra escrita cobre vida y fuerza cuando pasa por su voz, despertando sensaciones en el oyente.

Las características convencionales de un locutor, según José González Márquez*, son "tener un timbre agradable, aceptable, inteligible en su dicción y en su intención para comunicar con claridad; así como ser capaz de dominar la voz y hablar con fluidez".

"La locución es un arte, es un oficio que se aprende en la práctica. Tenemos una cultura, una instrucción básica (primaria, secundaria, preparatoria) y conocimientos generales de música, pintura, teatro..., pero además requerimos experiencia, un amplio vocabulario y un panorama general de los acontecimientos diarios"(2).

En este sentido Yuriria Contreras** afirma que para el ejercicio de la locución es requisito saber escuchar, saber leer con ritmo y matiz, lo que implica entender el mensaje que se está transmitiendo para hacerlo llegar a la audiencia. "La radio básicamente maneja una imagen a través de la voz, por lo que hay que poner mucha atención en lo que una determinada voz dice y la forma en que lo dice" (3).

* Locutor de Radio Educación. Entrevista inédita. 1991.

(2) González, Márquez, José. Locutor de Radio Educación. Entrevista inédita. 1991.

** Locutora de Radio UNAM y el Núcleo Radio Mil. Entrevista inédita. 1991.

(3) Ibidem.

Debido a que actualmente esta actividad se ha profesionalizado, la locución se ha clasificado de acuerdo a las características de la voz:

Locutor comercial. Quien en su voz e interpretación tiene fuerza vendedora.

Locutor de Noticias. Es ante todo un excelente lector.

Locutor Animador. Es el que le da vida y color a un programa.

Locutor Comentarista. Es el que comenta un determinado aspecto porque lo conoce y lo domina.

Locutor Actor. Es quien tiene una formación en la actuación y encarna determinados personajes.

Esta tipificación de las voces no implica que un mismo locutor no desarrolle otro tipo de locuciones, depende de la versatilidad interpretativa y de su formación. En este sentido, un actor puede ser un excelente locutor, y no saber entrevistar; o un comentarista saber entrevistar y no actuar. En pocas palabras, la actuación y la locución son dos disciplinas que van muy unidas pero son diferentes.

Un locutor siempre debe tener algo que expresar y claridad en lo que esté diciendo, comunicar ideas y sentimientos, es decir "debe ponerle una cara a la voz".

La improvisación, es una manera de llevar o conducir un programa radiofónico y cobra gran relevancia, ya que es ésta la que le da

calidez y frescura a la radio, porque el locutor no se sujeta únicamente al texto.

La improvisación debe ser en la forma más no en el contenido. "Toda persona que hable en radio, debe conocer el tema a tratar, de lo contrario no sólo cometerá errores, sino que hará uso de muletillas, redundancias y expresiones sin fundamento, lo que le restará importancia a lo que diga.

Hablar en radio debe ser tan sencillo, claro y expresivo "que parezca" siempre una improvisación que dé la sensación de dominio y conocimientos" (4).

El locutor se desenvuelve en la ética, dentro del campo de la información. "No debe manifestar ningún tipo de tendencia hacia alguna religión o corriente política, no debe dar noticias alarmantes que no sean absolutamente veraces, tangibles y comprobables en el momento exacto"(5).

El locutor es la imagen sonora de la emisora de radio, porque con él se identifica la estación y su voz es oficial, por lo que tiene una responsabilidad, no puede actuar individualmente. Debe tener muy claras las ideas que va a decir, porque hay un peso detrás de él y lo que está diciendo pasará a formar parte de la opinión pública. Para ser locutor o conductor en este medio era necesario -hasta septiembre de 1992- acreditar tres exámenes de locución, aplicados por la Secretaría de Educación Pública, los cuales consistían en un examen de conocimientos generales, otro de

(4) García Camargo, Jimmy. *La radio por dentro y por fuera*. Ed. CIESPAL. p 199.

(5) González Márquez, José. *Locutor de Radio Educación*. Entrevista inédita. 1991.

(6) *Ibidem*

práctica en cabina y por último, el de pronunciación en lenguas extranjeras.

Una vez acreditados estos exámenes la SEP otorgaba la Licencia de Locución "A" ó "B".

Como consecuencia de las dificultades que presentaba el traslado de las personas interesadas en obtener la Licencia de Locutor o conductor y dentro de la política de simplificación administrativa. Actualmente los aspirantes a obtener el certificado de locutor o conductor deben presentar una carta de la radiodifusora que avale las aptitudes y la cédula que acredite su especialidad.

TÉCNICAS DE LOCUCIÓN

"El locutor se hace en cabina" es un dicho que se escucha entre las primeras generaciones de locutores. "Es verdad, la inmensa mayoría de profesionales del micrófono se enfrentaron a la actividad de un modo empírico, por lo que el aprendizaje se forjó en medio de aciertos y errores"⁽⁷⁾. La experiencia de los entrevistados demostró que existen técnicas para educar la voz, algunas de ellas son:

Respiración: Es importante saber respirar, a fin de que el locutor o actor tenga una adecuada puntuación y ritmo de lectura. Se debe aspirar el aire siempre por la nariz, nunca por la boca abierta.

Dicción: Es la forma de pronunciar correctamente. Abarca una serie de procedimientos que son: la articulación, la puntuación

(7) Sánchez Aldana, Eugenio. Curso de Locución. 1990.

nítida, en la que cada letra se oiga claramente. "La vocalización debe ser cuidadosa, las vocales emitidas con pureza y con resueltos movimientos de los labios y de los músculos bucales, nunca entre dientes. Las palabras han de oirse claras, distintas, completas sobre todo en las últimas sílabas. No debe dejarse "caer" la voz al final de las frases"(8).

Vocalización: Consiste en pronunciar correctamente todas las sílabas y todas las letras, de tal manera que pueden leer los labios, pero que resulte natural para el oído.

Lectura: Es importante para la locución, lo que implica ser fluido y natural en la lectura. Una buena técnica para lograrlo es marcar en el texto las palabras que se deben enfatizar y separar en sílabas las que sean de difícil pronunciación.

Modulación: Es dar la entonación adecuada a un texto. Hacer que la voz siga una línea ondulada cambiante con matices, Por momentos alzar el tono, en otros bajarlo. Dar a la lectura expresión y vivacidad. Si la voz se emite en un tono plano el mensaje llegará monótono.

La modulación dependerá del estilo del programa, pues no es lo mismo leer una cápsula informativa, que un noticiario o una dramatización.

Impostación: "Es el equilibrio que llega a alcanzar la voz en su registro normal por medio de un trabajo adecuado, pausado en su propia tesitura. Una voz puede transmitir fácilmente, en una intención mediana y sobre cada nota, todas las vocales apoyadas o

(8) Kaplún, Mario. La producción radiofónica. Ed. CIESPAL. Quito.

no por las consonantes. La respiración ha de ser correcta, el timbre natural y homogéneo y la sonoridad plana y sin vibraciones"⁽⁹⁾.

Énfasis: "Puede ser marcado en las palabras o en las frases. Es la relación entre el ascenso y descenso total que se imprime a la o las últimas sílabas de una palabra"⁽¹⁰⁾.

Ritmo: Es la velocidad y acentuación adecuada en las palabras para que el texto no se escuche plano.

Interpretación: Es el acto por medio del cual el locutor o actor sensibiliza al público al transmitirle ideas y sentimientos propios o ajenos con el objeto de llegar a él por todas las vías posibles (entendimiento y sentimiento).

Actuación: Es la representación o imitación de un personaje ficticio o real a fin de transmitir un mensaje.

Mensura*: Gravedad y compostura en la intención de las palabras.

Entrar en situación: Adoptar una actitud natural de acuerdo al texto que se esté manejando. Se logra con los espacios y silencios que un locutor puede hacer con su voz, para cambiar de escena o de estado de ánimo.

Tono o matiz: El volumen de la voz como el tono de las cosas diferentes. "El tono se refiere a lo agudo o a lo grave, el volumen a lo fuerte o a lo débil y el matiz es la combinación de agudos y

(9) Villagrán, Carlota. Locutora de Radio Educación y Radio UNAM. Entrevista inédita. 1991.

(10) Ibidem.

* Gran Enciclopedia Larousse, vol.6.

graves, volúmenes altos y volúmenes bajos, digamos que el matiz es un detalle dentro de un texto con una intención determinada⁽¹¹⁾. Por eso se puede hablar de un tono dramático, festivo, melancólico, coloquial, etc.

Timbre: Aquí las voces se diferencian por el timbre y es la personalidad del locutor o la calidad diferenciadora. Es producido por lo que se llama los "armónicos" que posee cada ser humano y que le permiten tener una voz propia.

Intensidad: Esta depende del volumen y de la cantidad de aire que se utiliza para difundir la voz.

Inflexión:* Se logra cuando a una palabra se le da mayor o menor importancia. No es, sino el cambio de tono o acento en la voz.

Naturalidad: La voz debe escucharse siempre natural, no fingida ni engolada, sino amigable y directa, como si se estuviera platicando.

POSTURA DEL CUERPO.

Mario Kaplún plantea una interrogante para la emisión de la voz "¿Conviene más actuar de pie o sentado?"

El mismo responde: De pie se emite mejor la voz, se respira mejor y se imprime más expresividad al texto, pero algunos actores corren el riesgo de tender a la declamación y el énfasis. Sentado

(11) Villagrán, Carlota. Locutora de Radio Educación y Radio UNAM. Entrevista inédita. 1991.

* Gran Enciclopedia Larousse, vol. 6.

ante una mesa, tendemos a ser más íntimos y coloquiales, pero la voz no sale tan llena. Cada quien debe buscar su propia posición".

Es recomendable que durante el ejercicio de la locución se adopte la postura adecuada ante el micrófono. Esta deberá ser cómoda y relajada, con la columna vertebral erguida con naturalidad. Si se va a permanecer de pie, los brazos deben estar libres para el manejo del guión y los ademanes. Conviene tener los pies separados a lo ancho de los hombros. En caso de estar sentado, se debe cuidar aún más la posición erguida de la columna vertebral, los codos no deben estar recargados ya que se favorece así la inclinación hacia adelante con la consecuente presión del abdomen y del diafragma y, por ende, la disminución de la capacidad respiratoria.

Hasta aquí hemos mencionado las técnicas de la locución en general, pero no hay que perder de vista que cada texto requiere de técnicas particulares porque "no es lo mismo leer una poesía que leer un noticiero o una dramatización. Cada escrito requiere de una diferente entonación para entrar en situación y poder transmitirlo desde la interpretación, por ejemplo la lectura de un noticiero es un trabajo mecánico, se necesita un ritmo de lectura hasta cierto punto veloz y monótono, ya que hay un tiempo limitado para leer una determinada cantidad de noticias"⁽¹²⁾.

Cabe señalar que cada texto por naturaleza tiene un subtexto, el cual conlleva una determinada intención marcada por el matiz que el locutor imprime a su voz al dar a conocer una noticia alentadora o dramática. En televisión, aparte de la voz, también se determina

(12) Contreras, Yuriria. Locutora de Radio UNAM, Radio Educación y el Núcleo Radio Mil. Entrevista inédita. 1991.

por la gesticulación. Por ejemplo, no se puede narrar que la población Iraquí se está muriendo de hambre si la intención que se tiene es decir lo contrario. La actitud que asume frente al mensaje determinará sustancialmente la credibilidad del radioescucha.

Un locutor jamás deberá ser festivo cuando interprete un personaje dramático. Tampoco deberá exagerar la actuación porque provocará angustia o risa en vez de involucrar al radioescucha en lo que está diciendo.

Una actitud demasiado seca o alegre se tornará negativa con respecto a la eficacia del mensaje.

Se sugiere que antes de la grabación, el productor realice un ensayo del guión con los locutores, a fin de darles las instrucciones necesarias en cuanto a la actitud que deberá asumir.

Después de haber enumerado las técnicas de locución, nos ocuparemos de los ejercicios previos para una buena locución.

EJERCICIOS RESPIRATORIOS.

"Para hablar frente a un micrófono lo más importante es saber respirar. Es necesario aspirar mucho aire por la nariz antes de comenzar a hablar. Respirar bien es la clave para dominar el flujo de aire, de tal manera que podamos hacer más o menos intensa la expulsión del mismo. La respiración debe pasar desapercibida, aprovechando las pausas para hacerlo. La voz debe dar la impresión de que sale del diafragma y es una resonancia torácica."⁽¹³⁾

(13) Romo, Ma. Cristina. Introducción y Práctica de la Radio. Ed. Diana.

Los locutores, conductores y actores, deben realizar ejercicios respiratorios y aprender la técnica para respirar con el abdomen y con el diafragma. El músculo que separa la cavidad abdominal de la torácica, controla en gran parte el proceso de una buena respiración.

La respiración profunda y completa es la que llena totalmente los pulmones haciendo comprimir el diafragma y dilatando el abdomen y las costillas. De esta manera es posible guardar en cada inhalación una mayor cantidad de aire.

También es cierto que esta acción se hace durante la locución, se rescata la importancia que antes de entrar a la cabina se lleven a cabo las indicaciones ya citadas, con la finalidad de adquirir una respiración adecuada.

EJERCICIOS DE LECTURA.

Los ejercicios de lectura son importantes para ir adoptando un estilo propio y para alcanzar el ritmo y la fluidez que se requiere. Se recomienda:

Leer diferentes tipos de guiones. Esto tiene como finalidad ir dando los distintos tonos, modulación, énfasis, ritmo, actuación, etc.

Leer en voz alta. Durante 15 minutos y grabar la voz. esto permitirá que el locutor escuche sus errores y los corrija.

Leer frente a un espejo. Lo que permitirá al locutor entrar en situación.

Leer en contratiempo. Esto ayudará al locutor-lector a adquirir la velocidad y ritmo adecuados para ciertos tipos de guiones. (noticiarios por ejemplo).

EJERCICIOS DE RITMO.

Se lee un texto, primero con la máxima lentitud, es decir, deletreando en forma constante sin pronunciar bien las palabras o sílabas, y dejándo un espacio entre cada una de ellas. A continuación se lee lo más rápido posible, pero teniendo cuidado de pronunciar todos los sonidos correctamente. Por último, se alterna la lectura rápida y lenta.

EJERCICIOS DE ENTONACIÓN.

En primer lugar, se recomienda leer un texto, dramatizandolo hasta llorar y después reír a carcajadas.

Para este ejercicio no importa la lectura, detenerse, reír o llorar; sino expresarse riendo o llorando.

EJERCICIOS DE DICCIÓN.

La dicción es la forma de hablar correctamente. Generalmente, cuando hablamos con otra persona, no nos percatamos de la forma en que lo hacemos, porque nos apoyamos en los gestos y ademanes, pero en la radio no es posible esto, ya que el radioescucha no tiene la posibilidad de vernos y no puede preguntarnos qué fue lo que dijimos, por lo que es importante

hablar con claridad y pronunciar perfectamente cada palabra y cada letra.

Por lo anterior Eugenio Sánchez Aldana en su curso de locución recomienda hacer los siguientes ejercicios:

FUNCIÓN Y TIEMPO	COMO SE HACE	PARA QUE SIRVE
Equino (5 veces)	Imitar la manera en que estornudan los caballos	Para aflojar los labios.
Explorador (de medio minuto a un minuto).	Pasar la lengua por todos los rincones de la boca. Tocando con la lengua las paredes y mucosas inferiores de la boca.	Para agilizar y fortalecer la lengua y masajear los músculos de la cavidad bucal
Columpio (5 veces)	Aflojar y mover mandíbula inferior y dar masaje en los músculos maceteros y puntos de tensión: entrecejo, sienes y párpados	Para aflojar y relajar músculos faciales.

FUNCIÓN Y TIEMPO	COMO SE HACE	PARA QUE SIRVE
Bóveda (5 veces durante el día).	Eleva la parte blanda del paladar usando las imágenes de: tener una papa caliente en la boca, un bostezo reprimido, vómito. Para facilitar la acción	Para colocar correctamente la columna de aire
Ux (5 veces)	Pronunciar ambos fonemas con exageración con sonido silbante	Para relajar y poner en actividad los músculos faciales del cuello y pecho que intervienen en la fonación
Guajolote (5 veces)	Siguiendo la postura de pronunciar el fonema X imitar los movimientos de cabeza de los guajolotes	Para abrir la cavidad por donde pasa el aire y para relajar las cuerdas bucales
Carro (5 veces)	Emitir el sonido de un vehículo con escape abierto	Para aflojar la lengua

FUNCION Y TIEMPO	COMO SE HACE	PARA QUE SIRVE
Hablar al sordo o "soplar en los exámenes" (3 minutos)	Gesticular exageradamente sin emitir sonidos.	Para allover todos los músculos que intervienen en la fonación
Tortuga (medio minuto)	Se emite el sonido silbante y se pronuncia exagerando la duración de las vocales	Atenuar el ritmo de los que hablan demasiado rápido y para enfatizar las vocales
Rumiante (de medio a un minuto)	Se emite el sonido silbante cargando la pronunciación en las consonantes, exagerando las posiciones de los órganos que intervienen en la dicción: lengua, dientes, paladar y labios)	Para articular mejor el lenguaje
Colibrí (medio minuto)	Sacar y meter rápidamente la lengua y moverla en todas las direcciones imaginables	Para dominar y agilizar la lengua para una fonación correcta

FUNCIÓN Y TIEMPO	COMO SE HACE	PARA QUE SIRVE
Bebé (una vez en cada consonante y las 5 vocales. Antes de entrar a cabina)	Se repasa el abecedario pronunciando con sonido silbante una sílaba indirecta y una directa. Ejemplo: Abab, Ebeb, Ibib, Obob, Ubub Acac, Eccc, Icic, Ococ, Ucuc, Adad, Eded, Idid, Odod, Udud, Afaf, Efef, Ifif Ofof, Ufuf, Agag, Egeg, Igig, Ojoj, Ujuj.	Para colocar perfectamente las articulaciones
Travesaño (lo mismo que bebé)	Se hace como el ejercicio anterior, pero con travesaño entre los dientes	Para colocar perfectamente las articulaciones
Trabalenguas (antes de entrar en cabina)	Decir cualquier trabalenguas con un travesaño y muy despacio.	Para mejorar la dicción en general.

Nota:-Antes de iniciar cualquiera de los ejercicios de dicción, hay que respirar de manera completa y relajada.
-Todos los ejercicios que sean con emisión de voz, hay que hacerlos con sonido silbante.

DISPOSICIÓN APARECIDA EN EL DIARIO OFICIAL RESPECTO A LA OBTENCIÓN DE LICENCIAS DE LOCUTOR.

A partir del 14 de octubre del mismo año, se publica en el Diario Oficial, el acuerdo 169, relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y comentaristas.

"Con fundamento en los artículos 38 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 11, 84, 85, 86 y 89 de la Ley Federal de Radio y Televisión, y

CONSIDERANDO:

Que para obtener un certificado de aptitud de locutor actualmente es necesario, además de cumplir con los requisitos establecidos en los preceptos legales aplicables, aprobar un exámen escrito y otro oral, lo que representa limitaciones para quienes no pueden trasladarse a las plazas donde dichos exámenes se realizan en las fechas señaladas para su celebración.

Que es propósito de la presente Administración continuar avanzando en la simplificación y reducción de trámites, que permitan mayor agilidad y oportunidad en el despacho de los asuntos.

Que un régimen en el que las empresas difusoras coadyuven con las autoridades competentes en la corroboración del cumplimiento de los requisitos correspondientes, permite establecer procedimientos más ágiles y sencillos.

Que las empresas difusoras han ofrecido, por conducto de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, realizar actividades de capacitación y actualización constante y permanente para locutores, en coordinación con las autoridades competentes, y

Que cualquier procedimiento para la obtención de los certificados de aptitud de locutor que se implante, debe respetar íntegramente las relaciones jurídico laborales que se hayan establecido con las empresas difusoras; he tenido a bien expedir el siguiente acuerdo:

Acuerdo No. 169, relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y de comentaristas.

Artículo 1º. En las transmisiones de las difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuenten con el correspondiente certificado de aptitud, expedido por la Secretaría de Educación Pública.

Artículo 2º. Se considerará que los locutores cuentan con el respectivo certificado de aptitud y, por lo tanto, podrán laborar en las transmisiones de las difusoras, cuando presenten a esta últimas -en original y copia- los documentos siguientes:

- I. Certificado de haber terminado sus estudios de bachillerato o secundaria.
Quienes presenten certificado de bachillerato se considerarán locutores de categoría "A", y a quienes presenten certificados de secundaria de la categoría "B".
- II. En el caso de cronistas y de comentaristas, en lugar de los documentos mencionados en la fracción anterior, título y cédula profesional en la especialidad respectiva, o bien certificado de bachillerato y cartas de dos instituciones

reconocidas que acrediten sus conocimientos en la materia de que se trate, y

- III. En todos los casos, acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización, en que se acredite su nacionalidad mexicana.

Las difusoras deberán cotejar los documentos citados, devolver a los interesados los originales y mantener a disposición de las autoridades competentes las copias correspondientes a los locutores, cronistas y comentaristas que les presten sus servicios.

Los locutores, cronistas y comentaristas estarán obligados a presentar los originales cuando lo solicite la difusora, o así lo requieran las autoridades competentes.

Artículo 3º.-Los interesados en que se les expida su certificado de locutor, de cronista o de comentarista, podrán presentar su solicitud a la Secretaría de Educación Pública, acompañada de los documentos siguientes:

- I. Constancia de haber terminado sus estudios de bachillerato o sus equivalentes, para certificados de la categoría "A", o bien, constancia de haber terminado sus estudios de educación secundaria o sus equivalentes, para certificados de la categoría "B",
- II. En el caso de cronista y de comentaristas, en lugar de los documentos mencionados en la fracción anterior, su título o cédula profesional en la especialidad respectiva, o bien, certificado de bachillerato y cartas de dos instituciones reconocidas que acrediten sus conocimientos en la materia de que se trate;
- III. Acta de nacimiento, pasaporte o acta de naturalización, en que se acredite su nacionalidad mexicana;

- IV. Constancia de alguna difusora que acredite su práctica como locutor;
- V. Cuatro fotografías tamaño credencial y cuatro tamaño diploma, y
- VI. Comprobante de pago de derechos respectivos.

Los documentos mencionados en las fracciones I, II, III, deberán presentarse en original y copia. Al entregar el certificado correspondiente, la Secretaría de Educación Pública devolverá los originales de estos documentos.

En caso de que el trámite relativo se haya realizado por correo, el certificado y los originales serán enviados al interesado por la misma vía por la que se recibieron.

Artículo 4º.- Los locutores, cronistas y comentaristas que soliciten a la Secretaría de Educación Pública la expedición de su certificado, podrán continuar laborando en las difusoras, aún mientras se les expida dicho certificado, siempre que previamente hayan cumplido los requisitos señalados en el Artículo 2º anterior.

Artículo 5º.- Los procedimientos previstos en el presente Acuerdo no modifican en forma alguna las relaciones laborales que las difusoras hayan pactado con sus trabajadores.

Transitorios.

Primero.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Los locutores que precisamente en la fecha entrada en vigor del presente Acuerdo se encuentren prestando sus servicios en alguna difusora, sin el certificado respectivo, podrán solicitarlo a la Secretaría de Educación Pública con una constancia del sindicato correspondiente, que acredite su capacidad y experiencia.

SUFRAGIO EFECTIVO NO REELECCIÓN.

México, D.F., a 7 de octubre de 1992.

El Secretario de Educación Pública, Ernesto Zedillo Ponce de León.

CAPÍTULO IV

MUSICALIZACIÓN *"La música es el espíritu de un programa. Es como otro personaje, pero muchas veces más importante que cualquiera; porque la música siempre está detrás de una escena, de un climax, dando fuerza y color a todos los momentos.*

Vicente Morales.

La música es un elemento fundamental en la producción de radio, y es menester suscitar en las emisiones una gama de imágenes auditivas. A través del oído tenemos que hacer sentir y ver las cosas al oyente.

La música es una actividad artística y un medio de expresión que tiene como punto de partida el sonido, que se define como "un movimiento ondulatorio determinado por vibraciones cuya altura e intensidad se adaptan a las posibilidades de captación de nuestro órgano auditivo" (1).

(1) Valls Gorriña, Manuel. "Aproximaciones a la música" Ed. BBS.

"La música es el arte de combinar los sonidos organizados con el ritmo. Es la visualización de la belleza por medio de los sonidos"(2).

Precisamente porque el objetivo de la radio consiste en representar un mundo para el oído, uno de los componentes esenciales es la musicalización. Para Rafael Méndez* significa integrar a un lenguaje musical, un lenguaje ya existente. En muchas ocasiones se utiliza para describir sin palabras una situación determinada, el lugar donde se desarrolla la escena, el tiempo en que se lleva a cabo y se intensifica la acción y el estado de ánimo de cada personaje. Es también un apoyo para establecer la ambientación, para hacer cambios de escena o bien, como un personaje más de la trama. La radio no es sólo palabras, es también música y efectos sonoros que debidamente combinados hacen de la transmisión un todo homogéneo.

La musicalización, podríamos decir, viste a un texto. En los programas dramatizados la música es básica porque sitúa al radioescucha en épocas, lugares y da la ambientación al contenido del guión. Hay textos en cuyo discurso la música no aporta nada sustancial, simplemente contrapuntea, da ritmo. Separa un párrafo de otro, sin embargo, hay otros en donde se vuelve un personaje imprescindible. Entre estos dos extremos hay toda una gama graduada entre la simple puntuación y el personaje.

La musicalización es un oficio que requiere de una gran variedad de conocimientos musicales e históricos y de sensibilidad para poder tomar piezas de un rompecabezas musical y crear así un

(2) García Camargo, Jimmy. "La radio por dentro y por fuera". Ed. CIESPAL. p. 146.

* Musicalizador de Radio Educación.

discurso coherente. No se trata simplemente de poner un disco, sino de tener la habilidad de llenar un texto; de poseer la capacidad para ubicar las distintas épocas, los diferentes lugares y situaciones, la musicalización es un elemento importante del lenguaje radiofónico.

Es a partir de la lectura de un guión que el musicalizador inicia su labor, adaptando la música al texto, ya sea para complementar, enfatizar o ambientar cada una de las partes que conforman el programa de radio.

FUNCIONES DE LA MÚSICA EN PROGRAMAS RADIOFÓNICOS.

De acuerdo con Mario Kaplún en su libro "Producción de programas de Radio", la música cumple cinco funciones:

a) Función Gramatical (como signo gramatical). En programas informativos, ponemos trozos musicales para separar secciones o bloques de texto, para pasar de un asunto a otro. En los programas dramatizados, igualmente separa las escenas, marca los traslados de lugar y/o las transiciones de tiempo...

b) Función Expresiva. Al tiempo que separa escenas o pasajes, la música comenta lo escuchado, contribuye a suscitar un clima emocional, es decir, debe crear la atmósfera sonora, expresar el carácter del comentario.

En las producciones dramatizadas, no sólo subraya el clima emocional de las situaciones, sino también el carácter de los personajes.

c) Función descriptiva. La música no sólo expresa estados de ánimo, sino que muchas veces describe un paisaje, nos da el decorado del lugar.

d) Función Reflexiva. También sirve para que el oyente tenga tiempo de recapitular y de reflexionar sobre lo que acaba de escuchar, antes de concluir el programa

e) Función ambiental. Ubica al oyente en el lugar donde se desarrolla la escena.

Para indicar en el guión la música que deseamos incluir, cualquiera que vaya a ser su función, se utiliza la siguiente clasificación.

Puente musical*. Es un fragmento de música que separa un párrafo de otro. También se emplea para dar un descanso al auditorio en textos prolongados con el fin de no hacerlo pesado, o bien, para separar ideas globales. La duración es de 10 a 15 segundos, sin ser esta una regla.

Cortinilla*. Es un puente musical menos prolongado y se utiliza para cambiar de una escena a otra. En un programa dramatizado se recurre a ella para hacer una transición temporal. Su duración es de 5 a 8 segundos.

Chispazo*. Es apenas un golpe musical de 1 ó 2 segundos. Se emplea para reafirmar un concepto o una escena dramática. También se usa para darle ritmo a un texto y para contrapuntear.

* Conceptos de Rafael Méndez y Vicente Morales. Musicalizadores.

Entrada ó rúbrica*. Es el tema musical con que se abre y se cierra un programa. Es equivalente a un título subrayado y con mayúsculas. Se extiende por un período no mayor de 30 segundos. Es la acción radiofónica que tiene como finalidad centrar la atención al inicio del programa, pero también sirve para marcar la salida. De ahí la importancia de la selección del tema musical destinado para ello. Al iniciar se incluye el nombre de la serie o programa y al finalizar los créditos de los participantes.

Transición*. Sirve para aclarar algo que previamente se ha anunciado o para indicar una acción o movimiento en tiempo y/o espacio. Su estructura musical permite la sensación de ese movimiento.

Cierre*. Es el punto final. Se recomienda hacer uso de los últimos acordes del tema musical con que se abrió el programa con el fin de redondear la unidad temática musical y darle más coherencia al discurso. Su duración no deberá ser menor a 30 segundos.

Otras funciones que también cumple la música aparte de la función gramatical son las siguientes:

Música como personaje**. Es el tema musical de un personaje. Aparece tantas veces como se presenta el personaje o suceso que le da significación.

Música de fondo**. Generalmente se utiliza una música que no quite la atención de lo que el texto está diciendo.

* Conceptos de Rafael Méndez y Vicente Morales. Musicalizadores

** Velazco, Arturo. "Producción radiofónica". Ed.

Música que ilustra lo que dice un texto.** Toda música tiene un carácter determinado: alegría, gozo, dolor, candor, violencia, etc. También expresa acción y movimiento, tiempos y lugares. En la producción radiofónica, la música da color, a los contenidos contribuyendo a suscitar climas emocionales en torno a temas y personajes.

Música ambiental.** Sitúa al radioescucha en épocas y lugares, también da colorido a situaciones. Describe con claridad las características físicas, sociales, psíquicas, etc., de los personajes, de regiones y circunstancias específicas.

REGLAS BÁSICAS PARA UN MUSICALIZADOR.

Aún cuando no se puede hablar de reglas específicas, porque el tema y dinámica de cada guión las determinará el musicalizador pueden marcarse algunas normas en las que coinciden los musicalizadores entrevistados:

-Debe conocer todo tipo de música (desde clásica hasta popular), así como autores, lugares, contexto histórico y social, con el objeto de seleccionar en cada texto aquel momento musical que mejor le vaya.

-Generalmente, el guionista es quien marca las inserciones musicales en el texto (puentes musicales, chispazos, música de fondo, entre otras), pero éstas no siempre corresponden al ritmo del mismo, por lo que el musicalizador debe tener la capacidad de

** Velazco, Arturo. "Producción radiofónica". Ed.

romper musicalmente con la estructura inicial siempre y cuando así lo requiera el texto; con el fin de lograr una comunión entre ambos.

-De igual manera, si en el momento de ensamblar la música con el texto el musicalizador se da cuenta que por el ritmo, tono, timbre de voz del locutor o actor, la música no está cayendo en el modelo que antes había planeado, tendrá que buscar algo que se adapte más a lo que está pidiendo el producto radiofónico.

-Por último, el musicalizador puede hacer uso de los símbolos musicales creados a partir del cine y la televisión, los cuales remiten al radioescucha a una escena o personaje ya existente.

Una vez que hemos hablado de las reglas básicas de la musicalización, es necesario mencionar lo que se debe evitar al hacer la selección musical.

"1.- Melodías muy conocidas, sobre todo si están de moda, los oyentes se distraen al reconocerla y su atención se desvía del programa.

2. Música cantada, genera interferencia, porque atrae la atención del oyente sobre la letra de la canción. (Excepción: cuando la canción es utilizada deliberadamente como recurso expresivo).

3. Música bailable, rítmica. Aunque sea instrumental y no cantada y aún cuando tenga mucho sabor autóctono, puesto que lleva más a sugerir el campo que a sentirla como comentario"⁽³⁾.

(3) Kapiún, Mario. "Producción de Programas de Radio". Ed. CIESPAL, Quito.

"La música con gran cantidad de instrumentos o con repercusiones es muy sonante. Este tipo de música tiene un nivel excesivamente irregular, es decir, en algunos momentos resulta ser muy alta y en otros muy baja, por lo que puede sorprender cuando suba el nivel y opacar nuestro texto, así como diversificar el mensaje" (4).

Finalmente diremos que un requisito fundamental para una buena musicalización, dependerá de la unidad, es decir, hay que evitar que la emisión se convierta en un abanico de temas musicales.

EFFECTOS SONOROS.

Puesto que la radio es sonido y todo sonido produce efectos, es importante que la radio haga uso de este recurso, con el fin de estimular la memoria y la imaginación.

Los efectos en la radio, sugieren, ambientan, complementan y/o visten las escenas auditivas

Cuando queremos ambientar una escena, es decir, crear la sensación de que se está en un lugar específico, no sólo se logra haciendo uso de la música para llevar al radioescucha a diferentes épocas, sentimientos, sensaciones, etc., sino también se puede recurrir a los efectos. Por ejemplo, si nuestra escena se desarrolla cerca del mar con el ruido de las olas, las gaviotas y el golpeteo del agua en las rocas; nos ubica mejor si sólo se usara música relajante o melancólica.

Es sumamente importante que el productor vista su texto con aquellos efectos que se apeguen lo más posible a la realidad.

(4) Producción Radial, Diplomado. Universidad Iberoamericana. 1991.

Se recomienda grabar la mayor parte de los efectos en el lugar de los hechos, pues muchas veces las grabaciones no responden a las necesidades requeridas.

Los efectos ayudan también a despertar emociones, por ejemplo, el aullido de un lobo, el tañido de una campana, el viento que sopla, etc. Asimismo, también suelen "usarse para dar fuerza a la acción de un personaje o sugerirla: por ejemplo. Si nuestra escena es un brindis, basta con que se escuche el chocar de las copas, el verter de agua y el murmullo de la gente para que el radioescucha sienta y se imagine lo que está sucediendo" (5).

Si la escena se desarrolla en un restaurante, el golpear de platos, cubiertos, vasos y murmullos son imprescindibles. Si nuestro personaje se levanta del lugar entonces, el arrastrar una silla y los pasos le darán credibilidad a la escena.

Recordemos que una secuencia de efectos puede decir mucho.

O.P. ENTRA EFECTO DE PUERTA QUE SE ABRE Y
DE PASOS DE HOMBRE SOBRE MADERA,
DOS DISPAROS DE PISTOLA... GRITOS, PASOS
APRESURADOS DE PRIMER A SEGUNDO
PLANO.

Lo anterior sugiere que un hombre entró a un lugar y asesinó a alguien y salió corriendo.

Los efectos pueden ser tomados de discos que ya existen para tales cosas, o hacerlos en el estudio en el momento de la realización o

(5) Producción Radial, Diplomado. Universidad Iberoamericana

grabarlos uno mismo en el lugar de los hechos o algo que se le parezca y llevarlos al estudio.

Por último, los silencios también son efectos y nos sirven para subrayar un momento de suspenso.

Los efectos sonoros pueden ser en vivo o pregrabados, es decir, los primeros se refieren a los que se realizan en el estudio al mismo tiempo que se está grabando el programa, y el efectista recurre a diversos utensilios para producir los efectos que se requieren en el guión.

En cuanto que los efectos sonoros pregrabados, generalmente son aquellos que requieren de ser grabados en exteriores, por ejemplo, voces multitudinarias, ambientes urbanos o rurales, etc.; lo que implica grabarlos en un lugar que pueda aportar los sonidos que sean necesarios.

COMO HACER ALGUNOS EFECTOS.

La producción de efectos especiales, es una labor creativa, que no requiere de muchos recursos, solamente se necesitan algunos objetos comunes e ingenio.

A continuación se describen algunas formas de producir algunos efectos.

FUEGO. Se estruja una hoja de papel celofán frente al micrófono.

LLUVIA. Se hace un canal con papel encerado. Se coloca una caja de cartón que descansa sobre uno de sus lados, se adhiere con

cinta adhesiva la parte superior en un plato hondo. El micrófono se pone debajo del canal. Para producir la lluvia, se vierte lentamente azúcar por el canal, lo que producirá el efecto.

VIENTO. Con un globo inflado se deja salir gradualmente el aire que contiene cerca del micrófono

TRUENO. A un globo se le ponen municiones, posteriormente se infla y se agita.

CHIRRIDO DE FRENOS. Sobre un vidrio se pasa un clavo, lo que producirá un chirrido.

VIDRIOS QUE SE ROMPEN. Se usa un foco inservible, dentro de una bolsa de plástico y se ata. Se pone dentro de una caja y se golpea con un martillo.

DISPAROS. Con una pistola de juguete se puede producir este efecto.

PASOS SOBRE LA HIERBA. Se extiende cinta magnética que ya no sirva en el suelo y se camina sobre ella.

EXPLOSIÓN. Se infla una bolsa de papel que posteriormente es aplastada.

CUERPO QUE CAE. Con el codo apoyado sobre una mesa, se deja caer el resto del brazo.

TROTE DE CABALLOS. Se palmean rítmicamente las manos golpeando sobre una mesa, las piernas o el pecho.

PELEA A PUÑETAZOS. Este efecto se obtiene golpeando con el puño una esponja sostenida en la otra mano.

CHIRRIDO DE PUERTAS. Se pone un cordón amarrado de la manija de una puerta cerrada. Se toma un paño y se le pone resina en polvo. Se estira el cordón, en su otro extremo se desliza el paño presionandolo fuertemente con los dedos del pulgar e índice.

CHOQUE DE AUTOMÓVILES. Se golpean dos platos de aluminio.

SONIDO PARA ESCENA DE TERROR. Se necesita un serrote de buen tamaño y un arco de violín. Se coloca el serrote del lado contrario de la sierra y se apoya sobre la rodilla. Con el arco se toca como si fuese violín.

FIESTA. Se requiere de varias personas, además de vasos, música de fondo. La gente hablará en voz baja, reirá, cantará, etc. se escuchará el chocar de vasos.

NOTA: La producción de efectos es idea de Vicente Morales y Rafael Méndez. Musicalizadores

CAPÍTULO V

OPERACIÓN TÉCNICA

Actividad que permite la transmisión del mensaje.

Una producción radiofónica no puede realizarse si no cuenta con los aparatos electrónicos mínimos para la transmisión, así como con el personal encargado de manejarlos. Estos dos elementos constituyen la operación técnica.

Aunque ésta no es una actividad propia del comunicador (por ser un trabajo de la ingeniería en comunicaciones), si es un componente básico para el ejercicio de la radiodifusión.

La operación técnica "es el manejo del equipo electrónico que existe en el estudio de grabación o en el área de transmisión, a través del cual se envía un mensaje al exterior"⁽¹⁾. La operación técnica consiste en el manejo de máquinas-grabadoras-reproductoras, mezcladoras, casseteras, tornamesas, etc.

TRANSMISIÓN RADIOFÓNICA.

"La transmisión radiofónica es llevar al aire la voz, la música y los efectos a través de la señal que capta un medio transmisor"⁽²⁾.

(1) Mendiola, Gloria Emilia. Operadora Técnica de Radio Educación. Entrevista inédita. 1991.

(2) Ibidem.

María Cristina Romo Gil, en su libro "Introducción al conocimiento y práctica de la Radio"⁽³⁾ utiliza como base el modelo comunicativo propuesto por Shannon para explicar el proceso que sigue la señal para llevar a cabo una transmisión radiofónica.

Fuente o emisor que no es otra cosa que la propia estación radiofónica que genera una corriente alterna o una determinada frecuencia. La fuente alimenta o se relaciona con el segundo elemento del sistema, que es el CODIFICADOR o propiamente el transmisor de radio que modula o cambia algunas de las características del mensaje transformándolo en señales propiamente dichas. Podemos localizarlo materialmente como la antena de la estación que emite al espacio la onda modulada

Como podemos observar el emisor y el codificador en cierta manera son lo mismo. Son sus atributos, sus funciones y las relaciones entre ellos lo que nos permite identificarlos y separarlos.

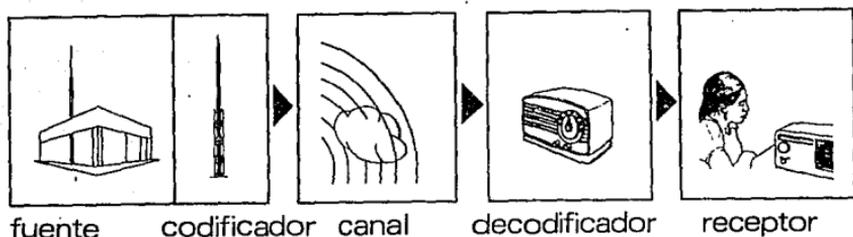
El tercer elemento es el CANAL que no es otra cosa que el mismo aire, por donde se desplaza la información por medio de ondas hertzianas.

El canal cumple su cometido y transporta la información que es recibida por el RECEPTOR que a su vez capta la onda, la detecta, la amplifica y la decodifica transformándola en el mensaje original que dió lugar a la señal iniciándose otro sistema de comunicación, es decir, el que se establece entre el aparato receptor de radio y el DESTINO que es el último elemento de nuestro sistema, el radioescucha"⁽⁴⁾.

(3) Romo Gil, Ma. Cristina. "Introducción al conocimiento y práctica de la radio".

(4) Ibidem.

Modelo de Shannon



En forma esquemática podemos decir que una señal de radio recorre la siguiente ruta:

- A) Mediante el micrófono se transforma la señal sonora en electromagnética.
- B) La antena transmisora radia las ondas electromagnéticas aproximadamente como esferas que se van ensanchando, y el alcance de éstas señales depende de la potencia de la estación.
- C) La señal electromagnética viaja de la antena emisora por el aire hasta la antena del aparato receptor o radio.

Para salvar la dificultad de llevar las voces de un lado a otro se utiliza la modulación de las ondas. Si se modula únicamente la amplitud, esto es la altura de las ondas con una señal de audio (voz o música) se tratará de una emisión de amplitud modulada (A.M.). Las señales de A.M. cubren una banda de frecuencia que va de 500 a 1075 kilohertz. Cuando la señal electromagnética u onda

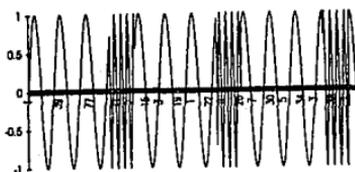
portadora, encargada de llevar la información de la onda sonora, modula la frecuencia, esto es que el mensaje de la onda portadora al modularla se traduce en cambios de frecuencia, la emisión será de frecuencia modulada (F.M.). Esta última va de 87 a 104 megahertz y la fidelidad con la que se recoge el sonido es mayor que en las señales de amplitud modulada.

En A.M. la altura de la antena depende de la frecuencia, esto quiere decir que a mayor altura más se aleja la estación. En F.M. la altura de la antena es muy importante, puesto que la señal avanza en línea recta en forma similar a la luz, es por eso que las antenas que transmiten en F.M. suelen instalarse en los cerros.

"La frecuencia en los sistemas de A.M. y F.M. radica en la forma de modular el sonido que determina la frecuencia en número de vibraciones por segundo".

Por otra parte, las Ondas Cortas tienen una frecuencia muy alta y como se reflejan fácilmente en la Ionosfera pueden cubrir grandes distancias. En la onda corta aunque es importante la altura de la antena depende más de las condiciones atmosféricas y del horario de transmisión.

FRECUENCIA MODULADA



AMPLITUD MODULADA



AREA DE TRANSMISIÓN.

Una emisora para emitir una señal debe contar con estudios de grabación, los cuales deben tener un equipo técnico básico y estar divididos en dos espacios de trabajo: el área de operación técnica y la cabina de locución o estudio.

La cabina de locución o estudio debe de estar aislada de los ruidos exteriores para evitar sonidos ajenos a la transmisión. "Requieren de una adaptación acústica acorde a la zona en que se encuentra ubicada la radiodifusora y deben contar con tres paredes: una exterior que es de concreto, una intermedia de tabique y una final que cubre el estudio o cabina de madera. Todas son de alguna forma acústicas porque entre pared y pared hay una cámara de aire (espacio que sirve para apagar el ruido)"⁽⁵⁾. El piso debe estar alfombrado o ser de material blando de modo que los pasos tampoco sean audibles".

(5) Jacomé, Pablo. Operador Técnico de Radio Educación. Entrevista inédita. 1991.

También es importante tomar en cuenta la iluminación del estudio para evitar que se proyecten sombras sobre los guiones de los locutores y/o actores, la luz debe ser clara y abundante.

"En estudios de grabación o cabina de locución bien diseñadas, el área de operación técnica debe estar construida a un nivel más alto, lo que permitirá una mejor visualización. De esta manera, el productor u operador dominará todo el estudio, en tanto que los locutores y actores podrán ver las señales que se les hacen"⁽⁶⁾.

La cabina de locución está separada del área de operación por medio de un ventanal doble colocado de tal forma que crea un vacío entre ambos para evitar que los ruidos del área de operación técnica o de los corredores se introduzcan.

Además de la ventana que conecta visualmente ambos espacios debe haber una serie de señales luminosas tanto en el interior como en el exterior que permita a los locutores y personas fuera de la cabina saber cuando el micrófono está abierto.

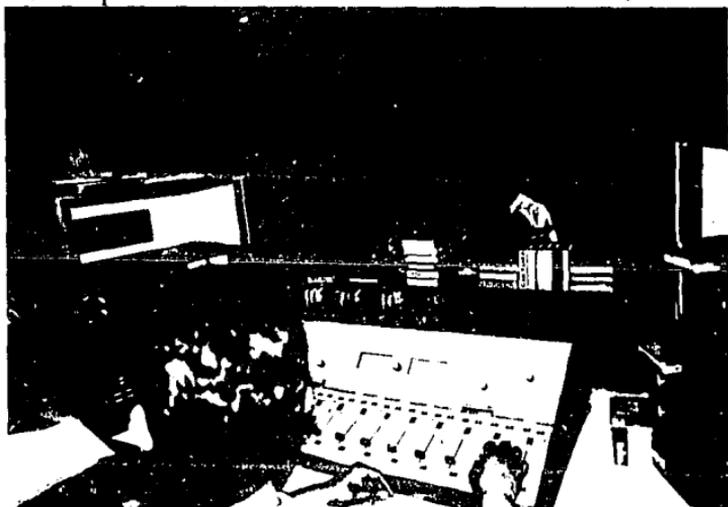
"Es conveniente que entre la cabina de locución y operación técnica exista la línea de intercomunicación que permita poner en contacto hablado a los locutores y operadores"⁽⁷⁾.

Además de las características ya mencionadas, el estudio de grabación tiene dimensiones mayores a la de la cabina de locutores, ya que debe permitir el acceso de varios individuos para la grabación de los programas o transmisiones en vivo. Al igual que la cabina de transmisión, éste deberá tener indicadores

(6) Jacome, Pablo. Operador Técnico de Radio Educación. Entrevista inédita. 1991.

(7) Varios. "El sonido de la radio. Un ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica". IMER, UAM-X. Plaza y Valdéz.

luminosos y un intercomunicador para hablar con el personal del área de operación técnica.



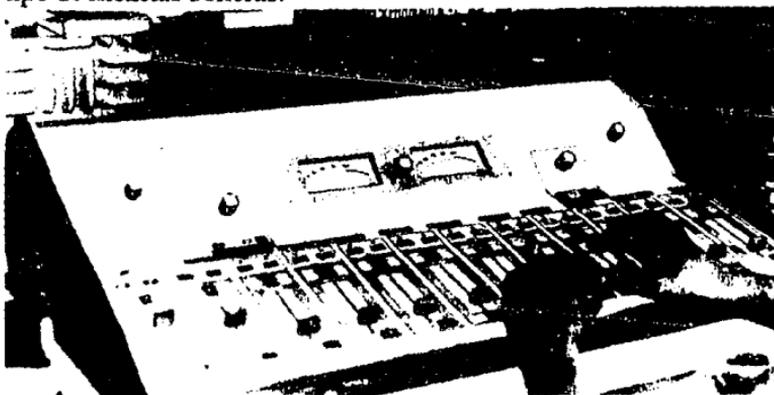
Como se mencionó anteriormente, la persona encargada de manejar los aparatos electrónicos que conforman la estación de radio y llevar la señal al aire es el operador técnico, es decir, es el responsable de la calidad auditiva de un programa. Debe tener mucha sensibilidad y participar directamente en la producción radiofónica, por lo cual tiene la obligación de apoyar al productor en cuanto a la calidad de grabación.

EQUIPO DE OPERACIÓN TÉCNICA.

El área de transmisión o de grabación deben tener un espacio de regulares condiciones, el suficiente para la instalación del equipo mínimo y perfecta movilidad del operador, productor y/o realizador en su caso.

Consola o mezcladora: Amplificador, regulador y mezclador del sonido; constituye el "corazón" de los estudios. A este aparato llegan todos los demás equipos que reproducen sonido y, para ello, tiene varias entradas o canales por donde recibe micrófonos, tornamesas, grabadoras, líneas telefónicas, etc. Las hay de varios tamaños y formas.

La consola amplifica, regula y mezcla el sonido que se procesa para salir al aire o para ser grabado. Con ella se pueden hacer todo tipo de mezclas sonoras.

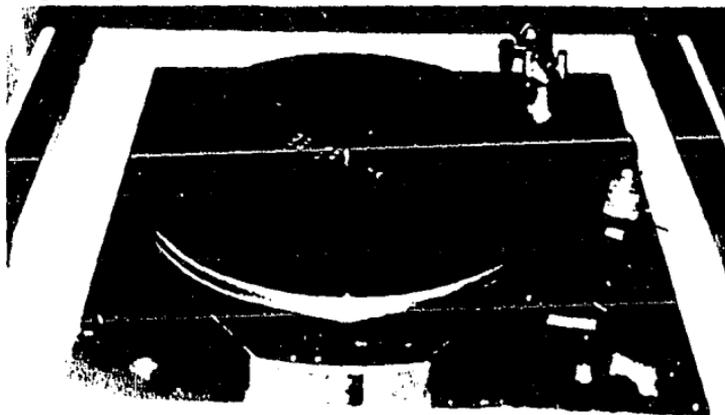


Para controlar la intensidad del volumen la consola está equipada con un dial de medición de aguja oscilante, llamado vumeter. Esta jamás debe llegar a la zona roja. Si esto llegase a suceder, indica que el volumen es excesivamente alto. En estos casos se dice que la grabación se está saturando o distorsionando.

Maquina grabadora-reproductora de carrete abierto: Toda emisora tiene una o varias grabadoras de cinta magnética, que permite hacer montajes corrigiendo los errores de quienes actúan y otra serie de aspectos. Estas grabadoras están en los estudios de grabación donde se montan los programas con la antelación

necesaria, y también están en los estudios principales, a donde se llevan las cintas para ser reproducidas directamente al aire, en el día y hora del programa. "Al igual que el tornamesa se usa como fuente emisora de sonidos, para suministrar música y efectos sonoros, transcritos en cintas, así como también entrevistas, montajes, efectos especiales que son pregrabados y luego insertados en la grabación"⁽⁸⁾.

Tornamesa: Reproduce música o efectos de discos que deben insertarse en la emisión. "El tornamesa se maneja en forma manual, disco por disco, labor ésta que hace que el operador de audio se especialice en una mecánica un tanto compleja, ya que tiene que cuadrar los discos casi "al ojo", poner la aguja sobre la primera estría anterior al sonido y detener el giro del disco con una ligera presión de los dedos sobre éste, para que ruede el plato con facilidad y soltarlo en el momento preciso, abriendo simultáneamente la perilla del canal del tornamesa, logrando el empalme perfecto con el sonido anterior"⁽⁹⁾.



(8) Kaplún, Mario. "Producción de programas de radio". Ed. CIESPAL, Quito.

(9) García Jimmy. "La radio por dentro y por fuera" Col. INTIYAN.

Cassetteras: Para reproducir música o efectos en cassette.



Cartucheras: Son grabadoras y reproductoras de cinta magnética, que vienen en cartuchos, su sistema de rotación es sobre el mismo eje, lo que hace que la cinta rueda en una forma "sin fin", saliendo de la parte interna del rollo de la cinta, envolviéndose de nuevo en la parte externa de la misma. Este sistema tiene una característica especial: Lleva una señal electrónica que hace que, al comenzar el sonido de la grabación, la cinta se detenga automáticamente y quede lista para reproducir lo grabado de ahí en adelante.

El cartucho permite una cantidad de cinta como para 15 minutos de grabación. Estos cartuchos han sido de mucha utilidad en la grabación de mensajes comerciales, reemplazado el disco de "acetatos" cuya manipulación era mucho más difícil.

Micrófonos: Son la parte de entrada del sonido, la fidelidad, pureza y calidad depende de ellos.

Existen varios tipos de micrófonos y su uso dependerá de la característica de la emisión:

Micrófono dinámico: Es de los más usados por sus características de sensibilidad. Capta adecuadamente los sonidos a cierta distancia y no requiere de condiciones acústicas especiales.

Unidireccionales: Se caracterizan por recibir el sonido en una sola dirección, es decir, de frente. Son los apropiados para usarse en cabinas de locución, para cantantes o donde sólo hablará una persona.

Bidireccionales: Como su nombre lo dice, reciben el sonido por dos lados. Son muy indicados para noticiarios a dos locutores o programas en cabina.

Omnidireccionales: Reciben el sonido por todos lados, no importa el lugar donde se ubiquen los locutores, actores o participantes. Tienen una gran sensibilidad de captación que permite la intervención de varias personas.

PLANOS Y NIVELES DE GRABACIÓN.

Para producir auditivamente las dimensiones que nos ofrece la realidad, en la radio existen diversos planos sonoros que debemos indicar al actor, al operador y al musicalizador.

Cuando hablamos de planos o niveles de grabación, nos referimos a la voz, música y efectos, es decir, el volumen de éstos dentro de un programa radiofónico. Generalmente se manejan tres.

Santiago Mayas, en su libro "Medios audiovisuales y pedagogía activa"⁽¹⁰⁾ explica los planos de la siguiente forma:

Primer plano: Indica volúmen elevado, pudiera variar de intensidad de muy fuerte a casi fuerte.

Los sonidos (voz, música y efectos) se perciben con toda claridad, por encima de todos los demás elementos, muy cerca del micrófono; evoca la imagen cercana de una voz o sonido como cuando hablamos cara a cara con otra persona, o se produce el sonido donde estamos presentes.

Plano medio o segundo plano: En este nivel lo sonidos o efectos son intensos, pero ligeramente inferiores a la voz.

No basta con bajar el nivel de grabación, es preciso mantener la fuente de sonido un poco alejada del micrófono para darle mayor realismo.

Plano de fondo o tercer plano: Fondo, último plano. Sonido ligeramente audible, pero muy por debajo del volúmen de la palabra.

Idénticos conceptos son aplicables a la locución:

Una voz en primer plano indica proximidad del personaje (aquí).

Plano medio o segundo plano sugiere distancia (ahí).

Plano de fondo o tercer plano representa un alejamiento mucho mayor (allá).

(10) Mallas Casas, Santiago. "Medios audiovisuales y pedagogía activa" Ed. C.E.A.C.S.A. 1979.

DIFERENTES ACTIVIDADES DEL OPERADOR TÉCNICO.

El operador técnico cumple diferentes funciones de acuerdo al área de trabajo en que se desenvuelve:

De cabina: Es le encargado de mandar la señal a la torre de transmisión, la cual a su vez la envía a los aparatos receptores. Debe estar pendiente hasta del más mínimo detalle para evitar errores o fallas, ya que tiene la presión de que todo sale al aire. Dentro de sus funciones se encuentra la de poner y quitar discos y cintas, abrir y cerrar micrófonos, cuidar los niveles de la voz, ruidos en la cabina cuando el programa es en vivo, así como vigilar la continuidad al aire.

De estudio: Es la persona responsable de grabar los programas que posteriormente serán transmitidos. Requiere de sensibilidad para manejar diferentes planos de música, efectos y voces; auxiliar al productor en la dicción de los locutores o actores; así como del ritmo del programa.

De torre de transmisión: Es el responsable de que la señal de la radiodifusora no se corte y llegue sin contratiempos al receptor, así como de evitar interferencias de otras señales en la frecuencia.

De mantenimiento: Su labor se concreta a reparar y mantener en buenas condiciones el equipo técnico que conforma la transmisión.

CAPÍTULO VI

GUIÓN

"La radio debe funcionar como ese otro interlocutor que tenemos normalmente en la vida real.

Es como hablar con los.. ojos cerrados. Hay que entender todo a través del oído.

Carmen Limón.

El guión radiofónico es el contenido del programa, es decir, la columna vertebral de una realización radiofónica. Es el ordenamiento detallado de los elementos que conforman la emisión. Indica el momento preciso en que debe escucharse cada cosa.

El guión determina el ritmo y la continuidad de cada programa. Da la pauta para evitar que decaiga el interés o la intensidad de éste.

Conlleva una investigación de fondo, una adaptación al lenguaje radiofónico y un análisis en cuanto al mensaje a emitir, tomando en cuenta el público al que va dirigido.

El guión radiofónico se divide en dos columnas verticales. La más angosta va a la izquierda y se conoce como parte técnica y la de contenido que se ubica a la derecha. En la primera columna se

marcan con mayúsculas los nombres de los locutores o personajes que van a participar, así como todas las indicaciones al operador y musicalizador. En la segunda columna, se inscribe todo lo que los locutores o actores habrán de leer.

Esta diagramación o división es un requisito indispensable en la presentación del guión, porque garantiza una buena organización para la producción.

Para la elaboración del guión es necesario conocer los elementos propios de la radio: lenguaje específico, ritmo, voz, música. Contrariamente a lo que sucede en el cine y la televisión que se apoyan fundamentalmente en la imagen, obligando al espectador a poner más atención en lo que se ve que en lo que se dice, la radio sólo cuenta con la palabra para crear imágenes sonoras, es decir, su característica principal se basa en el sonido. Está hecha para ser oída por lo que es necesario reforzar las ideas con aquéllo que al radioyente le pudiera ser común y familiar, de modo que le resulte fácil visualizarlo mentalmente, compararlo y hasta analizarlo, pero hay que ser directo porque sólo hay una oportunidad para ser entendido.

La radio utiliza sus propios elementos para ubicar al radioescucha en un tiempo y un espacio, transportarlo de un lugar a otro y de una época a otra. El guionista debe aprovechar los recursos del audio a su máxima expresión, traducir a sonido todo lo que no pueda verse o sentirse; trasladar movimientos, gestos, actividades, sentimientos, situaciones, a un lenguaje radiofónico. El guión debe hacer funcionar a la radio "como ese otro interlocutor que tenemos en la vida real, como si habláramos con alguien con los ojos cerrados, teniendo que entenderlo todo a través del oído"⁽¹⁾. En

(1) Limón, Carmen. Guionista. Entrevista inédita. 1990.

síntesis puede afirmarse que para hacer un guión radiofónico es necesario pensar en sonidos.

Son varios los aspectos que hay que tomar en cuenta al elaborar un guión: A) el tema a tratarse, B) el objetivo que se persigue, es decir la finalidad o propósito de la información transmitida, C) el mensaje a emitir, lo que se quiere dar a conocer al auditorio en forma directa y la manera en que se procesa ese contenido. Esto es importante porque sólo se tiene el tiempo necesario para ir al grano, D) la estructura, es decir, si el programa es informativo, o dramatizado en sus variantes; E) el público, el receptor del mensaje, que varía de acuerdo a intereses, edad, posición social, nivel cultural. La radio es una librería abierta pero condicionada al público, F) la duración y el número de programas que conforman la serie. Por ejemplo al especificar las características del programa "DE PUNTITAS", transmitido por Radio Educación el día 4 de marzo de 1984, sus creadores apuntan:

Programa: De Puntitas.

Objetivo: Desarrollar la imaginación del niño, el cariño por la naturaleza y despertarlo de una forma distinta

Mensaje: Dar a conocer al niño que existen diferentes tipos de flores y cada una con su nombre propio de acuerdo a sus características.

Estructura: Radioencuentro.

Público: Infantil (de 6 a 14 años)

Duración: 30 minutos.

Los seis puntos anteriores se cumplen independientemente del género que se trate: informativo (noticiario, mesa redonda, entrevista, reportaje, cultural, musical e infantil), dramatizado (novela, cuento, teatro, cultural, entre otros) y musical (entretenimiento) con base en el género que se maneje, el guión radiofónico debe constar de una investigación (bibliográfica, hemerográfica y/o entrevistas), una selección de la información, de la distribución y clasificación de la misma y por ende, una redacción acorde al tipo de programa y público al que va dirigido.

PARTE LITERARIA.

Es la base del guión y consiste en el texto, es decir, en todo lo que verbalmente habrá de expresarse. Es el vaciado de la investigación realizada previa a la redacción.

El guionista debe conocer cada una de las características y elementos de la radio y saber escribir bien, ya que de esa manera podrá manejar y estructurar el guión a fin de que éste sea accesible e interesante. Debe partir de la premisa: "Lo que se oye va más al sentimiento y lo que se ve al entendimiento. Por ello los mensajes orales deben ser más sugestivos, sugerentes que sean las palabras las que formen esa imagen en cada uno de los oyentes y ellos les den forma y vida de acuerdo a sus propias vivencias y a su propia relación de ideas"⁽²⁾.

En el guión literario, uno de los elementos que tienen gran importancia es el lenguaje. Este es distinto al lenguaje escrito la construcción de las frases no es similar a la gramática de un texto cualquiera donde pueden ser utilizados modismos, términos,

(2) García Camargo, Jimmy. "La radio por dentro y por fuera", p. 162 Ed CIESPAL.

técnicas que si no se entienden, el lector puede leer el texto una y otra vez hasta comprenderlo. En la radio ésto no es posible porque está hecha para ser oída y por lo tanto, se escribe para todos. Si el radioescucha no entiende algún concepto, la laguna queda y puede desconectarlo de la idea y hacer que pierda la concentración.

El lenguaje radial debe ser sencillo, claro y concreto. Lo que ahí se diga debe estimular los estados de ánimo en el oyente, pero no provocar la indiferencia. Es necesario que las palabras y las frases desarrollen una imagen por sí solas o por la relación de ideas. Para Carmen Limón, la puntuación es distinta, una coma muchas veces no sólo indica pausa, sino un cambio de tono en la voz del locutor. El buen uso de los signos es definitivo. Esto es lo que permite al locutor interpretar adecuadamente y dar el sentido exacto a las palabras. Por ejemplo, no es lo mismo escribir "en esta noche fría" que "en esta noche fría..." El punto es concluyente, en cambio los suspensivos hacen que el locutor dé la entonación correcta para que el radioescucha espere la conclusión de la frase.

Con la siguiente cita tomada del libro "Hacia una cultura de los derechos humanos, editado por la Comisión de los Derechos Humanos (CNDH), podrá apreciarse la diferencia entre el lenguaje para un texto informativo y el lenguaje para un guión radiofónico.

El 40% de los niños maltratados tiene entre uno y seis años, y el 23% no sobrepasa los tres. En el D.F. cuatro de cada 10 niños menores de 12 años sufren desde agresiones de palabras y golpes sin importancia, hasta violaciones y muerte.

Para Guión Radiofónico:

- | | |
|-------------|---|
| 1. O.P. | <u>MÚSICA QUE IDENTIFICA AL PROGRAMA*</u> |
| 2. | |
| 3. LOC.1 | Muy buenas tardes este es nuestro Programa |
| 4. | "Había un navío cargado de..." |
| 3. LOC.2 | Reflexionaremos sobre un problema tan |
| 4. | común en nuestra vida cotidiana: "El maltrato |
| 5. | infantil". |
| 6. | |
| 7. O.P. | <u>ENTRA PUENTE DE MÚSICA</u> |
| 8. | <u>REFLEXIVA, SUBE, BAJA Y SE MEZCLA</u> |
| 9. | <u>CON EFECTOS DE GRUPO DE MUJER Y</u> |
| 10. | <u>LLANTO DE NIÑO.</u> |
| 11. NIÑO 1 | ¿Por qué lloras ? ¿Qué te pasó? |
| 12. | (GIMOTEANDO) Me pegó mi mamá; mira |
| 13. | me dejó rojo mi brazo, todavía me arde. |
| 14. NIÑO 2 | ¡Hijole! Mejor cállate, ya no llores, porque si |
| 15. | no mi mamá te va a volver a pegar. |
| 16. | |
| 17. LOCUTOR | ¿Sabía usted que las estadísticas señalan que |
| 18. | del total de niños maltratados, la mitad tiene |
| 19. | entre uno y seis años de edad, y que seis de |
| 20. | cada diez son menores de trece años. Usted, |
| 21. | como padre o maestro: ¿Conoce cuales son los |
| 22. | derechos que tienen los niños. |
| 23. | ¿Los respeta? ¿Conoce la declaración que |
| 24. | habla sobre esto? |

* Fragmento del guión de la Serie de Cápsulas Educativas "Había un navío, vio cargado de..." Transmitido el día 26 de enero de 1983 por Radio Educación. En una co-producción con UPN.

1. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL, SUBE, BAJA
2. Y DESAPARECE.

3.
4. A usted que nos sintoniza, quisiera pedirle que
5. reflexione un momento sobre este tema, que
6. piense en lo que significa que tan sólo en el
7. Distrito Federal, cuatro de cada diez niños
8. menores de doce años, sufran desde agresiones
9. de palabra y golpes sin gravedad, hasta
10. violaciones y muerte.

Para la elaboración de un guión es recomendable que se utilice lo menos posible cifras o datos estadísticos porque es difícil que el radioescucha retenga demasiada información, debido a las características propias de la radio. Cuando se utilizan cifras en exceso puede resultar contraproducente, pues son datos muy áridos que el oyente no alcanza a analizar. En caso de que el manejo de números sea necesario por el tipo de información que se transmite, es importante que el guionista se preocupe en traducir esas cifras en datos representativos para el público, por ejemplo:

"Con los judíos muertos durante la Segunda Guerra mundial se podría habitar un país con la densidad de población que Dinamarca tiene en la actualidad".

En el guión radiofónico es muy importante que se marquen las acotaciones al locutor, esto es para darle la intención deseada al texto.

Cuando dos personas están hablando, la intención que conlleva su discurso recae principalmente en elementos paralingüísticos como

son la inflexión de la voz, pausas, gestos, mímica y el elemento social. Así la expresión ¡Qué bárbaro! puede llevar un mensaje de admiración, reproche, burla, estimación, etc. ésto depende de quién, cómo y dónde lo diga.

En radio estas expresiones no las podemos ver, así que se hace necesario manifestarlas a través de la inflexión de la voz. Para que el locutor o actor los lleve a cabo en el momento preciso, es necesario manifestar éstos cambios de voz (acotaciones) cada vez que se quiera resaltar la forma como ha de hablar el locutor. Por ejemplo: (CONTENTO), (TIERNO), (ENOJADO), (ASOMBRADO), (BURLÓN), (TRANQUILO), etc.

Todas las acotaciones deber ser precisas, claras y sencillas.

De acuerdo con algunos autores, en los casos en los que se deban dar medidas y pesos, es mejor expresarlas en forma comparativa. Por ejemplo, en lugar de decir que "en la Ciudad de México diariamente se recogen 11 mil toneladas de basura", causa menos impacto, que decir que "con la basura que se recoge todos los días en nuestra ciudad, se podría llenar el Estadio Azteca. De esta manera es más fácil que el radioescucha visualice mentalmente la información que se le está dando.

El tipo de lenguaje utilizado en el guión siempre será acorde al género radiofónico y, por lo tanto, a la información que éste maneje.

Para la producción de un programa radial el guionista debe conocer la curva de interés, es decir, saber jerarquizar la información para manejarla en orden de importancia, distribuirla para que no quede concentrada en un sólo punto o momento y

dosificarla a fin de no saturar al público. La curva de interés consiste en tener "atrapado" en cada momento de nuestra emisión al radioescucha, evitando que decaiga el interés, o la atención se pierda en algún punto de la trama. Además es muy importante recordar al auditorio la información constante, con el fin de proporcionársela a quien no haya escuchado desde el principio, sin que ésta resulte monótona, repetitiva o redundante.

La curva de interés se puede representar de la siguiente manera:



Otro elemento fundamental del guión radiofónico es el ritmo, el cual establece los tiempos en la radio y se logra mediante la fluidez del lenguaje y una realización acertada.

El ritmo juega un papel importante en la producción radiofónica. "Podemos hablar de ritmo en dos sentidos. Uno, el que en conjunto lleva el programa (voz, música y efectos) y dos, el que por separado llevan las voces. De éste último depende en mucho, que el oyente escuche el programa y que pase de un estado de ánimo a otro. El ritmo no debe ser constante, pues puede convertirse en monótono y agotador (ritmo rápido) o en monótono y tedioso (ritmo lento)"⁽³⁾.

(3) Diplomado. "Producción Radiofónica". 1991. Universidad Iberoamericana.

Para evitar lo anterior, el programa radiofónico deberá reflejar una combinación de ritmos (rápidos y lentos) que reproduzcan las variaciones que se hacen al hablar, pero hay que evitar las "Constantes cíclicas" que también hacen monótona la lectura de un texto y dan lugar a la famosa "cantaleta".

El texto no debe abundar demasiado en descripciones, ni caer en detalles, hay que ser directos en cuanto a la emisión del mensaje, pues de lo contrario se pierde la atención del público, además de que el tiempo de la radio obliga a centrarse en lo sustancial.

En síntesis, el guión deberá ser imaginación y creación, porque será la fantasía del oyente la que le dé forma al mensaje que se transmita.

GÉNEROS RADIOFÓNICOS.

INFORMATIVO.

Como ya se mencionó en el capítulo de Producción, los géneros radiofónicos se refieren a las características propias de las diferentes estructuras de la emisión de mensajes, así que podemos hablar de géneros informativos, dramatizados y musicales.

Informativo. Es uno de los soportes básicos en la radiodifusión y día a día cobra mayor auge en la radio debido a la inmediatez de su servicio al grado que medios como la prensa o T.V. se valen de ella como fuente de información.

Se pueden presentar de varias formas debido a sus características particulares de formato y estilo. Entre éstos se encuentran

noticieros, el avance noticioso, el reportaje, la entrevista, y los programas de opinión (mesa redonda).

-Noticiero: Es el espacio radiofónico definido dentro de una programación única y exclusivamente para dar noticias en forma concreta y precisa.

Generalmente, las notas informativas se clasifican por secciones: políticas, sociales, económicas, deportivas, nacionales e internacionales.

Se pueden no clasificar, pero ésto provocará confusión en el oyente y lo distraerá.

-Avance noticioso: Como su nombre lo indica, es el avance informativo que se da en determinados momentos de la emisión radiofónica. Suelen darse a conocer cada hora o al instante mismo en que se produce la noticia, depende de las políticas de la estación.

"Se llama avance porque constituye un adelanto de la información. que más ampliamente, se dará a conocer en el espacio formal de noticias. A este tipo de información también se le conoce con el nombre de flash informativo" (4).

Reportaje: Presupone además de una búsqueda de información más profunda y amplia sobre un tema concreto, un encuentro personal con gente cuya disponibilidad de tiempo será determinante para el resultado de nuestro trabajo. Así que es importante para quien vaya a desarrollar un trabajo de este tipo,

(4) Op. cit. Jimmy García.

conocer perfectamente a su entrevistado, ya que ésto le permitira aprovechar al máximo la fuente de información.

Generalmente se recurre a este género informativo para ampliar la información sobre un tema en particular y casi siempre es el que está de moda o sobre aquel que la estación quiere llamar la atención.

Se incluye dentro del espacio formal de noticias. (Ejem 2)

Entrevista: Lo mismo que se dijo en el reportaje, es aplicable a la entrevista por ser un género que lo complementa. Así que, es fundamental elegir el tema y seleccionar las preguntas con la finalidad de llevar al entrevistado al terreno deseado.

Se recomienda evitar todas aquéllas preguntas cuya respuesta sea un "si" o un "no" ya que la entrevista pierde fuerza o importancia y por el contrario, deben hacerse preguntas que permitan al entrevistado contestarlas con suficiencia y conocimiento.

"El manejo de la entrevista es de las cosas más difíciles y complejas, por ello requieren una planeación, un conocimiento del tema y del entrevistado, una seguridad en nosotros que se transmite al interlocutor y por ende, le dé tranquilidad y confianza. La presentación personal del entrevistado es definitiva porque nadie se siente bien, siendo entrevistado y cuestionado por una persona que no refleja ser merecedor de su tiempo y respuestas"⁽⁵⁾.

-Programas de opinión: Es un género que más que informativo es orientador, por lo que cuenta con la participación de especialistas en el tema que se vaya a tratar.

(5) Ibidem.

Requiere de un moderador que coordine las diferentes intervenciones tanto de los panelistas como del público que participa ya sea vía telefónica o por correspondencia

Por sus características propias casi nunca son diarias y su frecuencia es semanal, pero con duración de una o hasta más horas, dependiendo de la importancia del tema.

El periodista que escriba para radio, independientemente del género, debe utilizar un lenguaje sencillo y de fácil comprensión para el común de la gente que le permita ser entendido y asimilado.

A continuación veamos algunos ejemplos:

Ejemplo (1) de nota informativa nacional.

- | | |
|--------------|--|
| 1. LOCUTOR I | Treinta muertos, 28 personas |
| 2. | desaparecidas, 15 mil damnificados, |
| 3. | varios ríos desbordados, deslaves y |
| 4. | miles de millones de pesos en pérdidas |
| 5. | aún no totalizadas es el resultado del |
| 6. | paso del huracán "Diana" por los |
| 7. | estados de Veracruz, Tamaulipas, |
| 8. | Hidalgo, San Luis Potosí, Puebla y |
| 9. | Chihuahua. |
| 10. OPERADOR | <u>ENTRA GRABACIÓN DE JULIO</u> |
| 11. | <u>CASTRO CORRESPONSAL "EN</u> |
| 12. | <u>VERACRUZ TODA VÍA AYER...</u> |
| 13. | <u>SALE EN ... SE OTORGA LA</u> |
| 14. | <u>AYUDA..."</u> |

Ejemplo (2) Reportaje:

EL ARTE DE VENDER REPORTAJE No. 10

1. LOCUTOR	EL ARTE DE VENDER
2.	
3. O.P.	<u>ENTRA MÚSICA EN PRIMER</u>
4.	<u>PLANO, BAJA Y DESPARECE.</u>
5. LOC. 1	Vendedores ambulantes, labiosos y
6.	persuasivos que envuelven a los
7.	incautos paseantes en parques y
8.	mercados que se acercan a escuchar el
9.	discurso de aquellos hombres que
10.	tienen el don de la retórica. Esos son los
11.	merolicos.
12. LOC. 2	Los merolicos tienen su origen a finales
13.	del siglo diez y nueve, con un judío
14.	polaco llamado Merolik quien sacaba
15.	muelas y pregonaba su oficio y su
16.	técnica en las plazas de la ciudad de
17.	México.
18. O.P.	<u>ENTRA MÚSICA DE FONDO SE</u>
19.	<u>MANTIENE Y SALE EN</u>
20.	<u>ENFERMEDADES.</u>
21. LOC. 1	Estos singulares hombres con su labia
22.	tan diestra envuelven a los curiosos que
23.	se acercan y rodean su área de trabajo
24.	mientras él dice: "detrás de la raya que
25.	estoy trabajando" y ofrecen productos
26.	que prometen curar toda clase de
27.	enfermedades.

EL ARTE DE VENDER REPORTAJE No. 10	
1. LOC. 2	Su forma de expresarse un tanto
2.	cantinflasca, mantiene al público atento
3.	a su discurso; mediante el juego de
4.	palabras logra su propósito: la venta de
5.	sus artículos.
6. O.P.	<u>ENTRA GRAJACIÓN TESTIMONIO</u>
7.	<u>MEROLICO PLAZA DE SANTO</u>
8.	<u>DOMINGO.</u>
9. LOC. 1	Estos personajes que vemos por
10.	distintos rumbos de la Ciudad han
11.	pasado a ser parte del subempleo que
12.	imperera en el país, quedando en un
13.	segundo término que son parte de la
14.	cultura popular. Al respecto nos
15.	comenta el sociólogo Francisco
16.	Gómezjara.
17. O.P.	<u>ENTRA ENTREVISTA DE</u>
18.	<u>GÓMEZJARA, ENTRA PUENTE</u>
19.	<u>MUSICAL EN SEGUNDO PLANO</u>
20.	<u>BAJA Y DESPARECE.</u>
21. LOC 1	El material de trabajo del que hace uso
22.	el merolico es un paño de terciopelo
23.	tendido sobre el piso, en el cual se
24.	encuentran hierbas medicinales,
25.	estampas de santos, budas, pieles de
26.	zorrillos, viboras, monedas, entre otros.
27. LOC 2	Desde luego no faltan las famosas
28.	viboras adiestradas que se enrollan en el
29.	cuello y brazos del amo.

El guión musical se incluye dentro del género informativo cuando hay una investigación previa. Ejemplo:

	SERIE	OPERA
1. O.P.	<u>RUBRICA.</u>	
2. LOC. 1	Buenas noches, nos encontramos en un	
3.	programa más de la serie "Viajando por	
4.	el maravilloso mundo de la música".	
5.	Esta noche hagamos un juego mental y	
6.	saltemos hacia atrás la barrera del	
7.	tiempo para arribar al siglo diez y seis y	
8.	preguntar a nuestros predecesores su	
9.	opinión acerca de la ópera	
10. LOC. 2	El gusto por ella se centraría en los	
11.	flamantes teatros de la época que	
12.	albergaron a hombres con voces	
13.	privilegiadas.	
14. O.P.	<u>PUENTE MUSICAL. OPERA EL</u>	
15.	<u>SATIRO SUBE, BAJA Y SE</u>	
16.	<u>MANTIENE.</u>	
17. LOC 1	La ópera nació en Florencia en la casa	
18.	del Conde Bardi di Vernio, en donde se	
19.	reunían hombres amantes de la ciencia	
20.	y la belleza que impresionados por los	
21.	relatos de los efectos maravillosos que	
22.	producía la declamación dramática	
23.	entre los griegos de la antigüedad	
24.	decidieron conocerla y revivirla.	
25. O.P.	<u>PUENTE MUSICAL "EL COMBATE</u>	
26.	<u>DE APOLO CON LA SERPIENTE</u>	
27.	<u>MÍTICA".</u>	

DRAMATIZADOS.

Según Marco Julio Linares en su libro "El guión, elementos, formatos y estructuras", anota que dentro del género dramatizado se incluyen:

El Radiodrama: A semejanza del cine y la televisión, la radio toma de la literatura dramática, la estructura, los elementos y los géneros teatrales apoyándose principalmente en el melodrama.

Radioteatro: Toma como fuente principal obras dramáticas escritas para teatro, con la cual la obra y estilo correspondientes de la misma se conservan. Puesto que la imagen es auditiva, las situaciones, actos, atmósfera, acciones, contextos son traducidos radiofónicamente, quedando plasmadas las indicaciones en el guión. Existen ciertas obras cuya duración requiere de más de un programa; en este caso es recomendable que la división corresponda a escenas o actos y así los siguientes programas contarán, al inicio, con un resumen del programa anterior con la finalidad de que el auditorio retome las acciones.

Radionovela: Se basa en la novela con todos sus elementos literarios y se apoya, para su adaptación radiofónica, en el melodrama de donde toma personajes, situaciones, acciones, etc. Una característica fundamental es la que corresponde a su desarrollo en capítulos o episodios seriados. La mayoría de episodios cuentan con una situación de clímax y para terminar con cada capítulo con una situación de suspenso que puede ser coincidente con los de clímax. En la totalidad de los capítulos se plantea un resumen del programa anterior, incluyendo de ser posible, escenas o situaciones que permiten una narración fluida y avance en la acción.

Radiocuento: Igual que la radionovela depende de un género literario; el cuento se traduce a la radio con todos sus elementos. Por su riqueza de imágenes, el cuento generalmente se narra con los elementos propios de la radio con música, efectos y voces. En caso de dramatizarse, el tratamiento tendrá una estructura unitaria ya que por su origen cuenta con una anécdota

Ejemplo de Radionovela: "El águila y la serpiente" de Martín Luis Guzmán, transmitida por Radio Educación.

Guión radiofónico "El águila y la serpiente".

SERIE EL ÁGUILA Y LA SERPIENTE	CAP. 12
-----------------------------------	---------

- | | |
|-------------|---|
| 1. O.P. | ENTRA RUBRICA DEL |
| 2. | PROGRAMA, SUBE, BAJA Y SE |
| 3. | MANTIENE. |
| 4. | |
| 5. LOC. | Radio Educación presenta... "El águila |
| 6. | y la serpiente" de Martín Luis Guzmán. |
| 7. | Testimonio de la Revolución Mexicana |
| 8. | a través de las experiencias de su autor. |
| 9. | |
| 10. O.P. | SUBE MÚSICA DE FONDO Y BAJA |
| 11. | HASTA DESAPARECER. |
| 12. | |
| 13. SOLDADO | (GRITANDO) Cuidado, cuidado con la |
| 14. | rueda. |

SIGUE EDUARDO HAY

SERIE	EL ÁGUILA Y LA SERPIENTE	CAP. 12
-------	-----------------------------	---------

1. EDUARDO HAY (ENÉRGICO) Silencio, ¿qué es lo que pretende soldado?, ¿que los federales se den cuenta que cruzamos por territorio suyo?
- 2.
- 3.
- 4.
5. SOLDADO (APENADO) No señor, es que la rueda de la carreta está a punto de safarse.
- 6.
- 7.
8. EDUARDO HAY Esa no es razón suficiente para inquietar a la tropa.
- 9.
- 10.
11. NARRADOR Afortunadamente no parece que se hayan dado cuenta de nuestra presencia.
- 12.
- 13.
14. EDUARDO HAY Eso no podemos saberlo aún. Habrá que redoblar las precauciones.
- 15.
- 16.
17. O.P. ENTRA MÚSICA DE FONDO.

SIGUE NARRADOR...

- | | |
|-----------------|---|
| 1. NARRADOR | Después de que varios soldados |
| 2. | revisaron que el carro estuviera en |
| 3. | condiciones de seguir, continuamos |
| 4. | nuestro camino a Cruz de Piedra más |
| 5. | sigilosamente. A lo lejos veíamos |
| 6. | llamear las fogatas de los federales, |
| 7. | alineados en semicírculo, vigilando que |
| 8. | ningún revolucionario llegara de |
| 9. | Hermosillo a Sinaloa y viceversa. Las |
| 10. | lucecitas de los cigarros, dejában ver |
| 11. | entre las sombras esculpidos en |
| 12. | resplandor rasgos indefinidos, rostros |
| 13. | morenos, reflejos de cañones, de fusiles, |
| 14. | las culatas de lustrosa madera y las |
| 15. | cananas en los pechos. |
| 16. | |
| 17. O.P. | <u>ENTRA MÚSICA DE FONDO A</u> |
| 18. | <u>PRIMER PLANO Y BAJA HASTA</u> |
| 19. | <u>DESAPARECER. EFECTO DE</u> |
| 20. | <u>RUIDO DE CARRETAS QUE SE</u> |
| 21. | <u>DETIENEN Y BAJAN PERSONAS.</u> |
| 22. | |
| 23. EDUARDO HAY | Hemos llegado a Cruz de Piedra sanos y |
| 24. | salvos. Ahora lo importante es que |
| 25. | durmamos bien para continuar mañana |
| 26. | temprano. |
| 27. | Bajen sus maletas y busquemos un |
| 28. | lugar donde recostarnos |

SERIE	EL ÁGUILA Y LA SERPIENTE	CAP. 12
-------	--------------------------	---------

1. ALESSIO ROBLES En estas circunstancias nada mejor que
 2. los furgones de los trenes.
 3. EDUARDO HAY Buena idea. Asistente, baje mis baules
 4. y véngase
 5. O.P. EFECTO. RUIDO DE QUIEN ABRE
 6. UN FURGÓN. EFECTO. RUIDO DE
 7. PASOS.
 8. ¡Puf! qué olor! huele a diablos!
 9.
 10. ALESSIO ROBLES Imposible busquemos otro furgón.
 11. EDUARDO HAY Acá hay uno medio aceptable.
 12. Quedémonos de una vez por todas aquí,
 13. ¡estoy muerto!
 14.
 15. NARRADOR Está mejor que los otros, pero el frío...
 16.
 17. EDUARDO HAY No sea tan exigente. Dése de santos que
 18. tiene puerta.
 19. Asistente tienda las cobijas.
 20.
 21. O.P. ENTRA MÚSICA DE FONDO.
 22.
 23. NARRADOR El asistente de Hay encendió su
 24. lámpara y se puso a tender la cama de
 25. su jefe: muy buena almohada, muy
 26. limpias sábanas, ricos cobertores.
 27. Alessio y yo que no disponíamos ni de
 28. cobijas ni de sábanas...

MUSICAL.

"las diversas manifestaciones musicales encuentran eco propicio para su difusión en la radio, por lo que habitualmente, las radioemisoras incluyen en su emisión este tipo de género"⁽⁵⁾. Su estructura varía de acuerdo al corte de estación, sin embargo, para su transmisión las radiodifusoras se basan en una guía de continuidad en donde se anota el título de la canción o melodía, el nombre del autor, el intérprete, el tiempo de duración así como el momento en que deben hacerse los cortes comerciales.

Existen también programas musicales más elaborados y por lo mismo requieren de un guión, esto generalmente sucede cuando la estación desea profundizar sobre algún tema en especial, hacer comentarios de la melodía, del actor o cuando se cuenta con la presencia del autor o intérprete en el momento de la transmisión.

Para concluir con las características del guión literario, es necesario mencionar que un buen guionista debe poseer una cultura amplia, conocer a fondo la gramática, saber escribir bien, conocer las características y elementos propios del medio radiofónico y tener una gran imaginación y creatividad que permitan al radioescucha ubicarse en el contexto de la trama.

(5) Linares, Marco Julio. "El guión". Ed. UAM Xoxhimilco.

PARTE TÉCNICA.

Además de la palabra, el lenguaje radiofónico también está constituido por música, sonidos y silencios. En esta parte del guión es donde se encuentran comprendidos todos los elementos que precisamente van a recrear la atmósfera de un programa.

Aquí se dan las indicaciones al operador, al musicalizador y se anota la ubicación y duración de los efectos sonoros, los silencios y la música, así como las entradas a los locutores o actores. Algunas de las acotaciones o indicaciones más usuales son:

-Sube (Fade in o Fade up).- Se utiliza par indicar que un sonido se inicia desde el silencio hasta el nivel en que estamos realizando la grabación. (primer plano).

-Baja hasta desaparecer (Fade out o Fade down).- Sonido que disminuye desde el primer plano hasta el silencio.

-Mezcla (Cross fade).- Integración de dos o más señales que se sobre imprimen una o la otra de manera paulatina.

-Montaje (Mix).- Superposición de dos o más sonidos para crear un efecto de composición. Se emplea también la acotación super o superposición.

-Ligue o liga.- Sucesión de sonidos, uno inmediatamente después del otro, sin cambio de nivel y sin pausa entre ambos.

-Reverberación (Reverberation).- Efectos físicos en donde el sonido tiene reflexión en una caja acústica de modo tal que la voz suena ahuecada, como el estar, en una iglesia vacía.

Frecuentemente se usa para evocar un recuerdo. Se abrevia "Rever". Es un efecto que suele confundirse con el de eco.

Para su fácil identificación, estas indicaciones pueden hacerse con mayúsculas y subrayadas.

EJEMPLO:

- | | |
|----------------|--|
| 1. <u>O.P.</u> | <u>RUBRICA, SUBE, BAJA Y SE</u> |
| 2. | <u>MANTIENE...</u> |
| 3. | |
| 4. LOCUTOR | Imaginación. |
| 5. | |
| 6. <u>O.P.</u> | <u>SUBE RUBRICA, BAJA Y SE</u> |
| 7. | <u>MEZCLA CON: EFECTO DE</u> |
| 8. | <u>TIMBRE DE TELÉFONO QUE</u> |
| 9. | <u>SUENA INSISTENTE Y</u> |
| 10. | <u>DESCOLGAR DE BOCINA</u> |
| 11. | <u>TELEFÓNICA.</u> |
| 12. | |
| 13. JENYFER | (PRESUNTUOSA) Bueno, bueno... |
| 14. | ¡Ah! ¿Cómo estás Paola? Disculpa que |
| 15. | no te haya contestado inmediatamente, |
| 16. | pero es que Paco y yo estábamos muy |
| 17. | emocionados porque ¡fijate que a |
| 18. | Laurita la contrataron para hacer una |
| 19. | telenovela...! Como tienes prisa... mira |
| 20. | mañana a las cuatro estaré en tu casa, |
| 21. | me invitas un café y te platico lo de la |
| 22. | telenovela... adios, nos vemos mañana... |

- | | |
|-------------|--|
| 1. O.P. | <u>EFECTO. SE ESCUCHA EL</u> |
| 2. | <u>COLGAR DE LA BOCINA DEL</u> |
| 3. | <u>TELÉFONO</u> |
| 4. | |
| 5. JENYFER | (PRESUNTUOSA) ¡Paco! Vamos a |
| 6. | comer al Mc. Donals para festejar a |
| 7. | Laurita (MUY EMOCIONADA) Ojalá |
| 8. | que mi niña llegue a ser una gran |
| 9. | estrella de la tele... tiene talento. |
| 10. | |
| 11. O.P. | <u>CORTINILLA MUSICAL. SE</u> |
| 12. | <u>MEZCLA CON EFECTO: VOZ QUE</u> |
| 13. | <u>SE ESCUCHA POR EL INTERFON</u> |
| 14. | |
| 15. PAOLA | ¿Sí quién es? |
| 16. | |
| 17. JENYFER | Soy yo Jenyfer... |
| 18. | |
| 19. PAOLA | (POR EL INTERFON) Ahora bajan a |
| 20. | abrirte Jenyfer. |
| 21. | |
| 22. O.P. | <u>EFECTO. SE ESCUCHA EL ABRIR Y</u> |
| 23. | <u>CERRAR DE UNA PUERTA DE</u> |
| 24. | <u>PRIMER A SEGUNDO PLANO...</u> |
| 25. | |
| 26. JENYFER | Hola Paola, aún estoy muy emocionada |
| 27. | con lo de Laurita. |
| 28. PAOLA | ¡Hay cuéntame!, ven vamos a la sala... |
| 29. | ¡Juanita sírvenos café!... |

- | | |
|------------|--|
| 1. JENYFER | (PRESUNTUOSA) Te acordarás que |
| 2. | una compañía privada estuvo haciendo |
| 3. | audiciones para seleccionar a la niña |
| 4. | protagonista de la telenovela "El rincón |
| 5. | de los pobres"... |
| 6. | |
| 7. PAOLA | ¡Claro que me acuerdo!... Pero no pensé |
| 8. | que fueras a llevar a Laurita ¿Cómo se |
| 9. | te ocurrió?... Sirva el café Juanita. |
| 10. | |
| 11. O.P. | <u>EFFECTO. SE ESCUCHA EL RUIDO</u> |
| 12. | <u>DE TAZAS Y EL CHORRO DE CAFE</u> |
| 13. | <u>QUE CAE EN UNA TAZA...</u> |

FORMATOS DE GUIÓN.

Existen varios formatos de guión, independientemente del género radiofónico, "pero el que técnicamente se recomienda es el de 28 renglones enumerados del 1 al 28 por cuartilla dividido en dos columnas. La de la izquierda de 15 golpes y la columna derecha de 52, ésto con el fin de tener una idea aproximada del tiempo que dura el programa.

"En una lectura regular (116 palabras por minuto) cada dos líneas de 52 golpes, dan un tiempo de 7 segundos. Entonces, si se tiene 28 renglones en cada cuartilla, ésta tendrá una duración de dos minutos"⁽⁶⁾.

(6) Programa Radial. Diplomado. Universidad Iberoamericana 1991.

Otro tipo de formato es aquel que se escribe a doble espacio. También se divide en dos columnas, la parte del guión literario con altas y bajas, las indicaciones al operador y musicalizador con mayúsculas y subrayadas, enumerando únicamente las intervenciones de los locutores.

EJEMPLO:

OP

ENTRE EFECTO DE
TRÁNSITO VEHICULAR
RUIDO DE CLAXON. SE
MEZCLA CON MÚSICA QUE
IDENTIFIQUE AL
NARRADOR SALE EN "... SE
ESTÁN DESARROLLANDO".

1. NARRADOR

La colonia donde se ubica la escuela tiene un alto grado de vandalismo. Cuenta con pocos servicios, el paisaje tiene el sello de la pobreza. Sin embargo, la historia que escucharemos puede desarrollarse en cualquier escuela, no importando el nivel social.

2. NIÑO 1

(CANTADITO) ¡Chale! Tomás ámate, nada te va a pasar ¡a poco tienes miedo? si nadie se va a enterar.

3. NIÑO 2

(CANTADITO) ¡Orale! Tomás ya no la hagas de tos o jalas o te pelas a tu cantón porque aquí no aceptamos gallinas.

También es necesario indicar el nivel de los planos, tanto de música como de efectos, es decir, si se va a escuchar pura música o efecto sin voz (primer plano), si van a ir de fondo ante la voz (segundo o tercer plano) y su tiempo de duración. Donde entran y donde salen.

La indicación como ya se dijo se le da al operador en la columna izquierda del guión en la parte derecha con mayúsculas subrayadas se le indica que entrará un efecto o acompañamiento musical. Para ésta última, de ser posible, hay que indicar el nombre de la canción, el lado del disco en que se encuentra y el track o por lo menos, hay que sugerir, el tipo de música que se crea conveniente..

- | | |
|----------------|----------------------------------|
| 1. <u>O.P.</u> | <u>ENTRA EFECTO EN PRIMER</u> |
| 2. | <u>PLANO DE BALBUCEO O</u> |
| 3. | <u>RISAS DE BEBÉ 5". SALE EN</u> |
| 4. | <u>"... TAN ESPONTÁNEO.</u> |
| 5. MADRE | (ORGULLOSA) ¡Mira qué |
| 6. | monerías está haciendo el bebé! |
| 7. | Es un niño tan alegre, tan |
| 8. | espontáneo. |
| 9. <u>O.P.</u> | <u>ENTRA PUENTE DE MÚSICA</u> |
| 10. | <u>SUBE. BAJA Y SE</u> |
| 11. | <u>MANTIENE.</u> |

Lo que respecta a la líneas del texto, deben ir enumeradas de la 1 a la 28 para facilitar las indicaciones del productor al equipo.

Cada página deberá llevar una referencia al título del programa o serie que servirá de guía para identificar todas las hojas de un mismo guión. Asimismo, todas las hojas deberán ir enumeradas de forma progresiva en el ángulo superior derecho.

En lo general, el guión deber ser mecanografiado sin borrones, ni letras encimadas porque de lo contrario se entorpece la lectura del locutor o actor. lo mismo sucede cuando se cortan las palabras de una línea a otra, por lo que se hace necesario que las líneas terminen en palabras completas. Esta misma regla es aplicada a los párrafos, los cuales además deben ser cortos.

En síntesis, para la presentación de un guión radiofónico, hay que tener en cuenta que:

-El guión se divide en dos columnas verticales.

En la primera, la izquierda, se indica con mayúsculas (altas) la participación de actores, locutores y operador, en la segunda, la derecha, se ubica el contenido literario del guión. Se escribe con mayúsculas y minúsculas (altas y bajas). En esta parte también se encuentran las indicaciones que se le hace al operador con respecto a las entradas, salidas y planos de música y efectos, se diferencian del texto literario porque éstas van con mayúsculas y subrayadas.

-El texto debe ser claro tanto en indicaciones como en contenido. Cuando se tenga la necesidad de escribir palabras que puedan ser difíciles en la lectura, se debe

ayudar al locutor subrayandolas o separandolas por sílabas:
OTO-RRI-NO-LA-RIN-GO-LO-GO.

-"Cuando se haga necesaria la utilización de cifras, y cuando éstas sean mayores de cuatro números, es mejor escribirlas con letra"⁽⁷⁾. OCHO MILLONES 215 MIL O TRES MIL 201.

"Si no es muy importante precisar la cantidad, se recomienda mejor cerrarla"⁽⁸⁾: MAS DE TRESCIENTOS O MENOS DE VEINTE MILLONES.

-No se deben utilizar abreviaturas. Hay que escribir la palabra completa: Kilómetros, 3 porciento, Licenciado.

-No se deben dividir las palabras de una línea a otra, ni los párrafos de una hoja a otra.

Independientemente del género que se trate, todos los guiones deben tener una carátula de identificación con los siguientes datos:

Nombre de la serie:
Nombre del programa:
Programa número:
Fecha de grabación:
Fecha de transmisión:
Nombre del guionista:
Nombre del productor:
Voces o personajes:
Efectos especiales mínimos:

(7) Limón, Carmen. Guionista. Entrevista inédita. 1991.

(8) Ibidem.

Cada hoja del guión deberá ir enumerada en el ángulo superior derecho. asimismo, es necesario que los datos más importantes, serie, número de programa y nombre se repitan en la primera hoja.

GUIÓN

LA RADIO A TRAVÉS DE LA RADIO

1. O.P. ENTRA RÚBRICA (MERTENS-TRACK 1)
BAJA Y SE MANTIENE DE FONDO.
2. Napoleón La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
presenta:
3. Carlota "La Radio a través de la Radio"
4. O.P. SUBE RÚBRICA, BAJA Y SE MANTIENE
5. Napoleón Un programa didáctico que tiene como
finalidad orientar a los interesados en el uso de
los recursos con que cuenta este medio de
comunicación.
6. O.P. SALE RÚBRICA, BAJA Y DESAPARECE.
7. Carlota Este programa se propone describir cada uno
de los elementos que integran la producción
radiofónica:
8. Napoleón Guión, locución, musicalización, operación
técnica y producción.
9. O.P. ENTRA PUENTE (MERTENS-TRACK 3)
SUBE BAJA Y SE MANTIENE.

SIGUE NAPOLEÓN ...

10. Napoleón Guión radiofónico.
11. O.P. SUBE PUENTE BAJA Y SE MANTIENE
12. Carlota La radio debe funcionar como ese otro interlocutor que tenemos normalmente en la vida real. Es como hablar con alguien con los ojos cerrados, pues hay que entender, imaginar, visualizar todo a través del oído.
13. Napoleón Carmen Limón.
14. O.P. SUBE PUENTE MUSICLA, BAJA Y DESAPARECE.
15. Carlota El primer paso para la producción de un programa es el ordenamiento detallado de la información y de los elementos sonoros. a esta conformación se le llama guión. El guión es la columna vertebral de toda producción.
16. Napoleón Conlleva una investigación de fondo previa, una adaptación al lenguaje radiofónico y un análisis en cuanto al mensaje a emitir, tomando en cuenta el público al que va dirigido.
17. Carlota El guión radiofónico se divide en dos partes: LITERARIO, que corresponde al contenido del programa y, TÉCNICO, que marca los pasos e indicaciones para el equipo de producción.

18. O.P. ENTRA PUENTE (MERTENS-TRACK 4).
SUBE, BAJA Y SE MANTIENE
19. Carlota Para la elaboración de un guión, es necesario conocer los elementos propios de la radio, es decir, su lenguaje específico.
20. Napoleón Durante la realización del guión debe recurrirse a los elementos propios de este medio, para situar al radio escucha en tiempo y espacio, llevándolo de un lugar a otro y ubicándolo en una determinada época. Deben aprovecharse los recursos sonoros en todas sus posibilidades.
21. O.P. SUBE PUENTE, BAJA Y DESAPARECE
22. Carlota El guionista deberá traducir a sonidos todo lo que no pueda verse o sentirse, convertir movimientos, gestos, sentimientos, situaciones, a un lenguaje radiofónico. Para hacer un guión de radio, es necesario pensar en sonidos.
23. Napoleón Al igual que en otros medios, son varios los aspectos que deben tomarse en cuenta para elaborar un guión: tema, objetivo, género, duración, público al que va dirigido, entre otros.

SIGUE O.P. ...

24. O.P. ENTRA PUENTE (MERTENS-TRACK 6).
SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.
25. Carlota El guión literario es todo lo que verbalmente habrá de expresarse. Es el vaciado de la investigación en un determinado texto. Es la forma que se le dá a un mensaje.
26. Napoleón Cuando se habla del guión literario se hace referencia a un término fundamental: La curva de interés.
27. Carlota La curva de interés consiste en jerarquizar la información, distribuirla y dosificarla a lo largo del programa, de tal manera que al mismo tiempo que se dá el mensaje, no decae el interés del radioescucha por la forma en que se presenta la información. El atractivo de un texto radiofónico depende en mucho de la curva de interés: como también depende del uso que le dé a la información.
28. O.P. SALE PUENTE.
29. Napoleón No es lo mismo por ejemplo. decir:
30. O.P. ENTRA PUENTE (COPELAND). SUBE,
BAJA Y SE MANTIENE.
31. Carlota Durante los años de 1942 a 1945 murieron en Europa alrededor de 6 millones de personas con motivo de la Segunda Guerra Mundial.

32. Napoleón Que transmitirlo de la siguiente forma:
33. Carlota Con los judíos muertos durante la Segunda Guerra Mundial se podría habitar un país con la densidad de población que Dinamarca tiene actualmente.
34. O.P. SUBE PUENTE
35. Napoleón Otros términos igual de importantes son, para el guión radiofónico, el ritmo y la continuidad.
36. Carlota Estos establecen los tiempos y la fluidez de un mensaje y, a pesar de que ambos términos se concretan en el trabajo posterior al guión, es decir, en la producción de un programa, son parte de la elaboración de cualquier guión, trátase del género que se trate: informativo, dramatizado, documental, etc.
37. O.P. SALE PUENTE MUSICAL
38. Napoleón El complemento de lo que se conoce como guión literario es el guión técnico, que es la parte donde se anotan todos los elementos que ambientarán la atmósfera de un programa. aquí se harán las indicaciones a todos los participantes de una producción radiofónica; actores, operador, locutores, efectista, musicalizador y se indicará la ubicación y duración de los efectos sonoros, la música y los silencios o pausas.

39. Carlota En el guión se señala a los actores y locutores el momento de su participación, así como el tono y la intención de su voz, al musicalizador y efectista se les indican puentes musicales, cortinillas, chispazos, música de fondo y ruidos ambientales.
40. O.P. ENTRA PUENTE (D. BYRNE-TRACK 1).
SUBE, BAJA Y DESAPARECE.
41. Napoleón Existen varios formatos de guión, independientemente del género radiofónico, pero el más usual es aquel que divide verticalmente a la hoja. a la derecha se escribe el texto que será leído por locutores y actores, y a la izquierda se anotan las indicaciones al operador, al musicalizador y el efectista; así como los lineamientos a las voces participantes.
42. Carlota Es recomendable numerar las hojas y los renglones con el objeto de facilitar la ubicación de la lectura.
43. Napoleón Es requisito indispensable que no se dividan las palabras de una línea a otra, ni se corten párrafos de una hoja a otra, a fin de no impedir la fluidez en la lectura.
44. O.P. ENTRA PUENTE (D. BYRNE-TRACK 2).
SUBE, BAJA Y DESAPARECE.

45. Carlota Dos aspectos integran un guión radiofónico: el texto, la información, es decir, la parte literaria, y las indicaciones claras y precisas, o sea, el guión técnico.
46. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL (D. BYRNE -TRACK 3). SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.
47. Napoleón Locución.
48. O.P. SUBE MÚSICA, BAJA Y SE MANTIENE
49. Napoleón La locución es el arte verbal que tiene relación con los distintos usos que se le puede dar a la palabra a través de un micrófono.
50. Carlota José Angel Domínguez.
51. O.P. CHISPAZO (D. BYRNE-TRACK 7).
52. Carlota La voz es el elemento radiofónico por excelencia, es la codificación de la idea que se transmite al radioescucha. Es el sonido humano que cumple con ciertas características: tono, timbre, intensidad, inflexión, volumen y matiz.
53. Napoleón La locución es la transmisión de mensajes a través de la palabra. Es el acto de hablar por un medio electrónico de comunicación.

54. Carlota Para llevar a cabo el ejercicio de la locución, es necesario que el locutor cumpla con ciertos requisitos: un timbre agradable, una buena dicción, dominio de la voz y fluidez en la lectura.
55. Napoleón Es importante entender el mensaje que se está transmitiendo con la finalidad de dar la intención necesaria al texto.
56. O.P. ENTRA PUENTE (D. BYRNE-TRACK 7)
SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.
57. Carlota Todo texto lleva una determinada intención, que es marcada por el matiz que el locutor imprime a su voz al dar a conocer un mensaje. a esta intención se llama subtexto. Es el contenido que no está escrito y que se expresa a partir de la forma en que el locutor lee el mensaje.
58. O.P. SUBE PUENTE, BAJA Y SE MANTIENE.
59. Napoleón Según especialistas, algunas técnicas para educar la voz son:
60. Carlota Respiración.
61. Napoleón Saber respirar bien implica que el locutor o actor tenga una adecuada puntuación y ritmo de lectura.

62. Carlota Dicción.
63. Napoleón Es la pronunciación correcta de las palabras. Los procedimientos para una buena dicción son: la articulación y puntuación, la pronunciación y la entonación.
64. Carlota Modulación.
65. Napoleón Es la entonación adecuada de un texto, dependerá del estilo y género del programa, ya que no es lo mismo leer una cápsula informativa que un noticiero o una dramatización.
66. Carlota Énfasis.
67. Napoleón Es la relación entre el ascenso y descenso tonal que se imprime a lo o las sílabas de una palabra.
68. Carlota Ritmo.
69. Napoleón Es la velocidad y acentuación adecuada en las palabras y sílabas para que el texto no se escuche plano.
70. Carlota Actuación.
71. Napoleón Es la imitación o representación de un personaje ficticio o real.

72. Carlota Hasta aquí hemos escuchado algunas de las técnicas más usuales en la locución, pero es importante tomar en cuenta que cada texto requiere de técnicas particulares.
73. Napoleón Después de hablar de las técnicas nos referimos a los ejercicios previos para una buena locución, que consiste en:
74. Carlota Ejercicios de respiración.
75. Napoleón Aspirar aire por la nariz antes de comenzar a hablar. La voz debe dar la impresión de que sale del diafragma, no del estomago.
76. Carlota Ejercicio de lectura.
77. Napoleón Adoptar un estilo propio a fin de alcanzar un ritmo y fluidez, tono e intensidad. Se recomienda leer diferentes tipos de guiones con la finalidad de ir dando los distintos tonos, modulación, énfasis y ritmo, entre otras técnicas
78. Carlota Leer en voz alta.
79. Napoleón Esto permitirá que el lector escuche sus errores y los corrija.
80. O.P. SUBE PUENTE, BAJA Y DESAPARECE.

SIGUE CARLOTA ...

81. Carlota Finalmente diremos que la locución es la culminación del trabajo de todo un equipo de producción, lo que implica una gran responsabilidad por parte del locutor, puesto que él será finalmente, la imagen de la estación.
82. O.P. ENTRA PUENTE (D. BYRNE-TRACK 3).
SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.
83. Napoleón Musicalización.
84. O.P. ENTRA PUENTE (BARON GRACK 4).
SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.
85. Napoleón La música es el espíritu de un programa. Siempre está detrás de una escena, dando fuerza y color a todos los momentos, exhaltando situaciones, enfatizando sentimientos; ubicando épocas, lugares y personajes. La música es un personaje.
86. Carlota Vicente Morales.
87. O.P. SALE PUENTE MUSICAL.
88. Carlota La música ubica una época.
89. O.P. EJEMPLO MUSICAL. (DICK TRACY
TRACK 3). SUBE, BAJA Y DESAPARECE.
90. Napoleón Un lugar.

91. O.P. EJEMPLO MUSICAL. (RADIO DAYS
-TRACK 1). SUBE, BAJA Y
DESAPARECE.
92. Napoleón La música expresa el estado de ánimo de los personajes
93. O.P. EJEMPLO MUSICAL. (AABERG-TRACK6).
SUBE, BAJA Y DESAPARECE.
94. Carlota La música nos remite a una situación amorosa.
95. O.P. EJEMPLO MUSICAL. (AABERG-TRACK
12). SUBE, BAJA Y DESAPARECE.
96. Napoleón O desesperada
97. O.P. EJEMPLO MUSICAL. (ROCKETEER
-TRACK 14). SUBE, BAJA Y
DESAPARECE.
98. Napoleón La música indica una situación de peligro.
99. O.P. EJEMPLO MUSICAL. (DICK TRACY
-TRACK 6). SUBE, BAJA Y
DESAPARECE.
100. Napoleón La música es también un apoyo para reforzar una acción.
101. O.P. EJEMPLO MUSICAL. (ROCKETEER
TRACK 2). SUBE, BAJA Y DESAPARECE.

102. Carlota En la producción radiofónica uno de los componentes fundamentales es la musicalización, la cual es definida por los expertos como la integración de un lenguaje musical a uno ya existente.
103. Napoleón En ocasiones la musicalización da vida a un texto. Hay contenidos en cuyo discurso la música no aporta nada sustancial, simplemente contrapuntea, da ritmo, separa un párrafo de otro. Sin embargo hay otros donde se vuelve un personaje imprescindible.
104. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL (AABERG -TRACK 4). SUBE, BAJA Y DESAPARECE.
105. Carlota Dentro del argot radiofónico, las inserciones musicales han dado en llamarse de distintas formas según su función.
106. O.P. CHISPAZO. (DRACULA-TRACK 8).
107. Napoleón Puente musical.
108. Carlota Es un fragmento de música que separa un párrafo de otro. También se emplea para dar un descanso al auditorio en textos prolongados, o bien para separar ideas globales.

SIGUE O.P. ...

109. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL. (COHOSTS -TRACK 5).
110. Napoleón Cortinilla.
111. Carlota Es un puente musical menos prolongado y se utiliza para cambiar de una escena a otra. En un programa dramatizado se recurre a ella para hacer una transición temporal.
112. O.P. CORTINILLA (COHOSTS-TRACK 9).
113. Napoleón Chispazo.
114. Carlota Es apenas un golpe musical de 1 ó 2 segundos. Se emplea para reafirmar un concepto o una escena dramática. También se usa para darle ritmo a un texto y para contrapuntear
115. O.P. CHISPAZO. (DRACULA-TRACK 3).
116. Napoleón Entrada o rúbrica.
117. Carlota Es el tema musical con que se abre un programa. Es equivalente a un título subrayado y con mayúsculas. Es la acción radiofónica que tiene como finalidad centrar la atención en el punto inicial del programa.
118. O.P. RUBRICA. (MERTENS-TRACK 1). SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.

119. Napoleón Cierre.
120. Carlota Es el punto final. Se recomienda hacer uso de los últimos acordes de la melodía con que se abrió el programa, con el fin de darle más coherencia al discurso.
121. O.P. SALE RUBRICA Y SE MEZCLA CON (BYRNE-TRACK 3).
122. Napoleón Operación técnica.
123. O.P. SUBE PUENTE (D.BYRNE-TRACK3). BAJA Y SE MANTIENE.
124. Carlota La operación técnica es la actividad que permite la grabación y transmisión del mensaje.
125. O.P. SALE PUENTE MUSICAL (YO YO-MA -TRACK 1). SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.
126. Napoleón Una producción radiofónica no puede realizarse si no se cuenta con los aparatos electrónicos mínimos para la transmisión, así como con el personal encargado de manejarlos; éstos dos elementos constituyen la operación técnica.

SIGUE CARLOTA...

127. Carlota Aunque ésta no es una actividad propia del comunicador por ser un trabajo de la ingeniería en comunicaciones, si es un componente básico para el ejercicio de la radiodifusión.
128. Napoleón La operación técnica es el manejo del equipo electrónico que existe en el estudio de grabación o en el área de transmisión, a través del cual se envía un mensaje al exterior.
129. Carlota La persona encargada de manejar los aparatos electrónicos que conforman la estación, es el operador técnico, es decir, el responsable de la calidad auditiva del programa.
130. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL (YO YO-MA-TRACK 1). SUBE, BAJA Y SE MANTIENE
131. Napoleón Cuando hablamos de planos o niveles de graduación, nos referimos a la voz, música y efectos, es decir, al volumen de éstos dentro de un programa radiofónico. Generalmente se manejan tres o cuatro planos, aunque pueden existir más. Los planos o niveles son una modificación del volumen del sonido: voz, música y efectos; sugieren profundidad, proximidad o lejanía.
132. O.P. SALE PUENTE MUSICAL.

SIGUE CARLOTA ...

133. Carlota El operador técnico cumple diferentes funciones de acuerdo al área de trabajo en que se desenvuelve.
134. Napoleón En la cabina, es el encargado de mandar la señal a la torre de transmisión.
135. Carlota En el estudio, es la persona responsable de grabar los programas que posteriormente serán transmitidos.
136. Napoleón En la torre de transmisión, es el responsable de que la señal de la radiodifusora no se corte y llegue sin contratiempos al receptor así como evitar interferencias de otras señales en su frecuencia.
137. Carlota El operador de mantenimiento se concreta a reparar y mantener en buenas condiciones el equipo técnico que forma la transmisión.
138. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL (D.BYRNE
-TRACK 3). SUBE, BAJA Y SE
MANTIENE.
139. Napoleón Producción radiofónica.
140. O.P. SUBE PUENTE, BAJA Y SE MANTIENE.

SIGUE CARLOTA ...

141. Carlota La producción es la conjunción de los elementos de una emisión radiofónica. Es el armado de un programa. Es la organización de cada una de las partes que conforman la grabación.
142. Napoleón La producción radiofónica, como suma de los aspectos de grabación o transmisión de un programa, abarca todos los momentos de la realización; desde la manufactura del guión hasta la transmisión al aire. Siendo la producción aquella instancia que une cada uno de los elementos que conforman una determinada emisión, encuentra su razón de ser en un trabajo de equipo: guión, locución, musicalización, operación técnica y producción o realización, que se plantea como un todo homogéneo y no como una simple superposición de partes.
143. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL (ROBIN HOOD-TRACK 3). SUBE, BAJA Y SE MANTIENE.
144. Carlota El productor es la persona que conjuga y une armoniosamente todos los elementos que dan forma a un programa y es quien dirige de principio a fin la grabación de la misma.
145. Napoleón Es quien da las indicaciones a cada uno de los participantes, logrando con ello el ritmo y la continuidad de la emisión de mensajes.

146. Carlota Al musicalizador le indica donde debe entrar la melodía, al operador hasta qué punto y cuánto tiempo debe durar la música, cuándo baja, si se queda de fondo o no, cuándo sale.
147. Napoleón Así mismo, indica al locutor la intención, el tono, la velocidad con que se debe decir tal o cual frase o párrafo; controla si los efectos y las voces van en primer, segundo o tercer plano. En concreto el productor es quien coordina y dirige todos los elementos para una buena producción.
148. O.P. SALE MÚSICA DE FONDO
149. Carlota Dentro de la producción existen diferencias claras de acuerdo al género del guión que se maneje, es decir si se trata de una dramatización, programa informativo, musical; si va a ser un programa grabado, en vivo o diferido
150. Napoleón La producción de un programa para radio para fines prácticos se puede dividir en tres etapas.
151. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL (19984
-TRACK 8). BAJA Y SE MANTIENE)
152. Napoleón Producción.

SIGUE CARLOTA ...

153. Carlota Abarca desde la concepción del programa, el proyecto y presupuesto, hasta la elaboración del guión, la selección de las voces, música, efectos, localización de invitados. Puede incluir un ensayo general. .
154. Napoleón Realización.
155. Carlota Es la grabación o transmisión en vivo del programa. Esta etapa es el momento más importante de todo el proceso, ya que aquí se verán realizadas todas las expectativas planteadas desde el guión. La responsabilidad en este momento recae en el productor, quien debe cuidar cada uno de los instantes de la grabación e indicar algún ajuste en caso de ser necesario.
156. Napoleón Posproducción.
157. Carlota Cuando el programa se arma a partir de pistas, la posproducción es el último momento de la realización y se refiere al armado final del programa. aquí se mezclan las voces grabadas en frío, con la música y los efectos que no hayan sido grabados durante la producción.
158. O.P. SALE MÚSICA DE FONDO.

SIGUE NAPOLEÓN ...

159. Napoleón Dentro del lenguaje radiofónico, hay dos formas de definir el proceso de producción: la grabación en frío, que tiene la ventaja de poder corregir los errores en el momento, y la grabación en directo, cuya desventaja es que los errores obligan a la repetición de largos párrafos.
160. O.P. ENTRA PUENTE MUSICAL
(ROCKETEER-TRACK 1). SUBE, BAJA Y
SE MANTIENE.
161. Napoleón Hasta aquí presentamos a ustedes algunos de los principios que hacen posible la transmisión radiofónica.
162. Carlota Guión, locución, musicalización, operación técnica y producción son los cinco elementos que permiten al radioescucha seguir siendo un ciego voluntario.
163. O.P. SUBE PUENTE MUSICAL, BAJA Y SE
MANTIENE.
164. Napoleón La facultad de Ciencias Políticas y sociales presentó:
165. Carlota "La radio através de la radio". Un primer paso para aquéllos que deseen aportar nuevos elementos a este medio.
166. O.P. SIGUE PUENTE

167. Napoleón Un programa a cargo de : Ruth Olivares,
Leticia Suárez Melina Villasana, bajo la
asesoría de Olga Durón.

En los controles técnicos: Guillermo Lagarda.

Voces: Carlota Villagrán y Napoleón Glockner

168. O.P.

SUBE PUENTE Y SE MEZCLA CON
RUBRICA (MERTENS-TRACK 1)

ANEXO

PROPUESTA

En términos generales, nuestro planteamiento, está encaminado a proponer alternativas de reestructuración del tiempo fiscal en radio con base a los temas de interés de los escuchas. Para tal efecto, queremos ubicar primero al lector en lo que ha sido, en términos muy generales, el marco histórico legal de los medios.

MARCO HISTÓRICO

A finales de los años 20, la radiodifusión cobra un gran auge que se reafirma al iniciar la XEB sus transmisiones en 1923 con una finalidad ya comercial, dando lugar a la industria de la radio en México. Por lo que, el entonces Presidente Plutarco Elías Calles, expide en 1926 la Ley de Comunicaciones Electrónicas, englobando en ella, tanto el interés general que representa una transmisión pública, así como el marco legal que contemplan otras disposiciones legales por vía de concesión o permiso.

Para el año de 1932 se promulga una segunda versión de la Ley de Vías Generales de Comunicación que deroga lo anterior. Y en 1937, se expide el Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas, Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados, en donde ya se contemplaba la obligación de los concesionarios y permisionarios de transmitir información de el Gobierno Federal a través de sus diferentes dependencias, así como el encadenamiento de las estaciones radiofónicas como obligación.

En 1940 se expide la Ley de Vías Generales de Comunicación, con el fin de estimular el desarrollo Nacional, y de tener un mayor control de los concesionarios. Pero es hasta 1953 cuando se contempla la participación del personal que ya se hacía escuchar a través de estos medios, incluyendo a la televisión, que lo hacía a través del "Reglamento de los Certificados de Aptitud para el Manejo de las Estaciones Radiofónicas" y que actualmente quedó suprimido, con el decreto establecido a principios de 1993.

En 1960 durante el mandato de López Mateos, se expide la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), la cual distingue a los permisionarios de los concesionarios, a través de los artículos 2, 9 fracc. I, que "establece el dominio directo por parte del estado, "del espacio territorial y en consecuencia del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas". El (Art. 1). "Establece como interés público la actividad de la radio y televisión". Asimismo "protege y vigila el debido cumplimiento de su función social. (Art. 5)".

MARCO LEGAL

La Constitución Mexicana en su artículo 27, establece cuales son los bienes de dominio directo de la Nación en particular el párrafo IV que se refiere al espacio situado sobre el territorio nacional, esto es, el espacio donde se propagan las ondas electromagnéticas que indica el artículo 3 de la **Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT)**.

Desde el punto de vista legal, los medios de comunicación electrónicos se encuadran dentro de los bienes de dominio directo de la Nación.

Conforme a lo previsto, en la **LFRT** que estipula como Jurisdicción Federal todo lo relativo a la Radio y Televisión es que, éstas funcionan al amparo de concesiones federales para uso exclusivo de bienes del dominio directo de la nación, por lo que, deben ser aplicables a diversas disposiciones de otras legislaciones, tales como las relativas a cuestiones fiscales.

En lo particular, se clasifican como personas morales o físicas a las empresas de Radio y Televisión dedicadas a actividades empresariales y que por vía de concesión obtienen ingresos derivados de sus contratos efectuados con terceros para su comercialización. En este sentido, resulta necesario ubicar en especial la forma de pago o liquidación en que las concesionarias decidieron cumplir con su obligación tributaria, a través de la **Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión**, donde los industriales plantearon pagar dicho impuesto, no en efectivo sino en especie siendo este del 12.5 por ciento del total de transmisiones de la emisora.

A los efectos del Acuerdo anterior, se considera opcional que los concesionarios se adhieran a esta disposición, ya que también pueden pagar en efectivo el gravamen de la tasa que es del 25 por ciento del ingreso total de la emisora, tal como se establece en la Ley del 31 de diciembre de 1968.

Pese a lo anterior, las concesionarias deberán presentar sus respectivas declaraciones fiscales ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) como cualquier otra empresa dedicada a actividades empresariales.

Así que al presentar sus declaraciones fiscales como cualquier otra empresa ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público deben

especificar el tiempo otorgado al Estado en relación al 12 y medio por ciento del total de transmisión de cada emisora, tal como lo establece el **ACUERDO TERCERO** del 1 de Julio de 1969, que a la letra dice "en caso de que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que está obligado o no cumpla con sus otras obligaciones, el impuesto será cubierto en efectivo y, en su caso se exigirá a través del Procedimiento Administrativo de Ejecución, las multas, recargos, y demás disposiciones a que dé lugar la Ley".

Aunque las empresas radiofónicas o televisivas, no se adhieran al acuerdo, por el que se cambia su forma de pago del impuesto por el 12.5 por ciento del tiempo total de transmisión, están **obligadas** a transmitir 30 minutos, continuos o discontinuos, gratuitamente como tiempo de estado, artículo 59 de la LFRT y 12 y 13 de su reglamento, al igual que las permisiarias.

TIEMPO FISCAL

Normas que lo rigen:

-Si el gobierno Federal no cubre por cualquier causa los espacios de referencia, éstos nunca serán acumulables.

-Los tiempos de transmisión que corresponde al Estado deben distribuirse en forma proporcional y equitativa, de tal manera que en ningún momento se ponga en peligro la estabilidad económica de las emisoras. Para la inclusión de los mensajes oficiales se han de tomar en cuenta las características de la programación de las estaciones y notificarse con razonable anticipación.

-Los concesionarios quedan liberados del impuesto con sólo poner a disposición del Estado el 12.5% de su tiempo diario de transmisión, independientemente de que sea o no utilizado por aquél...

-En caso de que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que está obligado o no cumpla con sus demás responsabilidades, el impuesto será cubierto en efectivo, y en su caso, se exigirá a través del procedimiento administrativo de ejecución sin perjuicio de las demás acciones que procedan.

-Los beneficiarios del tiempo oficial son:

- El poder Ejecutivo
- Poder Judicial
- Poder Legislativo
- Gobiernos Estatales
- Gobiernos Municipales
- Organismos Públicos

El Gobierno Federal, por conducto de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), puede hacer extensivo el beneficio de ese tiempo a otras entidades privadas no lucrativas de carácter educativo, asistencial, social y cultural.

Los tiempos oficiales son administrados por la Secretaría de Gobierno, a través de la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía de quien depende el Departamento de Tiempos Oficiales de Radio y Televisión. Este último, tiene como función principal la de coordinar y distribuir al tiempo oficial que por Ley corresponde al Gobierno Federal en la Radio y Televisión (según consta en el Manual de Organización de R.T.C.)

En la Administración del tiempo oficial, el departamento antes mencionado se han seguido algunos principios que se refieren a la priorización de las campañas enviadas por las dependencias, según las necesidades, oportunidad y utilidad de las mismas, en cuanto a:

-Que los contenidos dirigidos fortalezcan la integración nacional.

-Que no sean degradatorios.

-Que estén de acuerdo con los principios y disposiciones generales de la Ley en materia y,

-Que sean acordes al perfil programático de las estaciones de radio y televisión que los transmiten entre otros.

Estos principios se encuentran establecidos en el Manual para el uso de los Tiempos oficiales elaborado por la Dirección General de R.T.C. el 30 de marzo de 1990.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

a) Por qué el problema fiscal:

A una estación radiofónica que transmite 24 horas le corresponde de tiempo oficial (12.5%) es decir, 3 horas, de las cuales según RTC, no se cumple ni el 50%. El 35% del tiempo que el Departamento de Tiempos Oficiales programa las concesionarias no cubren ni el 30% y mucho menos otorgan lo que le corresponde al Estado.

Aunado a esta situación se agrega la incapacidad económica que tiene el Estado para producir campañas y programas que permitan aprovechar el tiempo que las concesionarias ponen a su disposición, tiempo que termina por comercializarse porque así lo establece el Acuerdo Presidencial del 21 de junio de 1969: "se señala que si no se utilizaron total o parcialmente tales tiempos para transmisión, deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines a efecto de no interrumpir el servicio de radiodifusión...

b) ¿Por qué la radio?

Por ser el medio que cuenta con mayor número de usuarios, debido a su fácil difusión y captación, bajo costo y tamaño. Además que por sus características propias llega a los rincones más alejados de nuestro país. Así pues, su auditorio es lo más heterogéneo niños, obreros, desempleados, intelectuales, analfabetas, etc.

Sin embargo, las opciones con las que cuentan este auditorio heterogéneo son muy limitadas.

En el Distrito Federal, la urbe más poblada del mundo, con necesidades cambiantes y crecientes dificultades, con problemas de salud, servicios, ecológicos y de contaminación; requieren de las 58 estaciones que envían sus transmisiones a más de 20 millones de ciudadanos "no sólo se dediquen prioritariamente a consagrar y reforzar el conocido esquema radiofónico de promoción disquera y publicitaria",⁽¹⁾ sino que abran opciones participativas a los escuchas.

(1) Rabeil Corella, María Antonieta; Alva de la Selva, Alma Rosa; Rodríguez Zúrate, Ignacio. Perfiles del Cuadrante, Ed. Trillas

Quizás algunas de estas opciones las ha tratado de cubrir la radiodifusión estatal, pero sin un plan rector en materia de comunicación social que ubique y apoye los esfuerzos estatales en ese terreno...(2)

De las 58 estaciones que conforman el cuadrante radiofónico (33 emisoras de AM y 25 de FM) se transmiten semanalmente 8880 horas con los siguientes tipos de programación*:

Musicales	6843 horas
Espectáculos	0073 horas
Concursos	0074 horas
Astrología (horóscopos)	0071 horas
Noticiarios	0721 horas
Interés general (salud, cocina, etc.)	0303 horas
Cultura (cine, educación, libros, etc.)	0202 horas
Para desvelados	0117 horas
Deportes	0141 horas
Economía y finanzas	0078 horas
Radionovelas	0047 horas
Orientación	0023 horas
Dedicados a la mujer	0075 horas
Cómicos	0025 horas

(2) Ibidem.

* Datos obtenidos de monitoreos realizados por RTC. Secretaría de Gobernación.

Bajo estas circunstancias, es que proponemos que el tiempo fiscal en radio (12.5%) se utilice para transmitir programas de interés social donde la gente pueda participar. Un primer paso podría ser un programa de una hora de duración, cuyas características se desarrollan a lo largo de esta propuesta.

Consideramos este enfoque importante debido a que de las 164 horas que le corresponden al estado por día, sólo se ocupan 50, es decir, 33%. Asimismo, de las 58 estaciones que, hasta el momento, conforman el espectro radiofónico en el D.F., 47 se encuentran en manos de la iniciativa privada que le da un uso puramente comercial, y sólo 5 son independientes y 6 pertenecen al Estado repitiendo, en su mayoría, los mismos esquemas de producción (inserción de melodías y pocos programas de análisis y reflexión, etc.). Aunado a esto, tenemos que el 87% del total de las emisiones se dedican a programar música en diferentes géneros, por lo que el radioescucha se ve limitado a usar la radio como un simple medio de distracción.

"La radio es un elemento de lo que se ha dado en llamar "comunicación social", puesto que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes. Al respecto Alejandro Avilés distingue entre las acepciones "comunicación masiva" y "comunicación colectiva o social" en el sentido de que esta última lleva implícitos conceptos concientizadores o personales"⁽³⁾.

El que la radio juegue el papel de comunicación masiva, de difusión o de comunicación social, dependerá de "los criterios de utilización, de la adecuación del mensaje al proceso y sobre todo, el papel que juegue el auditorio"⁽⁴⁾.

(3) Romo Gil, Ma. Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio. Ed. Diana.

(4) *Ibidem*.

Por tal motivo, consideramos importante hacer una revaloración de la radio como un medio de comunicación social que permite la participación del escucha en programas que aborden temas de su interés común, bien pueden ser: la solicitud de ayuda; de orientación laboral, de salud, fiscal, prevención ecológica y de fenómenos naturales, así como el fomento educativo y cultural, (temas sugeridos por gente encuestada).

Proponemos que el planteamiento de la función social de la radio se lleve a cabo por conducto de organismos públicos y entidades privadas no lucrativas de carácter educativo, asistencial; social y cultural o la propia Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) a través de programas de 30 a 60 minutos de duración diaria. Los programas tendrían la participación directa del público en general por vía telefónica o escrita, quienes colaborarían con su experiencia de acuerdo a su profesión o actividad.

ESTRATEGIA

Se busca presentar al radioescucha nuevas opciones, o alternativas a las ya existentes, por medio de un programa en el que participe como protagonista y como público a la vez.

Tomando en consideración que el Estado no ocupa los tiempos a los que tiene derecho por Ley, y que las radiodifusoras buscan la comercialización de sus espacios, se propone aprovechar el tiempo fiscal con programación que tenga una función social que abra el cuadrante para que la radio deje de ser aquello que Bertolt Brecht afirmaba cuando decía "El hombre que tiene algo que decir se desespera de no encontrar auditores, pero es aún más desolador

para los auditores el no encontrar a nadie que tenga algo que decirle..."

Aunque sólo ponemos a consideración un programa de una hora dejamos abierta la posibilidad para que se propongan otras opciones.

Debido a que el público está acostumbrado a que el esquema general de transmisión sea "música, comercial, locutor", al servicio del sistema productivo y a que los programas de debate sean muy reducidos; el radioescucha ya no busca otras opciones en el cuadrante, por lo que es imprescindible romper con esta pasividad y poner en marcha el proceso de comunicación.

Como primer paso se tiene contemplado la realización de una encuesta entre gente de todos los estratos de la población a fin de conocer sus preferencias, los temas que les gustarían que se trataran, y la forma de su participación y tratamiento. Al principio esta encuesta se realizaría casa por casa y posteriormente, cuando la gente ya tenga conocimiento del programa, se haría por medio de la participación telefónica del público, es decir, ésta sería nuestro principal factor orientador.

Puesto que los espacios fiscales se usarían para la transmisión de los programas, la mayor parte del trabajo publicitario se podrá llevar a cabo mediante volantes que se repartirían en la calle, en los centros escolares, en las instituciones públicas y privadas, entre otras, y por medio de posters, pancartas, y algunos spots en radio (dentro del mismo tiempo fiscal), en los que con frases llamativas se despierte el interés y curiosidad de la gente en cuanto la forma de su participación en el programa.

Partiendo de las encuestas, se realizarían diez programas como stock en los que se tratarán los temas que el mismo público eligió.

El género será informativo pero su formato será libre, es decir, de acuerdo al tema a tratar se buscará la forma más conveniente para su tratamiento, por ejemplo, si es de denuncia se llevará a cabo en mesa redonda en la que participen los denunciantes, especialistas y autoridades que puedan solucionar el problema, o por el contrario, si se trata de conocer a fondo algún tema se presentará por ejemplo, un reportaje completo y después, un especialista del mismo auditorio o de fuera contestará las preguntas del público. De tal forma que la participación del radioescucha pueda ser por medio de carta, vía telefónica, invitado en el estudio y/o como especialista en el tema.

Este programa podrá ser desarrollado por las dependencias que tienen derecho a este tiempo. Se trataría de que se coordinaran entre sí para que de acuerdo a sus posibilidades aporten los elementos necesarios de acuerdo a su campo de acción.

Aunque de antemano sabemos que el Estado tiene derecho a los tiempos, pero no a los estudios, instalaciones y líneas telefónicas de las radiodifusoras, pensamos que el programa de 60 minutos de duración se ubique dentro del tiempo fiscal, pero que la estación lo pueda comercializar a cambio del préstamo de las instalaciones y demás servicios.

Se propone que el horario de transmisión sea por la tarde, entre las 17:00 y 20:00 horas. El total de los cortes comerciales no deberá exceder los 15 minutos.

Creemos que hay viabilidad para llevar a cabo este tipo de programas debido a que de las 3 horas de tiempo fiscal que le corresponden al Estado, sólo se ocupa una, en el horario de menor audiencia y no se transmite el total de la información enviada por las dependencias que tienen derecho, además de que no se cumple con los pagos en efectivo a la Secretaría de Hacienda, y se viola el Reglamento de Publicidad de Bebidas Alcohólicas y Tabaco. Con todo ésto podemos confiar que existen elementos para que los radiodifusores se vean obligados a colaborar en cierta forma con RTC. Y más aún se ven que pueden tener ganancias sobre este tiempo y con programas de mucha audiencia por su misma tónica.

Sin embargo, si el Estado prefiere guardar la misma condición de separación que existe actualmente con las radiodifusoras, pero está de acuerdo en aprovechar estos espacios a que tiene derecho, la única variante sería que los programas tendrían que ser grabados con los propios recursos con que cuenta y quedarían fuera las llamadas telefónicas en vivo. Por lo demás, no se afectaría la dinámica del programa aunque perdería frescura, pero se conservarían las llamadas telefónicas por parte de la institución, que serían tomadas en cuenta para los futuros programas. Si este fuera el caso, al final de la emisión sólo se anunciaría el siguiente tema a tratar para orientar la participación del público.

El personal requerido, sería un productor, dos guionistas, un operador técnico, un conductor, dos telefonistas, dos asistentes, dos investigadores y un publicista.

BIBLIOGRAFÍA

-Arnheim, Rudolf. Estética Radiofónica. Ed. Gustavo Gili. Barcelona

-Granillo, Silvia y Bermúdez, Guillermo. "Hacia una semiótica de la Radio". Información Científica y Tecnológica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Ed. Conacyt. Febrero de 1984.

-Kaplún, Mario. Producción de Programas de Radio. Ed. CIESPAL. Quito, Ecuador. 1978. Co. Intiyán.

-Alva de la Selva, Alma Rosa. Radio e Ideología. Ed. El Caballito.

-Rebeil Corella, Ma. Antonieta; Alva de la Selva, Alma Rosa; Rodríguez Zárate, Ignacio. Perfiles del Cuadrante. Ed. Trillas.

-Romo Gil, Ma. Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la Radio. Publicaciones Ciencias de la Comunicación-ITESO. Núm. 7. 1982.

-García Camargo, Jimmy. La Radio por Dentro y por Fuera. Ed. CIESPAL. Quito, Ecuador. 1980, Col. Intiyán. Primera Edición.

-Vilar, Josefina. El sonido de la Radio. Ed. UAM-X; IMER. México, Primera Edición.

-Linares, Marco Julio. El guión. Ed. UAM-X. México 1993. Primera Edición.

-Villegas Barrera, Teodoro. El guión o libreto Radiofónico. Ed. Lecturas, talleres de Comunicación Social. Radio No. 1.

-Valls Goriña, Manuel. Aproximaciones a la Música. Ed. BBS.

-González Alonso, Carlos. El guión. Ed. Trillas. México. 1989. Tercera reimpresión.

-Curiel Defosse, Fernando. La Escritura Radiofónica. Ed. UNAM. México.

-Estrada, Julio. El sonido en Rulfo. Ed. UNAM. México. 1990. Primera Edición.

-Diplomado. "Producción Radial". Universidad Iberoamericana. 1990

-Taller. "Actualización de productores de radio del INEA". IMER-INEA. Noviembre de 1991.

ENTREVISTAS INÉDITAS

* Guionistas

- Adriana Gutiérrez Mateos.
- Carmen Limón.
- Esteban Martínez.
- José Luis Vázquez Piñón.

* Productores

- Olga Durán Viveros.

* Locutores

- José González Márquez.
- Yuriria Contreras.
- Carlota Villagrán.
- José Angel Domínguez.
- Ma. Eugenia Pulido.

* Operadores Técnicos

- Gloria Emilia Mendiola.
- Pablo Jacome.
- Fructuoso López.

* Musicalizadores

- Vicente Morales.
- Rafael Méndez.
- Manuel Díaz Suastegui.