

PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO

EL GUIÓN - LA REALIZACIÓN

MARIO KAPLÚN

Ediciones CIESPAL - Colección INTIYÁN
Editorial "Quipus" - Quito-Ecuador
Diciembre 1999

**Las opiniones del autor no son
necesariamente, las de CIESPAL.**

MARIO KAPLÚN

Producción de Programas de Radio: El guión - la realización

Autor: Mario Kaplún

Colección INTIYAN - Volumen 5

ISBN 9978 - 55 - 022-4

ISBN 9978 - 55 - 017-8

© Ediciones CIESPAL

Derechos reservados conforme a la Ley correspondiente de Derechos de autor. La reproducción parcial o total de esta obra no puede hacerse sin autorización escrita de CIESPAL.

**Director General de CIESPAL:
Edgar Jaramillo S.**

**Edición y dirección editorial:
Departamento de Publicaciones**

**Diseño de portada: Alejandro Hallo
Separación de colores: Fernando Ríos**

**Levantamiento de textos: Cecilia Moral
Diagramación y armada: Fernando Rivadeneira L.**

**Impresión: Editorial Quipus - CIESPAL
Av. Diego de Almagro N32-133
Telfs: 548-011 / 524-177
Fax: (02-593) 502-487
Apartado Postal 17-01-584
e.mail: ciespal@ciespal.org.ciespal**

**Diciembre de 1999
Quito-Ecuador**

ÍNDICE

Página

PARTE PRIMERA PEDAGOGÍA DE LA RADIO

CAPITULO 1

La Radio como instrumento de educación popular	19
1. Radio, ¿para qué?	19
2. Educar ¿para qué?	29

CAPITULO 2

La naturaleza del medio	53
1. La especificidad de medio radiofónico	53
2. Limitaciones de la radio	56
3. Las posibilidades, los recursos	68
4. El guión radiofónico creativo	87

CAPITULO 3

El lenguaje radiofónico	95
1. Código	95
2. Decodificación	106

CAPITULO 4

Otros factores básicos de la comunicación	115
1. El ruido en la comunicación	115
2. Redundancia	135
3. Comunicación de retorno y participación popular	141

PARTE SEGUNDA
LA TÉCNICA RADIOFÓNICA

CAPITULO 5

Los formatos radiofónicos	153
1. Doce formatos básicos	154
2. La práctica de los formatos	180

CAPITULO 6

Música, sonido, efectos	185
1. La música	185
2. Los sonidos	211
3. Otros recursos técnicos	233

CAPITULO 7

La información en radio	255
1. La redacción	256
2. La selección de la información	258

CAPITULO 8

La entrevista	291
1. Técnica de la entrevista	292
2. Condiciones de una buena entrevista; Recomendaciones para lograrla	298

CAPITULO 9

Como se proyecta un programa de radio	
1. El proyecto: la estructura programática	311
2. Horario, duración, frecuencia	311
3. La puesta en marcha del proyecto: las emisiones "cero"	320

PARTE TERCERA
EL GUIÓN

CAPITULO 10

La elaboración del guión: principios básicos	326
1. El esquema previo	326
2. La redacción	328
3. La lectura crítica	336
4. Cómo se diagrama el guión	341

CAPITULO 11

El guión de una charla o monólogo	341
1. El tratamiento radiofónico	351
2. El monólogo dramático	355

CAPITULO 12

El guión de un radio-reportaje	361
1. El género	362
2. El reportaje a base de entrevistas	364
3. La estructura del guión	372

CAPITULO 13

El guión de un relato con montaje	400
--	------------

CAPITULO 14

El guión de un radiodrama	419
1. Los tres componentes del radiodrama	419
2. Técnica del radiodrama	427

**PARTE CUARTA
LA REALIZACIÓN**

CAPITULO 15

Frente al micrófono	449
1. El estudio de radio	449
2. El equipo humano	458
3. Técnica del micrófono	460

CAPITULO 16

El proceso de producción: la preparación	471
1. El copiado del libreto	471
2. El reparto	472
3. La musicalización	476
4. La sonorización	489
5. La dirección: el plan de trabajo	498

CAPITULO 17

La ejecución: el ensayo, la grabación	505
1. Los ensayos	506
2. La interpretación	513
3. La realización técnica (música, sonidos, efectos)	516
4. La grabación	518

A N E X O S

Anexo I	
La medición y el ajuste del tiempo	537
Anexo II	
El sistema de grabación en dos etapas	543

PRÓLOGO

Desde su aparecimiento, hace varios años, en la Colección “Intiyán” de CIESPAL para la cual fue escrito, este libro como su autor lo figuraba, se constituyó en un manual técnico en el que el lector encontraría los recursos instrumentales necesarios para redactar y producir buenos trabajos de radio.

El propósito de Mario Kaplún no era “enseñar a hacer todo tipo ni cualquier tipo de programas radiales”, sino abrir el camino a quienes quieren asumir y desarrollar la actividad radiofónica como un servicio y un compromiso con los pueblos latinoamericanos.

En el prólogo de la primera edición, el periodista Alberto Maldonado consignó un punto de vista entonces generalizado, y hoy constantemente ratificado por los analistas de los procesos comunicacionales, respecto de la radiodifusión. Así es como, al anotar que el alcance de ésta es “prácticamente ilimitado”, señala que: “la proliferación de grandes y pequeñas estaciones de transmisión; la producción en serie del transistor a precios accesibles por grandes sectores de la población, otorgan a la radiodifusión una ventaja indiscutible sobre los restantes medios de comunicación social, en lo referente a posibilidades de llegar con mensajes a mayor número de receptores y oyentes”.

Si la radio, mirando dentro del mismo marco, “está al alcance de todos, alfabetos y analfabetos, pobres y ricos, poblaciones urbanas y campesinas”, de oyentes sedentarios y de personas que por diferentes razones se desplazan de uno a otro lugar, a toda hora del día y la noche, fácil es admitir el alcance de su influencia y sus perspectivas de ampliación en “aquellos conglomerados sociales que no tienen acceso a otros medios de comunicación”, y aun de aquellos que teniéndolo a los otros recursos audiovisuales, -como la televisión y el internet- consideran convencidamente a la radio como la acompañante preferida para entretenerse con sus programas favoritos o misceláneos, o informarse de lo que ocurre en el mundo externo y en su propio ámbito.

Estas, entre otras percepciones de un comunicador tan autorizado como Mario Kaplún, revelan en todos y cada uno de los capítulos de este libro, la presencia del maestro que punto a punto transmite a sus alumnos el summum de sus conocimientos y de su valiosa experiencia, pero además la convicción de servicio y pulcritud que cada uno debe tener para desempeñar sus labores profesional, ética y responsablemente, en particular cuando difunde información y opiniones a través del micrófono.

Kaplún concibe a la programación radial -y así lo sustenta en este libro- con una presencia dinámica de lo educativo y lo cultural... que sepa ir más allá de los espacios etiquetados y categorizados. Postula programas educativos y culturales que no estén reñidos con el entretenimiento y programas de entretenimiento que no sean ajenos a la educación y la cultura bien entendidas. Puntualiza en que “el desafío -arduo y urgente desafío- que enfrentan los comunicadores radiofónicos de América Latina, es el de realizar programas que tengan un contenido y un objetivo auténticamente educativos, y que a su vez sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares y responder a sus necesidades”.

Para Kaplún, el empleo de las mejores técnicas de producción de programas radiofónicos “de modo alguno es antagónico con el contenido altamente educativo y cultural que deben tener estos programas”. Ambos requerimientos son absolutamente complementarios, y en esto enfatiza Maldonado, al relieves el ideal, el objetivo de la obra. Es importante para ello partir de un conocimiento previo y global de la situación social, desde puntos de vista económicos, políticos, culturales, dice. Y basándose en el pensamiento de Kaplún, indica que “si la radiodifusión puede servir de refuerzo para introducir cambios, motivar innovaciones que vayan en beneficio de la comunidad y su desarrollo, pues entonces es un imperativo de la época, de nuestros países subdesarrollados, la utilización más adecuada de este medio de comunicación social, con programaciones que despierten el interés popular tanto por su contenido como por su calidad técnica”.

En el contexto del libro, es notable la importancia que el autor concede al guión y a la realización. La forma como Maldonado analiza este aspecto en el prólogo de la primera edición, amerita transcribirse en esta parte: “Capítulo tras capítulo, Mario Kaplún va precisando y analizando métodos de producción, recursos técnicos, fórmulas y conocimientos profesionales que solo se logran tras una vida de ricas experiencias en el estudio, frente al micrófono, sobre la máquina de escribir, ante la consola o los radioescuchas. Así el autor logra desarrollar un manual claro, preciso y ordenado. Paso a paso va señalando los principios básicos que rigen la producción radiofónica, las características principales de cada eslabón, de cada elemento; las posibilidades de empleo, sus limitaciones, los errores más frecuentes y las técnicas más adecuadas. Desmenuza el guión, analiza textos, sugiere modalidades, examina el lenguaje, habla de los sonidos y los silencios, explica el uso multifacético de la música y señala el papel que deben jugar locutores y actores, guionistas, productores y más personajes comprometidos en la programación”.

Escrito hace varios años, pero por sus enunciados, enseñanzas y recomendaciones prácticas, perdurable y vigente para largo tiempo -como aquellos clásicos inmortales de la literatura- este manual de la radiodifusión, al reaparecer satisfará los incesantes requerimientos hechos desde varios sectores de la comunicación que conocen la vasta producción del autor en esta materia y valoran su aporte didáctico; y, a la vez cumplirá con el deseo de CIESPAL de compartir con sus ex-becarios y con los profesores y estudiantes, como también con los planificadores, productores y redactores de programas de radio un justiciero homenaje póstumo a Mario Kaplún, un destacado colaborador de esta institución y un decidido y leal impulsor de la capacitación idónea de todos quienes en el ejercicio de su actividad radiofónica, están inmersos en los problemas, las vicisitudes, los comportamientos y las grandes causas de la humanidad. N.D.V.

PARTE I

PEDAGOGÍA DE LA RADIO

CAPÍTULO 1

LA RADIO COMO INSTRUMENTO DE EDUCACIÓN POPULAR

1. RADIO, ¿PARA QUÉ?

Será conveniente empezar por ubicar este libro y definir sus propósitos y alcances.

Es, ciertamente, una obra técnica, donde el lector podrá encontrar los recursos instrumentales para escribir y producir buenos programas de radio; pero al mismo tiempo, se sitúa en otra perspectiva.

El mismo hecho de que comience preguntándose para qué hacer radio y planteando una pedagogía del medio radiofónico, ya lo define de alguna manera. Ello supone, en efecto, un lector que no se propone hacer radio solo por hacer radio, como un fin en sí mismo, sino que se interesa por aprender a realizar programas de radio para algo; que procura el dominio de las técnicas radiofónicas en función de un objetivo, de una inquietud educativa, en el más amplio sentido de la palabra.

Aspira, pues, a ser útil herramienta de trabajo en manos de aquellos que, sintiendo la comunicación como una vocación, no ven en la radio tan solo una profesión y un medio de vida, sino que la conciben como un instrumento de educación y cultura populares y como una promotora de auténtico desa-

rollo; que piensan que éste, como todo medio de comunicación colectiva, tiene una función social que cumplir, un aporte que hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestra región.

Consecuente con esta concepción, este volumen no se propone, entonces, enseñar a hacer todo tipo ni cualquier tipo de programas radiales. Es, sin duda, un libro técnico; pero está hecho con el pensamiento puesto en aquellos que quieren asumir el quehacer radiofónico como un servicio y como un compromiso con los pueblos latinoamericanos.

Hacia una redefinición del concepto de “programas educativos y culturales”

¿No habría sido entonces más claro llamarlo **Producción de Programas de Radio Educativos y Culturales** para así caracterizarlo con más precisión? Acaso sí; pero las expresiones radio educativa y radio cultural podían resultar equívocas y, en lugar de definir mejor el contenido del libro, contribuir quizá más bien a desorientar y a prevenir en contra suyo a aquellos lectores a quienes precisamente va dirigido.

Estamos demasiado acostumbrados a que los programas de radio educativos sean una cosa árida y aburrida. Como esas medicinas de nuestra infancia que, para que “hicieran efecto” y fueran juzgadas confiables por nuestros padres, debían tener necesariamente “gusto a remedio”: un sabor amargo y desagradable. Cuando se nos habla de “**radio educativa**”, la imagen que nos surge espontáneamente es la de un solitario profesor instalado ante el micrófono y enseñando, con voz y tono de magister, a un invisible alumno, las tradicionales nociones de la clásica escuela elemental. Y hay que convenir en que, desgraciadamente y salvo honrosas excepciones, la mayor parte de la radio educativa que se ha venido haciendo hasta ahora en América Latina, ha contribuido a reforzar esa imagen más que a modificarla.

Algo análogo sucede con la noción de “espacio cultural”. Generalmente se entiende por tal un programa que, casi por definición, debe mantenerse divorciado de la vida concreta de las mayorías y tratar de temas ajenos a la realidad inmediata que las rodea: cuanto más ajenos, más “culturales”. “Cultural” es entendido como lo contrario de “lo popular”. Por ejemplo, una sinfonía de Haydn o la reseña del estreno de un ballet en París, es cultural; pero una danza o una artesanía indígenas no parecen ser consideradas como expresiones de una auténtica cultura. La cultura es vista como un producto para elites, selecto y de lujo. Refinado y tal vez un poco superfluo. Se la asocia mucho más fácilmente a museo que a vida. En consonancia con esos contenidos, el locutor, al iniciar ese espacio, hará un deliberado esfuerzo por diferenciarlo del resto de la transmisión, adoptando un engolado tono formal y solemne.

Este libro sustenta una concepción muy diferente. Piensa que un programa educativo no tiene por qué ser aburrido. Más, que no debe serlo; los programas culturales pueden -y deben- llegar, atraer y servir al pueblo.

Así como piensa también que los programas llamados “de entretenimiento” que escucha la gente, no tienen por qué ser banales y vacíos; que pueden ser muy fecundos vehículos de estímulos educativos y culturales.

La validez de las categorías

Una de las nociones clásicas en comunicación masiva es la que establece que la radio tiene tres funciones que cumplir -informar, educar, entretener- y que, por lo tanto, sus programas deben clasificarse en tres categorías: informativos, educativo-culturales y de entretenimiento. No se niega aquí lo que de funcional tiene esta categorización; a condición de que se comprenda lo que ella tiene también de artificial. Es cierto que la radio tiene esas tres funciones; no es tan cierto que de

ellas deban derivar tres tipos de programas totalmente independientes y diferenciables.

El clásico concepto de que el individuo se educa solamente durante los años de infancia y adolescencia y solo recibe su educación en las aulas y en los claustros, ha sido sustituido por la concepción de educación permanente: la persona se está educando siempre, toda su vida, a lo largo de un proceso que abarca toda clase de situaciones y de estímulos. El niño no solo se educa al recibir conocimientos formales y sistemáticos en el banco de la escuela sino que se educa también en el hogar, en la calle, jugando con sus amigos, escuchando a su madre el cuento de “Caperucita Roja”, oyendo radio, mirando televisión. Ya está recibiendo estímulos educativos cuando, a los tres años o acaso aun antes, sus padres lo sientan ante el televisor “para que se entretenga” mirando dibujos animados de Tom y Jerry (que por cierto están más cargados de contenidos y de mensajes de lo que creen sus incautos padres).

Y, una vez terminados sus estudios formales, ya de adulto, sigue recibiendo estímulos educativos en la calle, en el trabajo, en su contacto con los medios masivos de comunicación, en el estadio deportivo, en la relación con sus vecinos, amigos y compañeros, en los centros de reunión a los que asiste, etc.

A la luz de esta concepción de la educación como proceso permanente, la clásica división de los programas de radio, que separa la dimensión educativa y la dimensión de entretenimiento como independientes y casi como opuestas, empieza a revelar lo que ella tiene de relativa y dudosa. En realidad, se escuche con un propósito formalmente educativo o se escuche por mero placer, todo programa educa de alguna manera. Tanto como el programa educativo propiamente dicho, el anuncio publicitario que asegura que luciendo una camisa de tal marca “se triunfa en la vida”, un programa cómico, una radionovela sentimental, un comentario de actualidad, una transmisión deportiva, una canción popular, constituyen tam-

bién factores educativos, ya que todos influyen en la formación de valores y en las pautas de comportamiento del público. En una investigación destinada a explorar la recepción y efectos de las populares radio y telenovelas, el 52 por ciento de las mujeres encuestadas (y en la clase baja el 60 por ciento) declaró que escuchaban y veían estas novelas, entre otros motivos, para “sacar de ellas buenos consejos” y “soluciones para sus propios problemas”¹. Todo programa, pues, educa; solo que -lo mismo que la escuela, lo mismo que el hogar- puede educar bien o puede educar mal.

Una de las consecuencias negativas de la categorización que se está cuestionando, ha sido la de eximir de responsabilidades a los programas de entretenimiento, aduciendo que son neutros y anodinos; sostener que no hay que preocuparse por sus contenidos ya que son hechos y oídos como meros pasatiempos intrascendentes y ajenos a todo efecto educativo.

Y la otra consecuencia igualmente peligrosa, es la de ver a los programas culturales y educativos como algo aparte, desligados de la obligación de ser amenos, atractivos, conectados con la vida. Así se fragmenta la transmisión y se compartimenta al oyente.

Como si el hombre no fuera siempre el mismo. Como si escuchara el programa de entretenimiento en mangas de camisa y, cuando llegara el programa cultural, corriera a ponerse chaqueta y corbata.

Este libro postula una presencia dinámica de lo educativo y lo cultural en la radio que sepa ir más allá de los espacios etiquetados y categorizados. Postula programas educativos y

1. MARTA COLOMINA DE RIVERA: *El huésped alienante. Un estudio sobre audiencia y efectos de las radio-telenovelas en Venezuela. Escuela de Periodismo de la Universidad de Zulia, Maracaibo, 1968. La encuesta en que se basa el estudio comprendió a mil amas de casa de la ciudad de Maracaibo.*

culturales que no estén reñidos con el entretenimiento y programas de entretenimiento que no sean ajenos a la educación y la cultura bien entendidas. El desafío -arduo y urgente desafío- a que nos enfrentamos los comunicadores radiofónicos de América Latina es el de realizar programas que tengan un contenido y un objetivo auténticamente educativos, y que a la vez sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares y responder a sus necesidades.

Se hace preciso para ello partir de una redefinición de nociones que, por ejemplo, identifique cultura con la vida, más que con el museo. Cultura no es coto cerrado de especialistas. Cultura es lo que le sirve al hombre, lo que le sirve a la comunidad para su propia construcción social y humana. No hay cultura al margen del hombre que la crea. Cultura no es una mera acumulación de conocimientos ajenos a su vida, a su aquí y ahora. Cultura es conciencia para comprender mejor el propio mundo. Debe partir siempre del propio interés del hombre, de lo que él va necesitando y buscando para ensanchar su horizonte y ser más plenamente hombre. (Lo cual, desde luego, no excluye el goce de un concierto de Beethoven o de un cuadro de Picasso; pero siempre que ese goce sea puesto realmente al alcance de la comprensión del pueblo a través de un proceso educativo, y de que no se lo vea como el único ámbito que merece llevar la etiqueta de "cultura").

En esa misma perspectiva, la denominada "educación radiofónica" será entendida aquí en un sentido amplio: no solo las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales -cometidos cuya utilidad y necesidad no se cuestionan- sino también todas aquéllas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social.

Objetivos que no siempre ni necesariamente se traducirán en la forma convencional de un espacio especializado, sino que, como se verá ampliamente a lo largo de este libro, también pueden ser logrados a través de radioteatros, foros populares, programas periodísticos y musicales y muchos otros formatos que la imaginación de comunicadores creativos puede plasmar.

La potencialidad del medio

En marzo de 1977, el Secretario Ejecutivo de la CEPAL, economista Enrique Iglesias, advertía a los gobiernos de la región que cien millones de latinoamericanos -la tercera parte de la población total de la región- “subsisten en condiciones de pobreza extrema, socialmente inaceptables”. Frente a la dramática encrucijada a que está enfrentada América Latina, ya nadie niega la urgente necesidad de incrementar y acelerar el proceso de desarrollo integral de nuestros países. Pero muchos planes de desarrollo, acaso bien concebidos desde el punto de vista físico y económico, no han dado y siguen sin dar los resultados apetecidos por no tener debidamente en cuenta “el factor humano”.

Por una parte, como subraya Iglesias, ningún plan de desarrollo llevará a mejorar efectivamente las condiciones de vida de las masas latinoamericanas, si sus logros en términos de crecimiento económico no van acompañados de una mejor y más justa distribución de sus frutos. Y, por otra parte, ningún plan de desarrollo integral podrá ser llevado adelante si no incluye acciones educativas, que aseguren la participación consciente de los vastos sectores de población llamados a asumirlos y a ejecutarlos. El desarrollo se hace **con** hombres y **para** los hombres.

Razón le asiste a Paula D. Boy cuando plantea: “¿Cuántos proyectos de desarrollo se basan en un estudio atento de lo que podría llamarse su ‘viabilidad humana’ y no solo su

viabilidad económica y técnica? En otras palabras, no se han considerado con seriedad a las **personas** como actores, agentes y beneficiarios del desarrollo, con una atención análoga a la que se consagra a las represas, caminos, fertilizantes, tractores, vacunas y otros insumos físicos''².

Surge así, como requerimiento vital del desarrollo, la necesidad de emprender una tarea de información y educación, en la cual los medios de comunicación colectiva están llamados a cumplir un papel de primordial importancia. Y entre ellos, la radio, el medio de mayor penetración en nuestros países, aparece como la solución más idónea para impulsar la educación y la cultura populares. Como lo señala un estudio de la UNESCO, "la radio, única técnica de comunicación avanzada que se ha incorporado realmente al Tercer Mundo, se ha expandido y culturizado ampliamente (...) Con la miniaturización y la transistorización, que permiten costos muy bajos, la radio está llamada a revelarse cada día más como un instrumento bien adaptado a las culturas fundadas en la transmisión oral y en los valores no escritos".

A su difusión masiva la radio añade, pues, la ventaja de que, para recibir su mensaje, no es necesario saber leer. Ventaja que cobra especial relevancia si se piensa en la elevada cantidad de analfabetos absolutos que aún subsiste en América Latina, a los que hay que sumar la no menos grande de aquellos que, aunque hayan pasado brevemente por la escuela, han perdido, por falta de práctica y de hábito, la capacidad de la lectura (analfabetos "funcionales" o "por desuso", como les llaman los técnicos en educación).

En cuanto a la penetración y alcance del medio, unos pocos

2. PAULA D. BOY: Ponencia en el Seminario sobre Comunicación e Información para el Desarrollo en la Región del Caribe, realizado en Guayana en diciembre de 1974. Boy es oficial principal de Comunicación del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (BOY). Cit. por J. Díaz Bordenave en el trabajo que se mencionará en la nota 5.

datos bastarán para dar idea de su magnitud. Hacia 1970 existían en América Latina 153 receptores de radio por cada mil habitantes. Cinco años más tarde -esto es, en 1975- la cantidad de receptores existentes alcanzaba en cifras absolutas los 60 millones de aparatos, lo que elevaba el índice relativo a 205 receptores por cada mil habitantes. En solo cinco años se había operado, pues, un aumento del 34 por ciento.

Esta densidad de receptores permite estimar que la radio llega actualmente al 61 por ciento de la población latinoamericana, lo que la hace con mucho el medio más popular y difundido y justifica plenamente el aserto de UNESCO cuando observa: “Nos parece que este medio de difusión se ha puesto a contribución de los fines educativos de modo insuficiente. Parece como si a menudo se hubieran obnubilado a este respecto por la eficacia superior atribuida a otros medios que, comparados con la radio, representan sin embargo el gran inconveniente de no poder conocer sino después de mucho tiempo una difusión tan amplia”. Sorprende, en verdad que muchos planificadores insistan en dar prioridad para fines educacionales a medios tanto más caros y sofisticados como lo es por ejemplo la televisión, cuando las cifras establecen que la cobertura comparativa de los distintos medios es, en América Latina, la siguiente:

RADIO:	llega al 61% de la población
TELEVISION:	llega al 34% de la población
PRENSA:	llega al 21% de la población

Agréguese aún el hecho de que, dentro de ese 61% de la población alcanzada por la radio, se encuentran los sectores más humildes, es decir, los más carentes y necesitados de educación. Téngase igualmente presente que, aunque las 3.500 emisoras de radio existentes en América Latina están muy irracionalmente distribuidas y excesivamente concentradas en su gran mayoría en las capitales y las grandes

ciudades, la radio es, con todo, prácticamente el único medio que -aun de manera insuficiente y no total- llega a las zonas rurales, donde se concentra la mayor masa de analfabetos y donde el déficit educativo es mayor. Como lo expresa acertadamente CIESPAL, “la radio es la principal y frecuentemente, la única fuente de información y entretenimiento de los habitantes de América Latina”.

Así al enfrentarnos a las urgentes necesidades educacionales y culturales de la región, la radio aparece como un enorme potencial educativo. Una audiencia permanente de 180 millones de radio-escuchas de todas las edades constituye una posibilidad de difundir educación y cultura a todos los niveles que América Latina debe y necesita aprovechar para impulsar su desarrollo³.

La radio -señala Braun- es, en nuestra región, “el medio de comunicación que puede abarcar a la mayor cantidad de personas al mismo tiempo. Otra de sus cualidades es que puede llegar a todos los rincones del país; y su relación costo-beneficio es más ventajosa que la de cualquier otro medio”⁴. En apoyo a esta última aseveración, cabe recordar que la producción de un buen programa educativo de radio es por lo menos seis veces más barata que la de un programa análogo de televisión de la misma duración; y que un receptor de radio a transistores cuesta veinte veces menos que un televisor en blanco y negro.

Trate el lector de imaginar lo que podría lograrse si las

3. MARIO KAPLUN: *La radio televisión latinoamericana frente al desafío del desarrollo: un diagnóstico de situación*. In *Radio, TV y Cultura en América Latina*. CIESPAL, Quito, 1976. Para una mayor información sobre la radiodifusión latinoamericana, número de emisoras y receptores país por país, características de la programación, etc., consultarse dicho trabajo.

4. JUAN RICARDO BRAUN: *La radio y televisión dentro del marco de la educación*. In *Radio, TV y Cultura en América Latina*. CIESPAL, Quito, 1976.

3.500 emisoras de América Latina destinaran aunque fuera una o dos horas diarias, bien ubicadas en horarios de audiencia general, a buenos programas populares de contenido educativo y cultural. Tenga presente que a esas emisoras tendrían acceso 180 millones de latinoamericanos -el 61 por ciento de la población de la región- incluidos los analfabetos y los campesinos, marginados de toda otra fuente de información y educación. Aprender a hacer radio y a utilizar bien este medio tan popular y difundido, es una tarea que vale el esfuerzo.

2. EDUCAR, ¿PARA QUÉ?

Pero la cuestión no es solo la de cuánto podemos hacer, sino también la de cómo debemos hacerlo. Aunque este libro está consagrado fundamentalmente a técnicas y prácticas de la producción radiofónica, de poco sirven las técnicas sin una base teórica. Máxime cuando no estamos viendo el hacer radio como un fin en sí mismo, sino que nos proponemos utilizarla con un fin educativo. No es posible abordar una tarea de educación, por el medio que sea, sin tener claro previamente el tipo de pedagogía que hemos de adoptar y qué función asignamos a nuestra acción educativa.

Tres opciones educativas

Seguiremos aquí el certero esquema de Juan Díaz Bordenave⁵, quien propone distinguir tres tipos de educación entre los cuales debemos optar.

5. JUAN DIAZ BORDENAVE: *Las nuevas pedagogías y tecnologías de comunicación: sus implicaciones para la investigación. Ponencia para la Reunión de Consulta sobre Investigación en Comunicación para el Desarrollo Rural en Latinoamérica, organizada por el CIID, Cali, Colombia, 1976. Ed. mimeogr. El autor es experto en Comunicación de la OEA y profesor de Comunicación y Educación Popular en el curso de postgrado de Comunicación de la Universidad de Brasilia.*

Resumimos aquí el valioso análisis de Díaz Bordenave, a la vez que lo glosamos y

Aunque naturalmente, como él bien advierte, ninguno de estos tipos se da químicamente puro en la realidad sino que se entremezclan y se encuentran presentes, en distintas proporciones, en las diversas acciones educativas concretas, es posible discernir entre tres modelos de educación:

1. Educación que pone énfasis en **los contenidos**
2. Educación que pone énfasis en **los resultados**
3. Educación que pone énfasis en **el proceso**.

En la forma, inevitablemente simplificada, que nos impone la concisión, y que nos obligará a acentuar los rasgos, aun a riesgo de resultar a veces un poco injustos, tratemos de describir y caracterizar esquemáticamente cada uno de estos tres tipos.

El primer tipo: educación que pone énfasis en los contenidos

“Corresponde a la educación tradicional, basada esencialmente en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la elite a las masas”. Tiende, pues, a ser vertical, generalmente autoritaria y muchas veces paternalista. El profesor, el instruido, “el que sabe”, acude a enseñar al “ignorante”, al que “no sabe”.

Es el tipo de educación que, como el lector seguramente habrá reconocido ya, uno de sus más serios críticos, Paulo Freire, calificó de “bancaria”: el educador **deposita conocimientos en la mente del educando**. Se trata de “inculcar”

ampliamos con nuestros propios comentarios y con citas de algunos otros autores; y, sobre todo, tratamos de aplicarlo, mediante distintos ejemplos a nuestro campo específico: el de la práctica radiofónica. Dentro de lo que la fluidez de la exposición lo permitía, hemos procurado, con entrecorillados, distinguir las citas de Díaz Bordenave de nuestros propios asertos. No obstante, a la par que para reconocer el inestimable aporte de JDB, sirva la advertencia para eximirlo de toda responsabilidad por afirmaciones que no deben serle atribuidas a él sino a nosotros.

conocimientos, de introducirlos en la memoria del alumno, el que es visto como receptáculo y depositario de informaciones. Repetidamente se ha reprochado a la escuela tradicional su tendencia a confundir la auténtica educación con lo que es mera instrucción, con lo cual -se ha dicho también- ella informa más que forma.

Si encontramos este tipo de educación como prevaleciente en el sistema escolar convencional, tanto más aún predomina en la llamada “educación radiofónica”, en la cual, por propia limitación del medio, el alumno se halla ausente y reducido al silencio y la pasividad. Solo le queda escuchar, repetir lo que le indica el radio-profesor y “aprendérselo “. Muchas de las tan meritorias “escuelas radiofónicas” de América Latina, destinadas a la educación de campesinos adultos, han reaccionado saludablemente contra este método pasivo y lo rechazan, en muchos casos con indudable sinceridad; en sus postulados hoy sustentan los principios de una educación “liberadora” y “personalizante”; pero sus emisiones, sin embargo, continúan sujetas a este esquema mecanicista -maestro que “enseña”, alumno que “aprende”- porque no han encontrado otra manera de educar a través de la radio, ni han desarrollado otros tipos de producción de programas educativos.

Las características metodológicas de este tipo de educación son bien conocidas. Díaz Bordenave señala entre ellas que “el profesor y el texto son la base del método (en el caso de los servicios de educación radiofónica, el texto es la cartilla que se entrega a los alumnos y cuyas lecciones y ejercicios estos deben seguir estrictamente); los programas de estudio son frondosos y basados en los conceptos y datos que el profesor o el comunicador consideran importantes; se concede poca importancia al diálogo y a la realimentación, se premia la buena retención de los contenidos (esto es, su memorización) y se sanciona la reproducción poco fiel o demasiado original de los mismos”.

No es difícil inferir las consecuencias. “El alumno (el oyente, el público), se habitúa a la pasividad y no desarrolla su propia capacidad de razonar y su conciencia crítica; se establece una diferencia de ‘status’ entre el profesor y el alumno; se fomenta una estructura mental de acatamiento al autoritarismo, ya que el alumno ‘internaliza’ la superioridad y autoridad del maestro; los alumnos adquieren una mente ‘cerrada’ o dogmática, incapaz de juzgar los mensajes recibidos por sus propios méritos, independientemente de la autoridad de la fuente”. Se hacen simplistas; experimentan la necesidad de que lo blanco sea totalmente blanco y lo negro totalmente negro; se advierte en ellos la “procura ansiosa” de fórmulas, “de estructuras de organización y disciplina, y la baja tolerancia a la ambigüedad y al análisis crítico”.

El segundo tipo: educación que pone énfasis en los resultados

Es el que más ha influido en la comunicación; en casi todos los manuales de comunicación que se utilizan como textos de estudio en nuestros países, los estudiantes encuentran, explícita o implícitamente, los principios rectores de este tipo de educación. De ahí la importancia de analizarlo con atención.

Surgió en América Latina como una primera respuesta al problema del subdesarrollo. Se pensaba que la solución para la pobreza en que se hallaban sumidos nuestros países, era la “modernización”, esto es, la adopción de las características y los métodos de producción de los países llamados desarrollados. Era necesario multiplicar aceleradamente la producción y lograr un rápido aumento de los índices de productividad; y para ello era imprescindible la introducción de nuevas y modernas tecnologías. Las innovaciones tecnológicas eran vistas como la panacea para todos nuestros males; ellas por sí solas nos permitirían alcanzar progresos espectaculares.

La educación debía servir para lograr estas metas. Por

ejemplo, ella debía ser aplicada para persuadir a los campesinos “atrasados” a abandonar sus métodos agrícolas primitivos y enseñarles rápidamente las nuevas técnicas. Los medios de comunicación debían ser utilizados para instrumentar este cambio y cumplir esta función permanente y penetrante de persuasión. De ahí la importancia que este modelo de desarrollo asignó a las técnicas de comunicación.

Para estos nuevos educadores y comunicadores de “la década del desarrollo” -cuya buena fe y sincero espíritu de cooperación, por otra parte, están fuera de cuestión- el problema consistía, pues, en encontrar los recursos más rápidos y eficaces para que nuestras gentes “primitivas y atrasadas” aceptaran los cambios, consintieran en modificar sus hábitos y costumbres tradicionales y adoptaran las nuevas tecnologías. ¿Cómo cambiar a la gente? ¿Qué técnicas de persuasión emplear; qué resortes psicológicos aplicar?

Así surgió la llamada “ingeniería del comportamiento”. En los textos de comunicación escritos hacia el final de la década del 50, es posible encontrar definiciones tan ilustrativas como las siguientes: “El comunicador es una especie de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería del comportamiento, cuya función es inducir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permitan aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles y hábitos de vida”... “Comunicar no es el solo acto de emitir mensajes o señales, ni la acción de usar medios o canales. Comunicar es el arte de provocar significados y producir comportamientos; es suscitar cambios en el pensamiento, el sentimiento y la acción de las personas humanas. Comunicar es emitir mensajes con la definida intención de lograr que las personas se comporten de un cierto modo en particular. O, más exactamente aún, es producir estos comportamientos mediante la emisión de mensajes”.

Otra expresión típica de esta educación “vertical-persuasi-

vo-difusionista”, es “cambio de actitudes”, entendida como la sustitución de hábitos tradicionales por otros favorables a las nuevas tecnologías.

Puede apreciarse hasta qué punto este tipo de educación se caracteriza por poner su énfasis en los resultados, en formulaciones como la siguiente: “Cuando aprendemos a expresar nuestro mensaje en términos de **respuestas específicas** de parte de aquellos que lo reciben, damos el primer paso hacia la comunicación eficiente y eficaz (...) Ante una propuesta de cambio -intento de comunicación- la reacción del sujeto puede ser positiva o negativa. Por ejemplo, cuando a través de nuestra campaña educativa proponemos al campesino adoptar un nuevo producto químico para combatir determinada plaga, el campesino puede aceptar la propuesta o puede rechazarla. Si la acepta, hay comunicación (...) **Si no ha habido el cambio apetecido**, si no se produjo la respuesta deseada ante el estímulo empleado, puede considerarse que la comunicación ha sido fallida. O, más radicalmente aún, puede afirmarse técnicamente que no hubo comunicación”.

No es que este tipo de educación no “tenga en cuenta” al hombre. Por el contrario, existe todo un vasto estudio de la psicología humana desarrollado al servicio de esta corriente. Pero no es una psicología que procure el pleno desarrollo autónomo de la personalidad del individuo, sino que investiga los mecanismos para poder “persuadirlo” y “conducirlo” más eficazmente; para moldear la conducta de las personas de acuerdo con los objetivos previamente establecidos. Tal el enfoque de la psicología “behaviorista” o conductista, que tiene como su principal representante a Skinner, y que se basa en el juego de estímulos y recompensas.

Son bien conocidas a este respecto las teorías del científico de la comunicación norteamericana David Berlo, quien asigna al hábito un papel de trascendencia definitiva en la comunicación. Por hábito entiende Berlo “la relación entre el estímulo

lo y la respuesta que la persona da a este estímulo, respuesta por la cual recibe recompensa (como se ve, un principio muy semejante a la teoría de los reflejos condicionales de Pavlov). De ahí que para él la recompensa juega un papel de importancia capital en las técnicas de comunicación. Ella es la que determina la creación de nuevos hábitos en el individuo, así como el ritmo y el volumen de su aprendizaje. Cuanto mayor sea la recompensa ofrecida y cuanto con más prontitud ésta se concrete, mayor eficacia tendrá la respuesta producida ante el estímulo y más se desarrollará y se fortalecerá el nuevo hábito en reemplazo del viejo. En consonancia con estos preceptos, Berlo recomienda a los comunicadores ofrecer siempre a su público un incentivo, una recompensa en cada mensaje; y una recompensa rápida, prontamente alcanzable. “Estudie qué es lo que puede mover a la acción a su público”.

Acaso deba explicarse por la influencia de estas teorías educativas, un hecho sugestivo: en la ejecución de muchos planes de desarrollo realizados en América Latina, las acciones de comunicación que se juzgan necesarias para su éxito no son encargadas a comunicadores-educadores sino a agencias de publicidad comercial. Tal vez se considera que ellas, acostumbradas a lograr que el público compre y consuma determinados productos por efecto de campañas masivas, conocen y manejan mejor que nadie los mecanismos, técnicas y recursos basados en el juego del estímulo y la recompensa.

Llama, asimismo, la atención que, en el uso de la radio, este tipo de comunicación educativa prefiera emplear “campañas masivas” basadas en cuñas de diez o veinte segundos insistentemente repetidas y no programas de quince o treinta minutos donde se pueden explicar los fundamentos y objetivos de la conducta que se propone y desarrollar un razonamiento.

No hay duda de que, como bien señala Díaz Bordenave en su estudio, “en términos de eficacia y eficiencia, este tipo de educación ofrece evidentes ventajas sobre el de la educación

“bancaria” descrito anteriormente . Sin embargo, los críticos enumeran serias dudas, tales como las siguientes:

“Al ser establecidos los objetivos de manera específica y relativamente rígida por el profesor, instructor o comunicador, el alumno se acostumbra a ser guiado por otros; si además las recompensas o refuerzos son también establecidos por otros, el alumno se habitúa a conformar su vida al apoyo y aprobación de fuerzas exteriores”.

En segundo lugar, “se implantan o refuerzan valores de carácter mercantil o utilitario, tales como el éxito material como criterio de realización personal, el consumismo, el individualismo, la competencia, la rentabilidad”, la obtención de ganancias económicas personales como objetivo básico en la vida, etc., (la misma noción de “recompensa” personal consubstancia estos valores). En cambio, se dejan de lado la actividad cooperativa y los valores solidarios y comunitarios, “tan indispensables para un continente subdesarrollado, cuya fuerza se basa en la unión de los débiles”.

Por otra parte -y ésta es quizá una de las críticas más relevantes- “el método no pone atención en el desarrollo de la inteligencia en sí, lo cual aquí se produciría solo como una consecuencia subsidiaria. Al importarle solo los resultados en términos de logro de objetivos preestablecidos, es dudoso que este tipo de educación contribuya al desarrollo de la creatividad, de la originalidad y de la conciencia crítica. Tampoco será fácil que favorezca la interrelación con el ambiente natural y social, ni una globalización integrada de los conocimientos adquiridos”.

“Se le asigna a la comunicación una función instrumentalizadora y persuasiva, dejándose de lado otras funciones importantes, como el auto-conocimiento, la auto-expresión, el relacionamiento mutuo, la animación social, la promoción del desarrollo de la conciencia social y la concien-

cia crítica de la población”.

Pero, aun en términos de mera eficacia, este tipo de educación está siendo cuestionado; ya que, en opinión de muchos analistas, los resultados obtenidos son contraproducentes en relación a los objetivos deseados. La comunicación aplicada a la transferencia de tecnología agrícola, por ejemplo, ha tenido como resultado en la mayoría de los casos, según aseveran estos analistas, el rechazo de los mensajes por los usuarios.

Cada vez se hace más evidente que ningún desarrollo es posible -ni aun en términos de mero crecimiento económico- sin la participación activa de la gente, sin toma autónoma de decisiones, sin creatividad, sin iniciativa. Y ello, entre otros motivos, porque el desarrollo de América Latina no puede ofrecer “recompensas” individuales inmediatas, sino que exige por el contrario espíritu de lucha, de sacrificio libremente asumido, de cooperación comunitaria.

El tercer tipo: educación que pone énfasis en el proceso

Este tipo de educación, en la caracterización que de él hace Díaz Bordenave, “destaca la importancia del proceso de transformación de las personas y de las comunidades. No se preocupa tanto de la materia a ser comunicada ni de los resultados en términos de comportamiento, sino más bien de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, y del desarrollo de la capacidad intelectual y de la conciencia social”.

No es que este tipo de educación niegue ni desatienda las necesidades y requerimientos del desarrollo; pero empieza por partir de una concepción distinta de este desarrollo, visto aquí como una realización integral del hombre, que ha de conducirlo no solo ni tanto a **tener** más, cuanto a **ser** más. Piensa, además que, aun para alcanzar las metas de un desarrollo puramente cuantitativo y material, se necesita una

honda transformación en la educación del pueblo, que haga hombres pensantes, capaces de participar activamente en el proceso, más responsables y más creativos.

Si bien se mira este modelo que se está examinando, también propende, como el anterior, a un cierto “cambio de actitudes”, pero no asociado solo ni principalmente a la adopción de nuevas tecnologías. El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico; de un hombre a quien los condicionamientos de su medio han hecho pasivo, conformista, fatalista, a un hombre que asuma su propio destino; un hombre capaz de superar sus tendencias egoístas e individualistas y abrirse a los valores solidarios y comunitarios.

Si se pudo caracterizar esquemáticamente el primer tipo de educación como el que se propone que el sujeto **aprenda** y el segundo como el que **busca** que el sujeto haga, podría decirse que lo que procura este tercer tipo, es que el hombre **piense**.

Como expresa Paulo Freire, “si la vocación ontológica del hombre es la de ser sujeto y no objeto, solo podrá desarrollarla en la medida en que, reflexionando en sus condiciones tiempo-espaciales, se inserte en ellas críticamente. Cuanto más sea llevado a reflexionar sobre su situacionalidad, sobre su enraizamiento tiempo-espacial, más emergerá de ella conscientemente ‘cargado’ de compromiso con su realidad, de la cual, porque es sujeto, no debe ser mero espectador, sino que debe intervenir cada vez más”⁶.

6. Aunque, como el lector ya habrá advertido, este tipo de educación tiene mucho en común con los postulados filosóficos de Freire, no debe identificárselo sin más con la “concientización”. Esta última es un método particular, con sus características propias y sus pasos metodológicos precisos. El propio Freire ha protestado insistentemente contra lo que considera empleo abusivo del término “concientización”, acuñado por él, y reclamado que se lo utilice exclusivamente para designar el método que él creó y al que denominó con ese vocablo.

Se trata de una educación problematizadora; y la primera consecuencia metodológica que anota Díaz Bordenave es que, en este modelo, “la comunicación y la educación tienen por objeto ayudar a la persona a ‘problematizar’ su realidad, tanto física como social. Se busca estimular la inteligencia del hombre, para que ella crezca en el sentido de hacer más compleja su estructura y más rápido y flexible su funcionamiento”. Lo que importa aquí es que, más que aprender cosas, el sujeto aprenda a aprender; que se haga capaz de razonar por su cuenta, de “superar las constataciones puramente empíricas e inmediatas de los hechos observados y desarrollar su propia capacidad deductiva”. Lo que el adulto carente de educación necesita no es tanto, solo conocimientos, cuanto instrumentos para pensar. Su mayor carencia no está en los datos y nociones que ignora, sino en los condicionamientos de su raciocinio no ejercitado, que lo reducen solo a lo que es capaz de percibir en su entorno inmediato, en lo contingente.

De ahí que, en la acertada síntesis de O’Sullivan-Ryan, este tipo de educación procura “el cultivo de la inteligencia más que el de la memoria; más que por la enseñanza y por el proceso de enseñar se interesa por el aprendizaje y por el proceso de aprendizaje el aprender a aprender; considera como vital la actividad de la inteligencia y de la voluntad para lograr precisamente una educación liberadora, que devuelva al hombre su propia humanidad”⁷.

No debe confundirse, pues, un tipo de educación -que es lo que aquí describe Díaz Bordenave- con una metodología específica. El primero es mucho más amplio y puede abarcar diversas metodologías -la “concientización” y otras que conduzcan al mismo fin y tengan en común la misma filosofía educativa. Por otra parte, en nuestro caso, al tratar del empleo de la radio, nos vemos particularmente llevados a hacer ese distingo, ya que el método de Freire es exclusivamente interpersonal, “cara a cara”, y no incluye el uso de medios de comunicación colectiva.

7. JERRY O’SULLIVAN-RYAN: *Pedagogía de los medios. Ponencia para el Seminario sobre Pedagogía de la Educación Radiofónica organizado por el ISI (Fundación Konrad Adenauer) y ALER. Santiago de los Caballeros, República Dominicana, abril 1975. El autor es profesor de la Universidad de Stanford.*

Junto al desarrollo de la inteligencia, este tipo de educación procura el desarrollo de la conciencia. Busca favorecer un proceso que lleve al cuestionamiento y la transformación de esa cosmovisión quietista y fatalista que aletarga a las masas latinoamericanas y constituye un lastre tan paralizante para su auténtico desarrollo. Es el proceso que plantea Freire cuando distingue distintos estadios en la conciencia y habla del paso de la conciencia mágica a la conciencia ingenua y de ésta a la conciencia crítica.

Pero para Díaz Bordenave, “el mayor triunfo de este tipo de educación es la toma de conciencia de la propia dignidad, del propio valor como persona, de la libertad esencial que el hombre tiene para realizarse plenamente como tal (...) en su entrega libre a los demás hombres”.

“Evidentemente este tipo de educación involucra la participación y prepara para la misma. ‘Corresponde a la educación popular crear las condiciones pedagógicas para una práctica de participación’⁸. A los efectos de su aplicación a la radio, conviene subrayar esta acertada formulación. En una reacción, explicable y sana, pero a nuestro entender exagerada, al verticalismo imperante en los tipos tradicionales de comunicación, ha surgido una corriente que solo acepta una comunicación como válida si es “horizontal” y participativa. Así, solo serán reconocidos como instrumentos válidos de educación popular, aquellos programas de radio en los que el pueblo se autoexpresa directamente “sin intermediarios” y donde deja de ser oyente para “hacer oír su propia voz”.

Si bien valoramos este tipo de comunicación y le asignamos

8. AIDA BEZERRA Y PEDRO GARCIA RAMIREZ: *Consideracoes sobre Avaliaçao em Educaçao Popular. Conferencia presentada en el curso de Postgrado de Comunicación (Disciplina Comunicación y Educación Popular) de la Universidad de Brasilia. Junio 1975- cit. Juan Díaz Bordenave, op. cit.*

gran importancia en la programación, creemos que no todo programa de radio puede responder a este modelo ni tiene por qué ceñirse siempre a él. Lo importante es que contribuya a la participación, que la prepare; que cree, como dicen Bezerra y García Ramírez, “las condiciones pedagógicas para una práctica participativa”. Un programa de radio ya puede hacer mucho y constituirse en un elemento muy útil y muy válido de comunicación popular si parte de la realidad social concreta del grupo humano al que se dirige, ayuda a ese grupo a asumir y tomar conciencia de esa realidad, y se identifica en su acción educativa a los intereses sociales del grupo. La práctica participativa no consiste solo ni tanto en que “el pueblo hable por radio”. Es algo más amplio y global. Se puede ejercer a través de distintas organizaciones populares y de diferentes acciones. La contribución de un programa de radio bien puede ser la de prepararla removiendo los obstáculos culturales internalizados en el oyente, etc. ⁹.

Una síntesis.- Díaz Bordenave resume así los imperativos de esta pedagogía:

1. Facilitar la observación de la realidad y la problematización para que las personas busquen soluciones adaptadas a su propia situación;

2. Facilitar el diálogo, la participación y la cooperación, de modo que las personas aprendan a convivir, a articular problemas comunes y a resolverlos juntos;

3. Estimular el desarrollo de la inteligencia, de la racionalidad y de la conciencia, de modo que cada individuo aprenda a pensar, a tomar sus decisiones y a planear su comportamiento de forma autónoma y madura;

9. Somos conscientes de la forma simplificada y limitada con que nos vemos obligados a tratar aquí temas tan nuevos y que implican una problemática de la comunicación tan importante. Dentro del carácter de este libro y por limitaciones de espacio, no podemos discutirlos aquí con la amplitud deseable.

4. Promover la adquisición de una visión integrada y global de la realidad;

5. Facilitar el acceso a la recepción y a la expresión de todos los habitantes de la nación, evitando que la comunicación y la educación sean privilegio de unos pocos.

Consecuencias para nuestro quehacer radiofónico

Obviamente, la radio sola no va a operar este proceso educativo; pero puede contribuir a él y operar como instrumento del mismo.

¿Qué características han de tener nuestros programas de radio si nos ubicamos en este tipo de educación? Mencionaremos algunas:

1. Serán programas que tiendan a estimular un proceso en los oyentes, más que a inculcarles conocimientos o a perseguir resultados prácticos inmediatos;

2. Ayudarán al oyente a tomar conciencia de la realidad que lo rodea, tanto física como social; se integrarán en esa realidad, partirán de su propia problemática concreta, de su situación vivencial;

3. Les facilitará los elementos para comprender y problematizar esa realidad. Serán programas problematizadores;

4. Estimularán la inteligencia; ejercitarán el raciocinio, harán pensar, llevarán a una reflexión;

5. Se identificarán con las necesidades y los intereses de la comunidad popular a la que se dirigen. Procurarán que ella descubra esas necesidades e intereses;

6. Estimularán el diálogo y la participación. En algunos casos tomarán la forma de programas directamente participativos; y, en todo caso, “crearán las condiciones pedagógicas para el desarrollo de una práctica de participación”. Acentuarán los valores comunitarios y solidarios, llevarán a la unión y a la cooperación;

7. Estimularán el desarrollo de la conciencia crítica y la toma de decisiones autónoma, madura y responsable;

8. Colaborarán a que el oyente tome conciencia de la propia dignidad, del propio valor como persona.

La forma y la intensidad con que nuestros programas de radio asuman estas características estarán naturalmente condicionadas por varios factores. Entre otros, por factores externos. “Los objetivos de un programa de comunicación y educación -observa el autor citado- no existen en el vacío, sino que son condicionados por el momento histórico y las circunstancias del lugar en que el auditorio se encuentra”.

Y, aun supuestas las condiciones externas más favorables, deberán estar “autocondicionados” también por exigencias de la misma pedagogía. Para ser eficaz, un proceso como el que se está analizando deberá ser siempre lento, gradual y realista; su mismo carácter de proceso implica etapas, grados. Deberá siempre partir del estadio de conciencia en que se encuentran los oyentes y no caer en el error de adelantarse a él. No proponer prematuramente formulaciones que, en lugar de ayudar a tomar conciencia, solo generarían incompreensión y rechazo, por dirigirse a oyentes que aún no están en condiciones de asimilarlas. El responsable de un programa de radio como el que estamos tratando de definir, debe recordar siempre que los oyentes a quienes se dirige no han alcanzado aún una conciencia crítica, porque si así fuera ya no necesitarían del programa. Respetar a las personas es también respetar su ritmo, su capacidad de captación.

La transferencia tecnológica en este nuevo enfoque

Aun en aquellas situaciones en que las posibilidades de la comunicación radiofónica se ven reducidas a objetivos muy limitados, el comunicador que se adhiere a este tipo de educación siempre podrá, aun dentro de esas limitaciones, prestar un servicio, modesto y restringido, pero aun así valioso.

Esbozamos aquí algunos ejemplos de lo que pueden ser estos “servicios mínimos”.

Supongamos que el programa radiofónico a nuestro cargo tiene por único tema la transferencia de tecnología (sea en agricultura, salud, alimentación, higiene, industria, etc.) Es, ciertamente, una temática limitada y limitante; pero, con todo, es preciso convenir, como bien acota Díaz Bordenave, que aun una educación del tercer tipo no puede ni debe desentenderse de esta clase de temas, ya que “cualquiera sea la ideología adoptada por un país, la aplicación de la ciencia al dominio de la naturaleza siempre será importante”.

Pues bien; aun teniendo que ceñirnos a una temática tan restringida, siempre tenemos ante nosotros una alternativa. O bien seguir el clásico modelo vertical-persuasivo-difusionista, con lo cual la tecnología se convertirá en “un instrumento más de alienación”, o bien procurar, a través de la forma en que realizamos la comunicación, “al menos un mínimo desarrollo de la conciencia crítica de los destinatarios de nuestro mensaje”.

Y esto último siempre es posible si nos lo proponemos como objetivo, por limitados que nos encontremos. Todo dependerá de cómo estructuraremos nuestro mensaje, de cómo presentemos el tema. Cualquier tema puede ser presentado en forma puramente vertical, o en forma que movilice el razonamiento del oyente y lo lleve a hacer un mínimo ejercicio de raciocinio

y de participación personal en el proceso del aprendizaje.

Se pueden dar nociones de cooperativismo y explicar el mecanismo de comercialización de una cooperativa de manera clásica, vertical, limitándose a una mera información, o buscar y lograr que los oyentes participen en el proceso de comprensión; que se hagan preguntas, que se pregunten el por qué de las disposiciones del reglamento y capten así vivencialmente el espíritu cooperativista que las fundamenta; que desarrollen su sentido de responsabilidad y participación con respecto a su cooperativa.

En los capítulos prácticos de este libro, el lector encontrará variados ejemplos y pautas inspiradoras para encuadrar sus programas en esta pedagogía. Pero no se trata tanto de normas y recetas técnicas. Confiamos que, a esta altura de nuestra exposición, el lector ya habrá comprendido que, mientras para una pedagogía vertical es fácil enunciar una serie de normas fijas a las cuales encuadrar los programas de radio, en este nuevo enfoque pedagógico las recetas ya no son tan simples. Por su misma naturaleza, esta pedagogía requiere flexibilidad, creatividad. Lo importante es que, así como el comunicador del primer tipo se pregunta al evaluar su programa. “¿Logré que el alumno aprendiera?” y el del segundo tipo: “¿Logré que el sujeto hiciera lo que yo me proponía?”, el comunicador de esta nueva pedagogía se pregunte: “¿Hice que el oyente pensara? ¿Estimulé su reflexión personal, lo problematicé, lo llevé a hacerse preguntas, contribuí de alguna manera a enriquecer su capacidad de razonar por sí mismo?”

El “cambio de escenario cultural”

He aquí otro ejemplo, modesto y posible, de cómo aplicar esta nueva pedagogía comunicacional.

Infinidad de estudios sobre la realidad de los medios de

comunicación de masas señalan el alarmante índice de alienación cultural que ellos están favoreciendo. Es bien sabido que uno de los requisitos básicos de un auténtico desarrollo autónomo, es la afirmación de la identidad cultural de cada nación. Pero un problema de notoria gravitación y vigencia en la radio y la televisión regionales, es el de la influencia externa, que se manifiesta en infinidad de aspectos, hasta llegar a configurar en muchos casos, una situación de dependencia cultural.

Basta sintonizar el receptor de radio o el aparato de TV para percibir esa pérdida de identidad cultural. En la radio latinoamericana, prevalece fuertemente la música importada, en tanto la música propia de las culturas autóctonas ocupa un lugar consecuentemente cada vez menor. Así por ejemplo, en las emisoras de radio centroamericanas, en promedio, el 56 por ciento del tiempo total de transmisión es absorbido por grabaciones de música extranjera; en tanto a la música local solo se le destina el 3.5 por ciento, esto es, una cuota dieciséis veces menor.

Incluso muchas de las canciones que se producen hoy en América Latina son imitaciones de ritmos importados y poco tienen de latinoamericanas aunque se compongan en la región. No deja de ser preocupante que, para imponerse, muchos intérpretes populares estén cantando en español con una extraña y artificial dicción extranjerizada y desfigurando la vocalización. Mientras nuestras hermosas músicas autóctonas, entre tanto, van corriendo serio peligro de extinción.

Pues bien: en este contexto, un programa que se dedique a revalorar, a rescatar y a hacer que el pueblo redescubra y vuelva a apreciar su auténtico folklore (no el pseudo-folklore comercial estandarizado que suelen producir las compañías editoras de discos comerciales, sino el verdadero acervo de música creada por el pueblo en sus festividades tradicionales), ya es un aporte valioso y estimable al tipo de radio que

aquí se está esbozando. Es contribuir a que el pueblo reencuentre su identidad; el valor de su propia cultura y por ahí, su propia dignidad personal. En estas condiciones pedagógicas se puede hablar de "prácticas de participación".

Asimismo, las radionovelas que el pueblo escucha suelen transcurrir en ambientes sofisticados o irreales, totalmente ajenas al mundo concreto en que vive. Si aparece en ellas gente del pueblo, es casi siempre como personajes secundarios (sirvientes, subalternos) y más de una vez como individuos de catadura moral despreciable: al punto que, en investigaciones serias realizadas en los últimos años, se ha comprobado que, en el público popular, ya se ha internalizado el estereotipo de que "los buenos" son los ricos de raza blanca y "los malos" los pobres de piel mestiza.

Empezar a producir radionovelas ubicadas en otros escenarios (una barriada popular, una fábrica, una aldea campesina), en las cuales los protagonistas sean las gentes del pueblo y las situaciones se aproximen más a su realidad concreta, es hacer algo importante en esta dirección, aun cuando las radionovelas en cuestión no puedan llegar a un cambio más profundo de contenidos.

En síntesis, proponemos como una tarea de nuestro quehacer radiofónico renovador, lo que llamamos "el cambio de escenario cultural", que estimule en el pueblo una mínima toma de conciencia de su realidad y vaya devolviéndole la noción de su propia dignidad. Es un objetivo pedagógico modesto, pero posible, aun en las condiciones externas más limitantes; y que vale la pena emprender.

"Resistencia al cambio", "cambio de actitudes"

Retomando el campo de la comunicación para la transferencia de tecnologías, propondremos otro ejemplo de lo que es posible hacer y de lo que es posible cambiar.

Los comunicadores formados en el segundo tipo de educación, al plantearse las técnicas para lograr la modernización y el “cambio de actitudes”, se enfrentan a lo que ellos llaman “la resistencia al cambio”: creencias, mitos, juicios, costumbres, prejuicios, supersticiones, actitudes de orden social, estético, económico, religioso, etc., que conforman y condicionan el comportamiento individual de las personas, y que pueden constituir un obstáculo a la aceptación de la nueva tecnología propuesta. Por ejemplo, si se desea introducir un nuevo método, considerado más productivo y racional, para el cultivo del maíz, pero la comunidad destinataria sigue prácticas tradicionales de cultivo a las que se aferra ancestralmente y a las que se siente profundamente ligada, es muy probable que la propuesta de cambio generará resistencia.

Para vencer esa resistencia, la norma que da la comunicación persuasiva es: tratar de eludir el conflicto. Es decir, formular sus proposiciones de cambio sin chocar ni estrellarse contra los valores sociales existentes. Para sustituir algo -dicen- no es indispensable señalar sus defectos. Es mejor ponderar, con habilidad e insistencia, las ventajas de lo nuevo que se propone. Cuando el mensaje no está de acuerdo con los valores del medio social del que forma parte el destinatario, se debe omitir toda referencia a ese desacuerdo.

Tal técnica es coherente con una pedagogía que, como hemos visto, se preocupa ante todo por lograr un resultado y que no busca tanto que la persona piense y tome una decisión libre y autónoma, sino que adopte el cambio que se desea imponer. De ahí que la solución propuesta consista en escamotear el problema, omitir toda referencia al desacuerdo. Esto es, procurar que la persona acepte el cambio sin que se dé cuenta de que éste entra en pugna con sus valores socio-culturales tradicionales.

Muy diferente será el método de un comunicador que suscriba al tipo de educación que aquí se analiza. Para él, lo

importante será no solo que la persona (o mejor aún, el grupo) adopte la innovación, sino que sepa por qué lo hace y la acepte en un acto personal, libre y consciente.

Ese comunicador sabe hasta qué punto la introducción de una nueva tecnología extraña ha llevado en muchos casos a profundos desfases culturales; a que el campesino o el grupo experimente una profunda pérdida de su propia identidad, un conflicto despersonalizador entre sus tradiciones más caras y arraigadas y esas nuevas prácticas que le son traídas desde afuera. Esa invasión de prácticas tecnológicas exógenas ha hecho, en muchos casos, más daño que bien; y más que fomentar el desarrollo ha venido a constituirse en un freno al desarrollo. Aun en términos de puro crecimiento económico, no resulta redituable introducir tractores al precio de destruir la personalidad de quienes han de usarlos. Por lo tanto, si realmente se ve necesaria y conveniente la introducción de esa nueva tecnología, ella deberá hacerse con otra pedagogía que sepa evaluar el costo sociocultural de la operación y que respete a las personas.

En segundo lugar, el comunicador responsable habrá de preguntarse si esa “resistencia al cambio” propuesto es tan infundada, tan irracional, por meros prejuicios como suele suponer ligeramente el técnico modernizante. En numerosos casos, los resultados revelaron que ese campesino supuestamente atrasado sabía mucho más sobre las condiciones concretas de su tierra y sobre técnicas eficaces de cultivo que el propio técnico; y que tenía buenas y fundadas razones para defender sus prácticas tradicionales y resistir la innovación. Piénsese en los graves desequilibrios ecológicos que produjeron y siguen produciendo la introducción irracional de ciertos plaguicidas químicos, la explotación excesivamente intensiva de los predios, etc.

Pero, si tras este examen, llega a la convicción de que la práctica que se propone es realmente buena y necesaria y de

que la resistencia que genera en el grupo es en verdad producto de prejuicios infundados e irracionales -cosa que bien puede suceder- tendrá que optar por el camino elusivo de escamotear el problema, de acuerdo con la norma ya mencionada, o por el contrario, enfrentar al grupo campesino con la verdad; hacerle ver honestamente que este cambio entra en conflicto con los valores tradicionales y llevarlo a una libre decisión.

Si es un comunicador coherente con el tipo de educación que estamos analizando, ciertamente escogerá la segunda opción. No solo porque ella es más respetuosa de la persona, sino porque es incluso la única realmente eficaz.

En efecto, si los prejuicios no afloran a la conciencia, si no son expresados, permanecerán latentes, a nivel preconsciente, en las capas profundas del ser, generando en la persona o en el grupo una situación conflictiva entre su nueva práctica y sus sentimientos más íntimos, con su secuela de angustia, tensión, desarraigo, sentido de culpa por haberse apartado de sus tradiciones. Y en cualquier momento esos prejuicios latentes volverán a aparecer en una u otra forma, provocando un rechazo violento y cerrado hacia la innovación.

En primer lugar, pues, el comunicador-educador empezará por hacer que los motivos de resistencia al cambio propuesto, sean expresados y explicitados para que el grupo tome conciencia de ellos. Podrá valerse para ello de una encuesta, un sociodrama radiofónico, un programa de entrevistas, un foro campesino, un radioteatro, etc.

Luego, en la misma emisión o serie de emisiones, procurará que afloren y se expresen también otras creencias y tradiciones presentes en el propio grupo y que puedan problematizarlo, llevándolo a preguntarse si no hay en la incorporación de ese cambio un posible valor. Porque -esto es importante señalar-

lo- las tradiciones culturales no son tan monolíticas. Algunas de ellas constituyen factores negativos desde el punto de vista del cambio: llevan a actitudes estáticas, cerradas; pero también hay en todo grupo otras tradiciones que, potencialmente al menos, contienen gérmenes de actitudes más dinámicas y abiertas, más favorables a una evolución.

A vía de ejemplo, el comunicador podrá mostrar tal vez que los antepasados del grupo muchas veces adoptaron e incluso crearon nuevas técnicas y que, por lo tanto, la admisión de esta innovación no equivale a traicionarlos sino que es, por el contrario, ser consecuente con ellos. O podrá mostrar, acaso, que aumentar el rendimiento de la tierra para mejorar las condiciones de vida de la propia familia y de la comunidad, también constituye un valor arraigado en las tradiciones de amor y lealtad a los suyos, un valor tal vez más importante que aquél que lleva a resistir la nueva técnica que se está proponiendo.

De esa manera, una situación que de otro modo sería **ruptura** cultural violenta, podrá ser asumida por el grupo como una situación de **continuidad** cultural.

Y, finalmente, dejará la decisión librada a la comunidad. Ella habrá de decidir libremente. Si opta por la nueva técnica, esa opción, tomada así, en forma reflexiva, madura y autónoma, tiene muchas más posibilidades en perdurar y ser incorporada por la comunidad; ser sentida, ya no como algo impuesto desde afuera, sino como algo libremente aceptado y entroncado con las propias tradiciones.

Se ha visto también cómo, en la metodología conductista del estímulo-recompensa se apela por lo general a motivaciones de carácter individualista y competitivo: obtener más ganancias para sí, destacarse, tener más que los vecinos. El comunicador-educador, en cambio, al presentar la misma innovación, podrá mostrarla como beneficiosa para toda la

comunidad y la propondrá en términos de unión y cooperación. La transferencia tecnológica se cumplirá en ambos casos; pero los efectos educativos serán muy diferentes.

Los ejemplos expuestos ilustran cómo, aun dentro de una temática de por sí limitada como lo es la de las innovaciones tecnológicas, siempre es posible, a través de nuestro mensaje, introducir elementos de reflexión, de conciencia crítica, de estímulo a la libertad y a la solidaridad.

CAPÍTULO 2

LA NATURALEZA DEL MEDIO

1. LA ESPECIFICIDAD DEL MEDIO RADIOFÓNICO

Cualquiera sea la orientación pedagógica que adoptemos, si hemos de utilizar la radio, es preciso conocer el medio concreto en el que vamos a trabajar; adentrarnos en él, compenetrarnos de su naturaleza, su especificidad y las exigencias que de ella se derivan.

¿Qué se quiere decir cuando se habla de **especificidad** de un medio? Algo muy simple. Tomemos un primer ejemplo elemental de la televisión. En el célebre debate televisado entre Kennedy y Nixon, en el año 1960, cuando ambos postulaban a la presidencia de los Estados Unidos, este último, entre otros errores, cometió el de presentarse con camisa blanca, lo cual, en la TV en blanco y negro de entonces, producía molestos reflejos, deslumbraba y provocaba en la imagen de los televisores el desagradable efecto llamado “de fantasma”. En tanto Kennedy, mejor asesorado, fue de camisa azul. Al margen de los méritos de uno y otro candidato y de la solidez de sus respectivos argumentos, este detalle perjudicó a Nixon, por haber ignorado el medio televisivo y sus exigencias específicas.

Otro ejemplo, éste tomado del cine. Supóngase que a alguien se le ocurriera filmar, con cámara fija, una larga conferencia. El resultado sería un filme de más de una hora, en el cual la cámara fija mostrará permanentemente al

disertante hablando. Desde un punto de vista meramente mecánico, hacer tal filme es posible: la película registrará dócilmente la imagen, la banda sonora grabará la voz del conferencista. Pero evidentemente el producto será totalmente anticinematográfico, esto es, contrario al medio de expresión que es el cine, el cual exige frecuentes cambios de escenarios, tomas y planos, movimiento, acción. No es difícil prever qué sucedería con la exhibición de tal película. Por conceptualmente interesante que fuera la conferencia, el filme produciría una caída rápida de la atención de los espectadores, seguida de una sensación de aburrimiento y sopor, que se tornaría cada vez más insoportable hasta derivar en una irreprimible irritación. Consecuencia de haber violado la especificidad del medio cinematográfico, que tiene sus “reglas de juego”, sus exigencias propias.

Volvamos a nuestro medio, la radio, a través de un tercer y último ejemplo. Nos tocó asistir cierta vez a la grabación de un programa radial con una actriz famosa, quien, por su belleza, su expresividad, la intensidad de sus gestos, la elegancia de su movimiento escénico, era considerada con justicia una gran intérprete de teatro cine y televisión. Pero tenía una voz ronca y velada y una entonación monocorde, características que, sobre un escenario, con la fuerza de sus gestos, casi no se notaban e incluso no le quedaban del todo mal, le conferían cierto encanto y personalidad. En radio, en cambio, donde no se puede ver sino que solo se oye, resultaba aburrida e inexpresiva. Lo decía todo igual, sin matices ni inflexiones. Su mirada, sus gestos mientras grababa, eran estupendamente comunicativos; pero eso, desgraciadamente, no “salía” por el micrófono, el que solo transmitía la chata monotonía de su voz. Era una magnífica actriz de teatro y de cine, pero no de radio. Una vez más, el fracaso se debió también aquí a que no se respetó la especificidad del medio radiofónico, donde el gesto, la mirada, el ademán, con toda su riqueza, desaparecen y el actor solo puede valerse de los recursos de la voz y la expresión oral.

El medio condiciona el mensaje

Algunos educadores, formados en la escuela convencional que se hacen cargo de un espacio radiofónico educativo, suelen conceder poca importancia a la naturaleza del nuevo medio en el que van a actuar al suponerlo una reproducción ampliada del aula. ¿Por qué si se desempeñan correctamente dando clases en la escuela, no han de hacerlo también “dando clases por radio”? Es común que se lancen a la tarea sin una reflexión seria sobre las características del medio y un estudio de sus requerimientos específicos.

La radio entusiasma. Las posibilidades cuantitativas que brinda de poder llegar a miles de personas a la vez y de penetrar en la intimidad de sus hogares, lleva a algunos, sin duda bien inspirados, a procurarse una onda, un espacio, un micrófono, para llegar al público y comunicarle lo que se considera importante y útil. La radio es vista como un **vehículo** para difundir un mensaje (educativo, político, científico, religioso, etc.); un vehículo dócil y sumiso, que se limita a esparcir la voz a la distancia y diseminar la información. Para el educador, una gran aula; para el sacerdote, un inmenso templo; para el político, una enorme plaza pública. En todos los casos, lo que importa es lo que se quiere comunicar. El medio es considerado tan solo eso -un medio, un canal transmisor-.

Pero en radio, como en todo medio de comunicación colectiva, no basta con tener un mensaje, por valioso y verdadero que sea, y proponerse pregonarlo. Quienes se acercan al micrófono sin mayor reflexión ni preparación impelidos por su deseo de “llegar al público”, corren el peligro de no llegar sino a unos pocos. El recurso está ahí, siempre a la mano del oyente, girar la perilla del dial y cambiar de estación. No es suficiente, entonces, determinar lo que queremos decir; tenemos que saber cómo decirlo a través de la radio para ser escuchados, atendidos y entendidos.

Los analistas de la comunicación dicen, con razón, que en todo medio de comunicación colectiva **el mensaje es afectado por las características del medio transmisor**. Esto es, el medio radiofónico influye necesariamente sobre el mensaje, lo condiciona, impone determinadas reglas de juego; obliga a adecuar la comunicación educativa y cultural a la naturaleza y a las características específicas del medio.

Así pues, la concepción antes descrita que ve en la radio un mero vehículo electrónico que transmite mensajes a distancia, debe ser modificada. La radio no es un vehículo, sino un **instrumento**. Sin duda, un gran instrumento potencial de educación y cultura populares, pero que, como todo instrumento, exige conocerlo, saber manejarlo, adaptarse a sus limitaciones y a sus posibilidades. Usar bien la radio es una técnica y un arte.

2. LIMITACIONES DE LA RADIO

Pongámonos, pues, frente a ese medio específico que es la radio y comencemos a examinarlo y desmontarlo. Sus extraordinarias ventajas cuantitativas como vehículo masivo son demasiado conocidas para que sea necesario abundar sobre ellas:

- **amplia difusión popular** (recuérdense los datos en el capítulo anterior)

- **simultaneidad** (posibilidad de llegar a muchas personas al mismo tiempo)

- **instantaneidad**: el medio impreso -periódico o revista- llega al lector muchas horas después de escrito y solo mediante un proceso de distribución individual, ejemplar por ejemplar; el mensaje radiofónico llega al oyente en el mismo momento en que se emite y se “distribuye”, sin necesidad de

la intervención de ningún agente intermediario.

- **largo alcance:** un canal de TV tiene un radio de servicio de unos 150 Kms, a la redonda; una emisora de radio de onda media, de buena potencia, puede cubrir un dilatado ámbito.

- **bajo costo per cápita:** más bajo que el de ningún otro medio de difusión colectiva, lo que a su vez se traduce desde el punto de vista educativo en la relación costo-beneficio más favorable (cfr. el capítulo anterior).

- **acceso directo a los hogares de los destinatarios:** el mensaje radio o teledifundido llega al domicilio de cada usuario, sin que éste tenga que desplazarse para recibirlo (comparar con el cine).

Pero miremos ahora a la radio ya no como mero difusor, sino cualitativamente, como instrumento; veamos sus limitaciones desde el punto de vista educativo.

Ira. limitación: unisensorialidad

Esta primera limitación es evidente; aparece tan pronto se compara la radio con la televisión o el cine sonoro. La radio solo emite sonidos. Es unisensorial; puede valerse de un solo y único sentido, el oído, al cual se encuentra limitada. Lo visual no existe.

Ante un receptor de radio -se ha dicho- somos como ciegos; el oyente ha de asumir una voluntaria ceguera.

Durante mucho tiempo se magnificó esta limitación desde el punto de vista de la eficacia de la radio como instrumento cognocitivo. Se sostenía que, en proporción abrumadoramente mayoritaria, el ser humano aprende por la vista. Se afirmaba que más del ochenta por ciento de los conocimientos se

adquiere por el conducto visual, en tanto menos del diez por ciento de los mismos nos llega por vía auditiva. Es corriente oír decir que “una imagen enseña más que mil palabras”.

Estas afirmaciones son hoy muy cuestionadas. Un especialista tan autorizado como Gagné afirma que “no es probable que ningún medio en particular tenga todas las propiedades que lo hagan el medio ideal. Cuando se compara la efectividad de los distintos medios para la enseñanza, rara vez se encuentra alguna diferencia”. Señala asimismo que “casi todas las funciones de la instrucción pueden ser cumplidas por casi todos los medios” y que “en general no se han encontrado diferencias sustanciales en la efectividad de los distintos medios entre personas diversas”¹.

También merece ser objeto de un cuestionamiento más cuidadoso, ese culto a la imagen que se ha venido gestando en los ambientes educativos, en los últimos años. Se afirma, acaso con un poco de ligereza, que vivimos en la “civilización de la imagen”. Un examen más sereno pondría en evidencia que la imagen visual favorece un tipo de percepción sensorial, más dirigida a los sentidos que al pensamiento y a la razón. Cada vez más se impone la necesidad de revalorar la palabra, como verdadero instrumento de la comunicación y el pensamiento. Como subraya O’ Sullivan Ryan, “la palabra humana es la más grande expresión creativa del hombre, su acto de encarnación en el mundo y su posibilidad de realizar una auténtica comunicación con los demás hombres”.

Por otra parte, comparada la radio con los medios escritos (periódicos, folletos, libros, revistas), si por un lado los últimos tienen a su favor su perdurabilidad y permanencia mientras que el mensaje de la primera es fugaz y efímero; por el otro, la radio ofrece las importantes ventajas de poder llegar a los analfabetos sin requerir de destreza especial alguna para

1. ROBERT M. GAGNE: *The Conditions of Learning*. Citado por O’ Sullivan-Ryan, loc. cid. cfr. nota 7 del capítulo 1).

beneficiarse con su empleo; y de adaptarse mejor que ningún otro medio a los pueblos que basan su cultura en la transmisión oral.

Pero, ya en un balance objetivo, es preciso convenir que esa unisensorialidad de la radio tiene consecuencias importantes, que las indican como una innegable limitación del medio.

1. Peligro de fatiga: al estar centrada en un solo sentido y contar con una única fuente de estímulos (el sonido), la emisión radiofónica puede provocar la monotonía. Porque carece de elementos visuales, un programa radial puede cansar más fácil y más rápidamente que uno de TV o una película.

2. Peligro de distracción: al quedar la vista por así decirlo “sin alimentar”, los oyentes de radio deben concentrarse más para prestar atención a ese mensaje que solo les llega por el oído; pero la capacidad humana de concentración tiene sus límites. Esa “ceguera” a que la radio somete al auditorio, puede producir en él distracción sensorial, sobre todo visual. Si la emisión no resulta interesante y no logra captar rápidamente su atención, el oyente puede fácilmente distraerse y dejar de atender. Como se diría en términos de informática, “la comunicación radiofónica está extremadamente expuesta al ruido!, especialmente al visual (ya se explicará en un capítulo posterior la noción de ruido y su importante significado en el empleo de la radio).

Una forma de atenuar la exclusividad del sentido auditivo consiste en complementar la emisión con ayudas visuales y textos impresos, como lo hacen casi todas las escuelas radiofónicas, pero esto no siempre es posible hacerlo en todos los programas educativos ni para todos los oyentes; y aun cuando se lo haga, no es suficiente para compensar esta limitación. Las ayudas visuales y los textos impresos solo constituyen un paliativo, sin duda útil y conveniente, pero parcial.

2da. limitación: ausencia del interlocutor

Esta limitación no es, como la anterior, exclusiva de la radio, sino común a todos los **mass media**.

En radio, estamos solos. El educando, el interlocutor, está del otro lado del receptor, no puede intervenir. No se reproduce la relación interpersonal directa que se da, por ejemplo, en el aula.

Una clase dictada en un aula, por tradicional que sea en sus contenidos, no es nunca un monólogo en el que el maestro habla y los alumnos se limitan a escuchar pasivamente. Hay cierta interacción constante entre el educador y el educando. Estos pueden preguntar, intervenir, decir que no han entendido, pedir aclaraciones, etc. Aun cuando permanecen totalmente callados, los educandos influyen. Por sus expresiones, el maestro puede ir midiendo si siguen y entienden su exposición, si escuchan con interés o se distraen, si quedan dudas, si están perplejos; y puede adecuar el ritmo de su explicación a la velocidad de asimilación de sus alumnos.

Nada de esto se da en una "clase" por radio. Esta es rígida, fija; está establecida de antemano; no puede captar la reacción del invisible alumno ni adecuarse a ella. De ahí el error pedagógico que supone el querer reproducir el esquema de una clase convencional a través del micrófono. La clase escolar es irreproducible por radio, en virtud de la transmisión a distancia y la consecuente y obligada ausencia física del destinatario.

En radio, el comunicador no puede percibir la reacción de los oyentes como puede hacerlo cuando habla en una reunión. Los oyentes, a su vez, no pueden hacer ninguna pregunta ni pedirle que repita alguna frase que no entendieron bien, ni controlar la velocidad de la exposición. A causa de esta limitación, Broadhsed -un experto neozelandés- llega a decir

gráficamente que la charla o disertación o conferencia radiofónica es, en cierto modo, “un medio antinatural de comunicación”².

Unidireccionalidad del mensaje: dependencia, contradependencia

Pero las consecuencias de esta limitación para la comunicación radioeducativa son aún más hondas. Plantean el problema -propio, por lo demás, de todos los mass-media- de una comunicación unidireccional, es decir, en una sola dirección, en una única vía. El emisor se dirige al perceptor sin dejarle posibilidades de reciprocidad. Este está reducido a recibir pasivamente esa comunicación que le llega verticalmente, “desde arriba”, y en la que no puede intervenir.

Ello crea, en primera instancia, una situación de dependencia; el perceptor depende únicamente del emisor. Después de cuanto se ha señalado en el capítulo anterior acerca de los efectos de la educación de tipo autoritario o “bancario”, casi es innecesario reiterar aquí en qué medida esta relación de dependencia es pedagógicamente negativa.

Esta relación de dependencia se resuelve generalmente transformándose en otra de contradependencia. Tras un lapso más corto o más largo, el perceptor reacciona con una oposición creciente hacia el mensaje y hacia el propio comunicador. “Poco a poco el perceptor “se impermeabiliza” hacia esa comunicación que le viene “desde arriba”³. De modo que, si no se fija en su actitud inicial de dependencia, se

2) BRUCE BROADHSED: *Charlas Agrícolas en Nueva Zelandia*. In *Notas sobre Radio-difussao Agrícola*. Trad. portuguesa del texto editado por FAO. Toma, 1965. 2da. edición. IBC-GERCA-FAO-ABIR, 1971.

3) HUGO OSORIO MELENDEZ: *El Libreto Radial de Educación Complementaria*. I Seminario Nacional de Teleducación organizado por el Centro de Teleducación de la Universidad Católica del Perú (CETUC). Ed. mimeografiada. Lima, agosto 1973.

da en él un rechazo a esa comunicación en que no puede intervenir; una explicable -y en el fondo sana- reacción de rebeldía, que lleva al corte y al fracaso de la comunicación. No es menester subrayar que ni una ni otra situación -ni la de dependencia ni la de contradependencia- son convenientes desde un punto de vista educativo.

Nótese que, aun siendo interpersonal, la situación de clase escolar genera en el adulto una reacción semejante, razón por la cual la moderna educación de adultos desaconseja este modelo tradicional. Como lo observa acertadamente Lennart Grenholm, del Instituto de Educación de Adultos de Tanzania, si se los coloca en la situación de sala de clase “los adultos se reducen a ser meros receptores de información. Ante la presencia de un maestro muy cultivado, los alumnos adultos no pueden dejar de experimentar un sentimiento de inferioridad”, el cual “no crea una situación de aprendizaje favorable a la atención y a la retención de conocimientos”⁴.

Si ello sucede incluso en un aula, en que maestro y alumno están juntos y pueden verse y oírse uno al otro, tanto más se da en radio, donde el mensaje es intrínsecamente unidireccional. Utilizada en forma convencional y no creativa, la radio, sobre todo cuando se empeña en reproducir la mecánica del aula tradicional, acentúa aún mucho más esta relación jerárquica vertical maestro/alumno, con su negativa secuela de dependencia y de posterior rechazo.

3ra. limitación: fugacidad

El mensaje radiofónico es efímero, se inscribe en el tiempo. No es posible al perceptor volver atrás y releer lo que no logró aprehender, como sucede en el mensaje escrito. Lo que se dijo ya está dicho, ya pasó; si no fue captado y entendido, ya no hay

4) LENNART H. GRENHOLM: *El empleo de la radio por los grupos de estudio en la República Unida de Tanzania. Serie Experiencias e Innovaciones en Educación No. 15. Unesco, París, 1976.*

remedio; el oyente se “desconecta” porque no puede seguir el resto de la exposición.

Esto impone la necesidad de ser muy reiterativos por radio; de repetir e insistir. Es decir que el mensaje radiofónico está sujeto en alto grado a lo que en comunicación se llama “ley de la redundancia”.

También el hecho ya analizado de que el receptor está ausente, no puede controlar la velocidad de la emisión ni puede pedir que se le repita lo que no entiende, exige un alto grado de redundancia para asegurar que los conceptos que se desea comunicar sean percibidos y retenidos.

Esta exigencia de redundancia, impuesta por el carácter fugaz del mensaje, apareja dos consecuencias:

1. Limitación de la información. En radio, solo podemos expresar unas pocas ideas por vez. Debemos limitarnos a muy pocos conceptos en cada emisión. Si tenemos cinco aspectos de una cuestión para tratar, lo más probable es que debamos conformarnos con elegir uno o dos de ellos -los principales- y dejar los restantes para una próxima emisión o para nunca. Y ello, por dos motivos:

a) Porque, a través de un mensaje efímero e inscrito en el tiempo, no es posible desarrollar muchas ideas. El oyente no puede retenerlas.

b) Porque cada concepto debe ser expuesto en forma insistente y reiterada y ello lleva tiempo. Lo que en un texto destinado a la publicación impresa se puede decir en cinco líneas, en un guión radial probablemente exigirá diez o acaso quince, y ese tiempo que se nos va en redundar, es tiempo al que debemos renunciar para añadir más información.

2. Peligro de monotonía. Si no repetimos bastante, el

mensaje será difícilmente captado y retenido. Pero esta ineludible necesidad de repetir, entraña también el peligro de resultar monótono, provocando aburrimiento, distracción, rechazo.

4a. limitación: auditorio condicionado

Hemos dejado expresamente para analizar por último **-last but not least-** una limitación muy importante por las repercusiones que implica para un uso educativo de la radio y que sin embargo es la menos mencionada y tenida en cuenta.

En una primera formulación, podría enunciársela así: la gente está acostumbrada a oír radio más que a **escuchar** radio. Esto es, el nivel de atención y concentración ante el mensaje radiofónico es bajo.

Cuando se examina más a fondo esta constatación, se percibe que ella apunta a un hecho más global: los destinatarios de nuestro mensaje educativo o cultural, son también y al mismo tiempo radio-oyentes. Oyen radio no solo cuando llega la hora de la emisión educativa, sino todo el día; la oyen no solo para formarse, sino también para informarse y sobre todo para entretenerse; y han adquirido hábitos y actitudes que ya no resulta fácil modificar y que trasladan a su manera de recepcionar el programa educativo.

Ejemplo de ello es esa actitud tan corriente, señalada al comienzo, de oír radio sin atender, sin escucharla realmente, en forma distraída y superficial.

En América Latina, la radio es muy oída; pero el público se ha acostumbrado a tener el receptor constantemente encendido como “música de fondo” para sus tareas o sus momentos de descanso. Se ha habituado -y las propias emisoras contribuyeron a habituarlo- a establecer con el radioreceptor una relación cómoda y pasiva.

Muchos factores han contribuido a esta tendencia a la facilidad y al menor esfuerzo:

- la transmisión de radio, llega en cualquier momento hasta donde uno está con solo accionar una perilla;

- hoy día, con los modernos aparatos portátiles transistorizados, la radio va con uno a cualquier parte;

- con una total facilidad y en un instante, si lo que se escucha no interesa o no gusta, se gira la perilla del dial y se cambia de estación;

- el mismo hecho de que en América Latina no haya que pagar un impuesto o licencia por el derecho a escuchar radio (como sucede en Europa) crea la sensación de que la radio es gratis, de regalo; algo que está siempre a nuestra disposición sin requerir el más mínimo esfuerzo o sacrificio.

Es así cómo el radio-oyente se ha acostumbrado a oír no para pensar, sino para distraerse; no para poner algo de sí en la captación del mensaje, sino en busca de un placer fácil. La radio que él generalmente oye, complace y fomenta esa tendencia a la facilidad, le brinda masivamente, entretenimiento, distracción, en tanto que la educación demanda otra actitud: atención, concentración, contracción.

Nuestro mensaje educativo se inserta en un medio altamente competitivo. Lo primero que debe tener presente quien desee utilizar la radio con una finalidad educativa, es que nunca estamos solos en el dial. Hay una oferta permanente de mensajes más o menos atractivos. Existen más de 3500 emisoras de radio en América Latina; y el 93 por ciento de ellas son comerciales y, promedialmente, apenas conceden el tres o el cuatro por ciento de su tiempo total de transmisión a programas categorizados como educativos y culturales, en tanto que dedican masivamente sus espacios a emisiones de entretenimiento. Nuestra emisión educativa tendrá que enfrentarse siempre, pues, a los hábitos preexistentes generados por esa modalidad de programación.

Aunque proceda de un campo tan pragmático como lo es el de la publicidad comercial, no deja de responder a una cierta realidad la distinción que hacen los publicitarios en cuanto al grado de atención con que son recibidos sus mensajes en los que ellos llaman medios de audiencia cautiva (vg. el cine, en que el espectador, sentado en su butaca y enfrenteado a la pantalla, está de alguna manera obligado a seguir el espectáculo) y medios de audiencia libre, como la radio, donde es tan fácil silenciar el aparato, cambiar de estación a la menor caída del interés.

En mi trabajo de guionista y realizador de radioprogramas, siempre tengo presente una caricatura que vi una vez en una revista; en un estudio de radio, un sabio científico se dispone a leer ante el micrófono una voluminosa conferencia, en tanto que el locutor se le acerca y le dice al oído: “No se afane demasiado, profesor; en este momento, según la encuesta de audiencia, tenemos una sintonía del cero por ciento”. Chiste cruel, sin duda; pero que connota, sin embargo, una sabia advertencia. Mientras escribe su guión, el radiocomunicador-educador debiera estar constantemente preguntándose: ¿Me estarán escuchando aún a esta altura?, ¿estará logrando mantener el interés de mi auditorio, o habrán girado el dial?

Nos dirigimos, pues, a un auditorio doblemente condicionado: por la misma facilidad del acceso al medio y por sus hábitos de radio-oyentes, favorecidos por las características propias de la radiodifusión latinoamericana (proliferación de emisoras, dial poblado de mensajes, presencia abrumadoramente mayoritaria de programas de entretenimiento, etc.). Así, la gran difusión y popularidad del medio, si por un lado favorece la posibilidad de una comunicación educativa, por el otro condiciona esa comunicación. Si no logra captar rápidamente la atención del oyente y mantenerla a lo largo de toda la emisión, el mensaje educativo lleva fatalmente las de perder: nuestro destinatario apagará el receptor, cambiará de estación o, en el mejor de los casos,

cederá el hábito, fuertemente arraigado en él, de oír distraídamente, sin escuchar.

La receptividad al cambio. Quizá sea conveniente señalar por último otro condicionamiento. Hasta aquí se ha visto cómo la radio condiciona la capacidad de atención del receptor. Pero, en un sentido más hondo, condiciona también su receptividad y capacidad de comprensión; y por esa vía, crea limitantes en la selección de los contenidos.

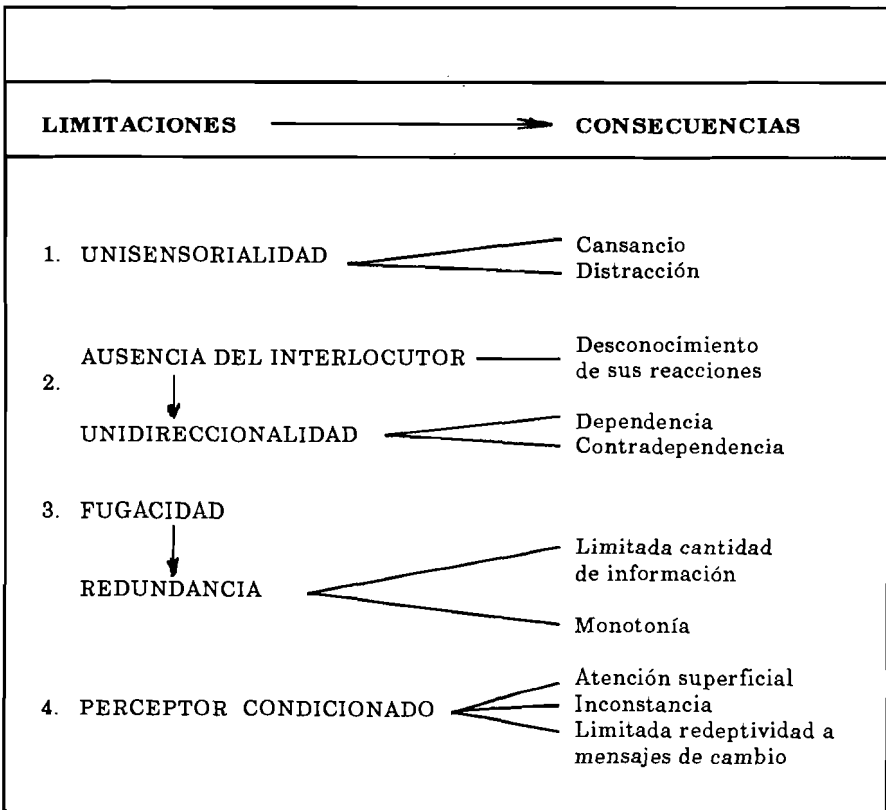
Como ya se ha explicitado en el capítulo precedente, ningún programa es neutro; ninguno es anodino ni carente de contenido. Todo programa influye en la mente de los oyentes. Las novelas, los anuncios comerciales, las canciones y los programas de entretenimiento que consumen masivamente, tienden a fomentar en ellos una actitud acrítica y a consolidar una serie de valores y de pautas de comportamiento. Nuestro mensaje educativo presupone otros valores y otras pautas; y, en consecuencia, entra en colisión con los que, por la influencia ambiental masiva, el oyente se ha acostumbrado a validar.

De alguna manera, el mensaje educativo crítico y problematizador va “contra la corriente”. Siempre es más fácil seguir creyendo y pensando lo que siempre se ha creído y pensando, lo que “todos piensan”, que cuestionarse y problematizarse.

Ha de tenerse siempre en cuenta este factor como un condicionamiento real para una acción educativa. Si lo desdeñamos, si no tenemos el cuidado de graduar y medir nuestro mensaje, si no lo presentamos de una manera pedagógica, por buenos y verdaderos que sean los valores que tratamos de impulsar y por identificados que ellos estén con los auténticos intereses populares, corremos el peligro de generar en las mayorías incomprensión y rechazo en lugar de adhesión. En radio educativa estamos siempre condicionados por el grado de percepción social de nuestros destinatarios.

En resumen, en cuanto instrumento educativo, la radio nos enfrenta a una serie de limitaciones apreciables, que dan plenamente la razón a la ciencia de la comunicación cuando ella afirma que el mensaje se ve afectado por las características del medio transmisor.

En la enumeración precedente, se ha podido ver en qué medida y de cuántas maneras las limitaciones del medio radiofónico afectan el propósito educativo. Si no cabe afirmar que “el medio es el mensaje” como exageró McLuhan, sí cabe aceptar como un hecho de real importancia que el medio radiofónico condiciona el mensaje.



Como se verá enseguida, estas limitaciones son superables, si no totalmente, al menos en buena medida: la radio es ciertamente un medio idóneo a los fines de la educación. Pero estas limitaciones existen, son importantes y deben ser tenidas en cuenta pues, de desconocerlas, la acción educativa puede resultar, parcial o totalmente, no cumplida en sus objetivos.

3. LAS POSIBILIDADES, LOS RECURSOS

Cuando decimos que la radio condiciona el mensaje educativo no solo entendemos estos condicionamientos restrictiva y negativamente, como limitación; la radio lo condiciona también positivamente, ofreciendo posibilidades de realizar una tarea pedagógica efectiva, siempre que dichas posibilidades sean conocidas y empleadas por el comunicador-educador. Es decir, siempre que este domine el lenguaje del medio.

Así como en la sección precedente se han visto algunas de las principales limitaciones de la radio, veremos ahora algunas de sus posibilidades y constataremos cómo éstas vienen a compensar o equilibrar en menor o mayor medida a aquéllas.

1° Poder de sugestión

Entre las limitaciones del medio, se había señalado en primer término su unisensorialidad, esto es, el hecho de que la radio solo opera sobre el sentido auditivo. Frente a él, tenemos como compensación una característica del medio radiofónico, también acertadamente valorada por los estudiosos de la comunicación colectiva: la radio es sugestión. “Lanzamos el mensaje al aire -dice uno de ellos- y el radioescucha echa a volar su imaginación”.

Si estamos privados de imágenes visuales, en radio disponemos en cambio de una rica gama de imágenes auditivas:

“Puesto que en la educación a través de la radio el oído es el único sentido que tenemos a nuestro alcance, éste debe ser impresionado por imágenes auditivas que sustituyan a los demás sentidos”⁵.

Ser sugestivo en radio es una posibilidad al alcance del educador-comunicador. Aún más, es casi una exigencia, ya que la eficacia del mensaje radiofónico depende en gran medida de la riqueza sugestiva de la emisión, de su capacidad de sugerir, de alimentar la imaginación del oyente con una variada propuesta de imágenes auditivas. Si su imaginación es movilizadora por el programa, atenderá el mensaje, lo retendrá y asimilará aunque le llegue a través de un solo sentido; si, por el contrario, la emisión no contiene ni suscita imágenes auditivas, el oyente se distraerá, no participará activamente y los contenidos educativos le llegarán débilmente o no le llegarán.

Afortunadamente, para un escritor de programas de radio conocedor de su oficio, la posibilidad de suscitar imágenes auditivas es muy vasta -diríamos, entusiastamente vasta-, por esa misma calidad altamente sugestiva del medio radiofónico.

Piénsese tan solo, a vía de ejemplo, en la enorme libertad tiempo-espacial con la que se mueve el programa de radio. No hay acaso ningún otro medio de comunicación que pueda trasladarse de un lugar a otro, de un tiempo a otro, con tanta facilidad. Deseamos llevar al oyente a una escena que se desarrolla en Francia o en la India: nos basta un tema musical, unos detalles en el texto, unos sonidos, y el radioescucha nos acompaña con su imaginación a esas tierras lejanas. De una escena que transcurre en nuestro país y en nuestra época, queremos pasar a una evocación de la vida de los incas o de los mayas en la época precolombiana: bastará un

5. J.O.SULLIVAN-RYAN, *op. cit.* (cfr. nota 7 del capítulo 1)

montaje sonoro y musical, unos pocos detalles descriptivos y ya habremos cambiado el “decorado” de nuestra acción. Una batalla, un incendio, una tempestad, un parque de diversiones, una feria popular, una manifestación multitudinaria, un embotellamiento de vehículos en una carretera; todo es posible crearlo en radio.

Pero, además de esas posibilidades que tienen que ver con el “espectáculo” auditivo, la radio puede desplegar con extraordinaria vividez -y eso es aún más importante- hechos, acciones, situaciones humanas, personajes, historias, casos, conflictos, dilemas, estados de ánimo, “climas”. Puede presentar en forma vívida los problemas, las luchas, las alegrías y los sufrimientos de los seres humanos y de las comunidades.

Los recursos del lenguaje radiofónico. Se mencionó asimismo que el programa de radio, constreñido a un único sentido, exige del destinatario un alto grado de concentración, mayor que el que demandan los medios audiovisuales y, por consiguiente, entraña el riesgo de un mayor y más rápido cansancio. Frente a esa limitación, los comunicadores prácticos aconsejan aliviar el peso de la concentración, apelando a una gran variedad de recursos radiofónicos.

Como se ha venido viendo, esos recursos son, por fortuna, abundantes. Por ejemplo, cuando se analizan las estructuras sonoras que el medio radiofónico tiene a su disposición, se constata que la radio no es solo palabra, sino también música y sonidos.

El lenguaje musical es, sin duda, uno de los lenguajes humanos más ricos que existen y el de mayor intensidad expresiva y emocional. Apena comprobar, sin embargo, que las emisiones educativas suelen hacer un uso sumamente rutinario y pobre de la música, utilizándola casi como separación entre bloques de texto y apelando a guiones musicales uniformes y reiterados hasta el hartazgo, escogidos sin mayor

cuidado ni preocupación por sus posibilidades expresivas. Un buen empleo del lenguaje musical abre, en cambio, caminos insospechadamente ricos a la comunicación radiofónica. Entre las imágenes auditivas más sugerentes que es posible crear, figuran aquellas que son generadas por un uso inteligente e imaginativo de temas musicales.

Algo análogo sucede con los sonidos, que suelen ser poco o nada utilizados en programas de carácter educativo y cultural, pese a sus amplias posibilidades como medio de expresión. Para dar solo un ejemplo más, es posible -como se verá en otro capítulo posterior- realizar con efectos de sonido, incluso eficaces “gráficas sonoras” para presentar por radio magnitudes estadísticas comparativas; lo que ilustra el amplio campo que abre a la educación radiofónica el manejo creativo de las imágenes auditivas.

2° Comunicación afectiva

Por otra parte, si bien es cierto que la radio actúa sobre un único sentido, la psicología nos da un dato muy relevante: ese sentido auditivo al que llega la radio es el más ligado a las vivencias afectivas del hombre.

Bastará para comprobarlo así una sencilla constatación, que todo lector podrá aseverar a base de su observación y a su experiencia: los ciegos son, en su mayoría, de carácter apacible y paciente y suelen llevar su invalidez con resignación, en tanto que los sordos son generalmente irritables e irascibles. La pérdida del sentido auditivo les provoca una sensación de incomunicación y bloquea sus posibilidades de vinculación afectiva con los seres que los rodean, en tal medida que la vida se les hace muy difícil de sobrellevar. Esta comprobación confirma la vital importancia del oído como sentido de comunicación social y emocional. El oído es el sentido de la comunicación humana por excelencia; y, a nivel neurofisiológico, el órgano más sensible a la esfera afectiva del ser humano.

También el psicoanálisis o psicología profunda, asigna al sentido auditivo una importancia y una función especiales. Freud distingue entre dos tipos de ideas o actividades psíquicas. Ambas se encuentran en la psiquis en estado latente; pero en tanto que una está ligada a la conciencia, “surge de la conciencia y puede volver a ella en todo momento”, la otra está desconectada de ella, se halla reprimida y es incapaz de conciencia por sí misma. A la primera la denomina preconsciente, mientras que designa a la segunda con el término de inconsciente.

Pues bien. La diferencia entre una representación inconsciente y otra preconsciente consiste en que “el material de la primera permanece oculto, mientras que la segunda se muestra enlazada con representaciones verbales”. Estos restos verbales “proceden especialmente de percepciones acústicas, lo que asigna al sistema preconsciente un origen sensorial especial (...). Podemos dejar a un lado los componentes visuales de la representación verbal adquiridos en la lectura e igualmente los componentes de movimiento. La palabra que se graba en el preconsciente es, esencialmente (...) la palabra oída”⁶.

Es, pues, la palabra hablada la que queda registrada en el “preconsciente eficaz que puede volver a hacerse fácilmente conciencia”. Lo que registra la conciencia y se graba a nivel profundo es lo que le llega a través del oído. Freud encuentra, pues, una fuerza y un poder de penetración especiales en la transmisión oral de la palabra. Casi no es necesario subrayar la importancia que revisten estas comprobaciones para la valoración del medio radiofónico.

Aun dejando de lado los datos de la corriente psicoanalítica, es un hecho que la palabra hablada -y en esto se diferencia de

6. SIGMUND FREUD: *El “Yo” y el “Ello”*. *Obras Completas* (trad. Luis López-Ballesteros y de Torres), tomo II. Edit. Biblioteca Nueva, Madrid, 1968.

la escrita- no solo contiene un ingrediente semántico y conceptual, conlleva también una rica carga imaginativa y afectiva. El poeta francés Paula Valéry quedó deslumbrado cuando, en los albores de la radiodifusión, oyó la lectura de un poema suyo transmitido por radio y percibió los efectos que esa lectura provocaba en los oyentes y en él mismo. Comprobó que los radioescuchas, aun aquellos que conocían su poema por haberlo leído antes, descubrían ahora en él riquezas nuevas no percibidas en la lectura visual; y que él mismo -el propio autor- se reencontraba con las raíces más profundas de su creación poética y hallaba en su poema sugerencias de las que aun él no era consciente hasta ese momento. Lo que en la lectura visual se convertía en mero valor significativo conceptual, cobraba aquí otras resonancias. La palabra se hacía ritmo, sonido, musicalidad, lenguaje de auténtica y honda comunicación.

De todo esto surge una consecuencia muy importante para nuestro quehacer radiofónico. Por ser un medio auditivo, la radio es más propicia a la palabra-emoción que a la palabra-concepto. Un ingrediente estético, emocional y afectivo debe estar siempre presente en la comunicación radiofónica si se la quiere eficaz.

Naturalmente, no estamos aludiendo aquí a los efectismos de una emoción barata y sensiblera, como la que suelen desplegar vg. las radionovelas; lo que se quiere señalar es que un concepto, una idea, puede vehicularse mejor por radio si se la enmarca en una dinámica afectiva, cálida, vivencial, que establezca una comunicación personal con el oyente y le haga sentir la emisión y no solo percibirla intelectualmente. En cambio, si se lo presenta en una forma puramente cognitiva, fría, impersonal -como generalmente lo hacen los programas educativos corrientes- las posibilidades de que el mensaje sea atendido y aprehendido serán considerablemente menores.

La auténtica comunicación radiofónica debe tener un com-

ponente afectivo además del componente conceptual; debe movilizar no solo el estrato pensante del perceptor sino también su estrato emocional.

Estas peculiaridades del sentido auditivo, este valor de la palabra oral, abren dilatadas posibilidades a la educación por radio. En la medida en que el comunicador sea capaz de incorporar este elemento afectivo, tanto más fácil le será combatir la distracción del oyente, evitar su cansancio, alejar la sensación de monotonía y captar su atención. Su pedagogía radiofónica será tanto más comunicativa y, por ende, más eficaz. Así como el pobre manejo de este aspecto, debilitará notoriamente la eficacia pedagógica del mensaje.

3° Empatía

Otra limitación que nos planteaba la radio era la ausencia del destinatario, su situación de receptor pasivo; la unidireccionalidad de la comunicación.

Pero hay un factor potencial del mensaje radiofónico, que está en la base de sus técnicas creativas y que si no elimina esta limitación, al menos la mitiga y atenúa considerablemente; el factor empatía. Así como en un párrafo anterior, haciéndonos eco de la definición de un analista, señalamos que “la radio es sugestión”, añadiremos ahora con no menos convicción que la radio es empatía. La auténtica comunicación popular reside, en gran medida, en la capacidad empática del comunicador.

Luis Ramiro Beltrán describe así esta cualidad: “Los psicólogos llaman ‘empatía’ a la capacidad de proyectarnos nosotros mismos en la personalidad de los demás; a la facultad de anticipar sus respuestas a nuestros estímulos. Esa aptitud para ‘ponerse en el pellejo del prójimo’ es una de las habilidades fundamentales para la buena comunicación.

“Es, como destreza, algo desarrollable. Todos podemos incrementar nuestra competencia para ‘empatizar’ tratando de situarnos, al intentar comunicarnos, en el punto de vista, en la situación de nuestro destinatario (...). La empatía es algo tan importante en la comunicación humana que no es riesgoso afirmar que la mayor parte de las fallas de comunicación -la desinteligencia, la falta de entendimiento, la incomunicación- provienen de que la fuente (emisora) no ha sabido ponerse en el papel de su destinatario”⁷.

Con expresiones que, sugestivamente, provienen precisamente de la radiofonía y que se han incorporado al lenguaje popular, cuando encontramos a alguien con el que nos entendemos bien, decimos que ambos sintonizamos; también decimos que, para poder ser bien comprendidos, debemos ponernos en la misma onda del otro. Pues bien, apelando a estas gráficas analogías, que no por nada tienen su origen en la radio, diríamos que la empatía es la facultad de saber “sintonizar” con el oyente; de ponernos en su misma “onda”.

Para comunicarnos, necesitamos desarrollar en nosotros esa capacidad de prever las posibles reacciones y respuestas de nuestro auditorio al mensaje que le estamos dirigiendo. Puede decirse que, aunque el oyente esté ausente y no lo conozcamos personalmente, la verdadera comunicación siempre implica una suerte de interacción: ese oyente está presente, debe estar presente en nuestra mente, cuando escribimos y realizamos nuestro programa; él influye en nosotros, así como nosotros tratamos de influir en él.

Siempre recuerdo a un inteligente dirigente político que, cuando hacía su diario comentario por radio, solía tener presente, según decía, a una humilde lavandera de campaña

7. LUIS RAMIRO BELTRAN: *Comunicación*. In J. Ramsay, H. Frías y L.R. Beltrán: *Extensión Agrícola - Dinámica del Desarrollo Rural*. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), San José, Costa Rica. 4a. edición. 1975.

que había conocido en su infancia. Mientras desarrollaba su charla radiofónica, este dirigente pensaba en “doña María” y hablaba para ella; se preguntaba si ella entendería lo que él trataba de explicar, imaginaba las reacciones de la lavandera, procuraba decir las cosas de manera que pudieran ser comprendidas por ella y llegarle. Visualizaba a doña María del otro lado del receptor y se decía: “Aquí ella está asintiendo y aprobando”; o “cuidado, aquí doña María ya no entiende, se aburre, esto que estoy diciendo le resulta ajeno y extraño, debo explicarlo de otro modo más afín con su mundo”. No conozco otra fórmula mejor de comunicación radiofónica educativa.

La empatía opera aun cuando no podamos conocer personalmente a cada uno de nuestros oyentes. Aun así, siempre es posible imaginar, visualizar a nuestro interlocutor; conocemos a nuestro alrededor muchas personas parecidas a él, así como el dirigente de nuestro ejemplo conocía a doña María y trataba de hablar para ella.

Por otra parte, nosotros mismos tampoco somos tan diferentes a nuestro oyente. Muchas de nuestras experiencias y vivencias son comunes con las suyas. Podemos evocar esas experiencias comunes. La empatía se hace a base de observación, de intuición y también de introspección: si nos observamos a nosotros mismos, si nos conocemos bien -críticamente, sin idealizarnos- vamos descubriendo actitudes y reacciones nuestras que nos permiten entender mejor a los demás.

Si en toda comunicación es indispensable la empatía, en radio es **decisiva**. El comunicador radiofónico tiene que desarrollar al máximo su capacidad de **asumir** la situación del oyente popular, tratar de percibir el mundo como éste lo percibe; sintonizar con su vida, con su realidad, con su universo cultural; sentir como él, comprender como él, captar qué cosas pueden interesarle, hablar su propio lenguaje, hacer que él se sienta reflejado en el mensaje (no para dejar

intacto ese universo mental que, por el contrario, necesita ser ensanchado y, en muchos aspectos, transformado; pero nada se construye en el aire, sin cimientos: para que el hombre pueda ser más, es preciso partir de lo que ese hombre es).

Es a base de empatía, esto es, a base de nuestra capacidad de asumir la situación y el universo mental de nuestro destinatario, cómo éste, sintiéndose reflejado y comprendido, podrá superar la sensación negativa de verticalidad y unidireccionalidad. Si se logra esta comunicación empática, ya no se sentirá como ausente, como excluido de la emisión, enfrentado a contenidos impuestos, sino por el contrario se sentirá presente en cierto modo en el programa, viviéndolo, participando de él. Por eso decimos que la empatía está en la base de las técnicas radiofónicas creativas y es el motor de todas ellas. Y es, como señala Beltrán, “una destreza desarrollable”, una capacidad que todo comunicador-educador puede y debe desarrollar. Se adquiere a base de una identificación profunda con el oyente popular -una identificación que supone observarlo y conocerlo- y, a la vez, aprender a quererlo tal como es, con sus virtudes y con sus carencias.

Como se verá más adelante, existen formatos o géneros radiofónicos más “empáticos” que otros; de ahí también la importancia de dominar las técnicas de la realización radiofónica para ser un radioeducador eficiente.

Dimensión sociológica de la empatía. Siempre se habla de la empatía en términos puramente psicológicos. Pero hay también una dimensión sociológica, que es menos percibida y subrayada, y que es sin embargo de capital importancia.

Por ejemplo, ya hay un principio de empatía cuando, al producir nuestro programa de radioeducación popular para adultos -campesinos, obreros-, tenemos presente que nos dirigimos a hombres que han trabajado duramente todo el día

y llegan cansados tras su ardua jornada; y cuyo esfuerzo para concentrarse y comprendernos hay que facilitarles en todo lo posible.

El educador, cómodamente sentado ante el micrófono, debiera pensar más a menudo en que esos oyentes a los que él se dirige han pasado muchas horas dándole al arado, a la máquina y que es lógico y humano que les cueste prestar atención. La primera preocupación que debiera dictarnos nuestra actitud de empatía es la de ponernos en lugar del trabajador para facilitarle, cuanto sea posible, el esfuerzo que le demanda la percepción y asimilación de nuestro mensaje.

Muchas veces también preconizamos soluciones (de alimentación, e higiene, etc.) que no están al alcance económico de nuestros oyentes. La empatía debiera servirnos para pensar no solo en la conveniencia intrínseca de ciertas soluciones, sino también en su costo en relación con los recursos e ingresos reales de nuestro auditorio. Es empatía ser conscientes de que estamos dirigiéndonos a familias que apenas ganan lo indispensable para subsistir y a las que no les podemos recomendar sin más prácticas que, por buenas que sean en sí mismas, les están vedadas. Antes de explicar la importancia de incluir verduras en nuestra dieta a causa de su valor vitamínico y de dar una receta para hacer “un sabroso suflé de espinacas”, averigüemos primero cuánto cuestan las espinacas en nuestra ciudad y si éstas están al alcance del consumidor popular. Antes de explicar los beneficios de la higiene y el aseo a los oyentes de las barriadas marginales, preguntémonos si tienen agua en sus viviendas o qué sacrificios deben hacer para subir hasta ellas unos pocos litros en su balde de hojalata.

Y quizá exista también una dimensión que podríamos llamar “ideológica” de la empatía. Podríamos describirla diciendo que es la capacidad de saber medir el grado de receptividad al cambio que pueden tener nuestros oyentes, de

modo de ubicar nuestro mensaje problematizador no más acá pero tampoco más allá de la “dosis” de cambio que él es capaz de asimilar a esa altura de su proceso vital. No proponerle prematuramente planteamientos o formulaciones que, en su actual estadio de conciencia, él todavía no es capaz de comprender ni de aceptar.

4° Relación de identificación

Examinemos por último qué respuestas, qué posibilidades y recursos ofrece el medio radiofónico frente a esa otra limitación mencionada precedentemente; esto es, el hecho de dirigirnos a un auditorio condicionado, habituado a oír radio en forma distraída y superficial.

Cuando se analiza la forma en que la gente escucha radio y las razones por las que lo hace, se descubre que éstas son en realidad ambivalentes y más complejas de lo que aparecen a primera vista. No toda la relación del oyente con la radio se sustenta en actitudes tan triviales, de mera procura de placer y facilidad. Para el oyente, la radio es también una compañía, una presencia en su vida con la que él establece relaciones que responden a necesidades culturales y a motivaciones psicológicas hondas.

Recuérdese al respecto el ejemplo de la encuesta ya mencionada en el capítulo 1 (cfr. pág. 23) sobre el índice de audiencia de las radios y telenovelas y su influencia en las mujeres latinoamericanas. Se constató, en primer lugar, que las novelas no eran simplemente oídas en forma distraída y superficial, sino escuchadas con suma atención: sus oyentes están pendientes de ellas. En segundo lugar, las encuestadas de Maracaibo manifestaron que sacaban de estas novelas “buenos consejos” y “soluciones para sus propios problemas”, esto es, pautas de comportamiento.

La interpretación de este hecho nos enfrenta a esa ambi-

güedad y ambivalencia que estamos tratando de analizar. Por un lado, el saldo es triste: esas novelas sentimentaloides, cursis y falsas estaban sirviendo de modelo y de paradigma de conducta a sus escuchas. Pero por el otro, el dato nos revela que las mujeres que escuchan novelas -y ello aún más acentuadamente entre las mujeres de clase baja- no solo lo hacen en busca de un pasatiempo evasivo ni de la mera procura de emociones fáciles, sino que están ansiosas de que alguien les brinde una explicación del mundo que las rodea y claves para entenderlo y desenvolverse en él. Lo lamentable, entonces, es que solo encuentren respuesta en esos folletines lacrimógenos y que la radio -incluso la así llamada "radio educativa"- no les ofrezca otros medios para ubicarse ante el mundo y ante la realidad. Mas el dato en sí mismo nos abre una puerta, una expectativa esperanzadora: nuestros mensajes educativos también tienen una cierta posibilidad de ser oídos con interés y atención, en la medida en que sepan responder a preguntas vitales que los oyentes se están haciendo.

Mientras la radio comercial suele explotar esa necesidad auténtica de los oyentes y les da generalmente una respuesta insatisfactoria -como en el ejemplo ya señalado de las radionovelas-, la radio educativa convencional suele fracasar por ignorar y desconocer esa necesidad. La mayoría de las emisiones educativas se ajustan rígidamente a programas curriculares prefijados, cuyos contenidos están preestablecidos y que no tienen en cuenta los intereses e inquietudes de la audiencia y las preguntas que ésta se está haciendo. Pero si un programa educativo sabe partir de lo que la gente necesita y siente, de los problemas a los que ella está buscando explicación y respuesta, es probable que pueda nuclear una audiencia concentrada, atenta y entusiasta.

Hay ejemplos que así lo atestiguan. Por citar uno, mencionaremos el programa "Escuela Para Todos" que se difundía hace años en Centroamérica. Su esquema es muy sencillo: se

trata de una especie de consultorio radial sobre temas de "cultura general". Cualquier oyente que no ha tenido oportunidad de recibir instrucción escolar y desee que le expliquen alguna cosa que él no sepa, puede escribir al programa y solicitar la información correspondiente. En cada audición son seleccionadas y respondidas unas diez preguntas formuladas por otros tantos oyentes; en tanto aquéllas que no son consideradas de interés general, obtienen respuesta individual por carta, de modo tal que ninguna pregunta queda sin ser contestada.

El valor educativo del programa es, como se ve, harto discutible. Las respuestas breves, fragmentarias y entremezcladas, dan solo conocimientos parciales y no desarrollan la capacidad crítica de razonar y de relacionarlos. Pero lo que vale la pena analizar es el éxito incuestionable de "Escuela Para Todos". El programa recibe miles de cartas; incluso oyentes analfabetos piden a amigos y parientes que les escriban sus cartas para poder hacer llegar sus preguntas. A través de muy variadas y significativas evidencias, se ha comprobado que el programa es escuchado con gran atención por el pueblo; que es sumamente popular y se ha ganado la simpatía, la adhesión y el afecto de la población rural; que la masa campesina está profundamente identificada con él y lo siente como suyo propio: acaso porque es el único que parece ocuparse personalmente de cada uno de ellos, dándoles así una cierta sensación de dignidad personal y no les hace sentirse avergonzados o disminuidos por su ignorancia. Pero, sobre todo, la razón de su éxito parece residir en que responde a las preguntas concretas que el campesino formula, a lo que éste quiere saber. En cambio, otros programas tradicionales de educación radiofónica de tipo escolar que se ofrecen en la misma región, apenas logran nuclear a unos pocos miles -y a veces unos pocos cientos- de alumnos.

Con todos los reparos que sin duda merece el esquema de la audición mencionada, su ejemplo puede servir para consta-

tar que la radio no siempre es oída en forma tan distraída y epidérmica como suele suponerse; y que es posible lograr popularidad para un programa cultural y captar el interés de la audiencia hacia los temas educativos, cuando se sabe tener en cuenta las necesidades de esa audiencia.

Hay dos formas de hacer educación por radio: una, decidiendo previamente qué es lo que el oyente “debe” aprender; otra, partiendo de lo que el oyente quiere aprender, de lo que él siente como necesidad y como pregunta.

Al seguir analizando la relación del oyente con la emisión radial, surge otro aspecto muy importante. Cuando la gente escucha radio, entran en juego mecanismos psíquicos tan fundamentales como el de **identificación**.

El público se identifica con determinados locutores, con determinados artistas, con determinados personajes, con determinados programas de radio, y establece con ellos una relación afectiva especial.

Ejemplos negativos de identificación, los medios de comunicación de masas nos suministran en abundancia. Basta recordar la forma en que tantas mujeres frustradas se identifican con las heroínas de las telenovelas; o cómo los jóvenes fans se identifican con sus ídolos, los cantantes populares. Por no recordar el caso, desgraciadamente tantas veces registrado por la crónica policial, de los niños que se identifican con los héroes de la televisión y de los cómicos y, por ejemplo, se quiebran una pierna intentando trepar a las paredes como Batman.

Pero, por negativos que sean, estos ejemplos señalan dos hechos importantes. Primero, que cuando esa relación de identificación se produce, el público ya no oye la radio en forma distraída y superficial, sino que concentra su atención;

y segundo, que aunque los medios comerciales la exploten con fines de manipulación, esa relación responde a una necesidad auténtica y profunda del ser humano. Sin un cierto grado de identificación, la comunicación no se establece. La identificación está en la base misma de todo proceso de comunicación.

Los **mass-media** suelen ofrecer para esta identificación modelos tan anti-educativos como los ya mencionados. Pero es posible proponer otros modelos mucho más positivos, mucho más consubstanciados con los auténticos intereses populares. Y es posible, sobre todo, que esta relación de identificación deje de operar como en los ejemplos precedentemente aludidos, a nivel inconsciente; y actúen por el contrario, para generar en el oyente una gradual toma de conciencia.

Lo que no es tan posible conseguir es una atención profunda y una participación del oyente si ignoramos y desconocemos este fenómeno. El error en que suele caer la llamada radio educativa -y de ahí sus débiles resultados- es el de no tener en cuenta esta clave fundamental de toda comunicación y no ofrecer generalmente a sus destinatarios ningún elemento de identificación. El oyente popular no puede sentirse identificado con ese maestro sabihondo y superior que, desde el pináculo de su saber, le dicta clases.

En cambio, si el educador-comunicador es consciente de esta necesidad básica de toda comunicación colectiva y sabe canalizarla adecuadamente, ella puede actuar positivamente y hacer viable una comunicación educativa eficaz.

Aquí también esa posibilidad depende de la capacidad de empatía de la emisión radiofónica. Si ésta tiene calidad empática, si sabe insertarse en la realidad, en el mundo, en las vivencias y en las aspiraciones de los estratos populares, estos se sentirán consustanciados con la emisión y establecerán con ella una relación positiva de identificación.

Evidentemente, el educador debe obrar con cautela y medida en el uso de este recurso y ser consciente del peligro de manipulación que éste siempre entraña. Aun con contenidos transformadores, un abuso del mecanismo de identificación puede redundar en una nueva alienación. No basta, pues, con la mera sustitución de modelos de identificación si no se busca lograr al mismo tiempo que el oyente comience a pensar por sí mismo. Será necesario balancear siempre los elementos de identificación con los de crítica. Pero lo que se ha querido señalar aquí es la importancia de crear esos lazos de identificación entre el programa y el oyente. Ello solo, obviamente, no es suficiente para que un mensaje radiofónico pueda cumplir una función educativa; mas sin la presencia de una cierta relación de identificación no es posible iniciar ni establecer la comunicación.

En cuanto a la otra limitación señalada, esto es, el alto nivel de redundancia impuesto por la fugacidad del mensaje radiofónico, más adelante se precisará y ejemplificará cómo esa necesidad de reiterar los conceptos puede ser satisfecha sin caer en monotonía, en la medida en que se sepa apelar a los variados recursos técnicos que la radio posibilita.

En síntesis. Recapitulando lo expuesto, la mayor o menor eficacia pedagógica del mensaje radiofónico dependerá de la medida en que éste logre:

- 1°- ser interesante y captar la atención del oyente, sin exigirle un esfuerzo de concentración excesivo;
- 2°- aprovechar el poder de sugestión del medio, estimulando la imaginación del perceptor y suscitando imágenes auditivas;
- 3°- desplegar una variada gama de recursos expresivos, valiéndose no solo de la palabra, sino también de la música y el sonido;

LIMITACIONES
RECURSOS

CONSECUENCIAS
EXIGENCIAS

UNISENSORIALIDAD

Cansancio

Distracción

SUGESTION

Estimulo a la imaginacion

Imágenes auditivas

Musica sonido

COMUNICACION
AFECTIVA

AUSENCIA DEL
INTERLOCUTOR

Desconoci-
miento de
sus reaccio-
nes.

UNIDIRECCIONALIDAD

Dependencia

Contradependencia

EMPATIA

PERCEPTOR
CONDICIONADO

Atención Su-
perficial

Inconstancia

Limitada re-
ceptividad a
mensajes de
cambio

ELEMENTOS DE
IDENTIFICACION

FUGACIDAD

REDUNDANCIA

Limitada cantidad de
información

Monotonía

TECNICAS CREATIVAS

- 4°- crear una comunicación afectiva, que no solo hable al intelecto del oyente, sino que convoque también su sensibilidad y su participación emotiva;
- 5°- desarrollar la capacidad de empatía, haciendo que el radio-escucha se sienta presente en el programa y reflejado en él;
- 6°- partir de las necesidades culturales de los destinatarios y responder a las preguntas que éstos se formulan;
- 7°- ofrecer al oyente elementos de identificación;
- 8°- limitarse a presentar pocas ideas y conceptos en cada emisión; saber reiterarlos y ser redundante sin caer en la monotonía;
- 9°- estar hecho con creatividad. Acaso sea éste el común denominador de todas las posibilidades que ofrece el medio radiofónico y a la vez de todas sus exigencias. La utilización de técnicas creativas es condición esencial de la comunicación radiofónica educativa.

4. EL GUIÓN RADIOFÓNICO CREATIVO

Ahora bien: ¿cómo lograr en un programa educativo y cultural ser sugestivo, dar imágenes auditivas, utilizar música y sonido, establecer una comunicación afectiva, ofrecer al oyente elementos de identificación?

A responder a ese cómo está destinado todo este libro, con sus capítulos de técnica y de práctica radiofónicas, que incluyen abundantes ejemplos. Sin embargo, creemos conveniente adelantar aquí algunas pistas que vayan ubicando al lector y ayudándolo a visualizar y concretar mejor, ya desde estos primeros capítulos, las posibilidades y exigencias del medio.

Los formatos estáticos

Quizá nuestra dificultad para imaginar programas que respondan a esas características, provenga de que, como ya se ha señalado, estamos acostumbrados a un modelo un tanto estereotipado y rutinario de radio educativa y cultural. La gran mayoría de las emisiones de este carácter consiste en la mera lectura por radio de un texto convencional, no adaptado a la naturaleza del medio ni a sus exigencias específicas.

La forma más usual y corriente empleada en la región en emisiones de educación radiofónica, ha sido siempre el discurso o monólogo; esto es, la charla expositiva. A lo sumo, para aligerar el resultado, se reparte el texto entre dos locutores que se alternan leyendo una frase cada uno; pero sin que esto constituya un verdadero diálogo sino un monólogo leído a dos voces.

Ahora bien; la mayoría de los expertos, y sobre todo los comunicadores prácticos, expresan serias reservas sobre la eficacia pedagógica de este formato. Así, uno de ellos dirá: “El discurso o monólogo es la forma más fácil, pero también la más aburrida”.

Otro no es menos categórico: “El hecho de escuchar solamente sin poder ver al expositor requiere del oyente un esfuerzo grande de atención. Se puede afirmar que, salvo casos excepcionales, un programa-monólogo -una charla, una conferencia- que sobrepase los 4 o 5 minutos de duración, es malo”. Si ello es así, las posibilidades de este formato son bien limitadas, ya que son pocos los temas educativos que pueden desarrollarse en tan breve duración. Este especialista concluye que, por regla general, hay que evitar el programa-monólogo, sobre todo cuando se trata de un público “poco acostumbrando a los esfuerzos de atención y a los conceptos abstractos”.

Los juicios de estos expertos quizá incurran en un grado excesivo de generalización. Puede haber, y de hecho hay, programas-monólogo pedagógicamente eficaces. Pero tal vez constituyan más bien la excepción que la regla. Es preciso convenir en que, por lo general, en la charla expositiva o exposición monologada:

- es más difícil mantener la atención y el interés del oyente;
- hay menos campo a la sugestión y a la imaginación; las posibilidades de introducir imágenes auditivas disminuyen notoriamente;
- se hace más escaso y con menores posibilidades expresivas el empleo de la música, reducida generalmente, como ya se señaló, a una mera función de pausa entre bloques de texto;
- la comunicación tiende a hacerse más fría e impersonal y, por lo tanto, pone menos en juego el mundo afectivo del auditorio;
- se acentúa más que en ningún otro formato la unidireccionalidad, la relación jerárquica vertical entre el que habla y el que escucha, y la situación de pasividad y dependencia de este último respecto del primero;
- se torna más difícil ofrecer al oyente elementos de identificación y de participación;
- se cae más fácilmente en conceptos abstractos;
- la necesaria redundancia o reiteración de los conceptos se torna particularmente penosa y pesada;
- se tiende a dar al oyente las cosas ya “masticadas” y

resueltas y una visión unilateral de las cuestiones; por la brevedad del tiempo de que se dispone y por el hecho de que el tema es presentado por una sola y misma voz, se hace difícil ofrecer distintos puntos de vista, distintas alternativas y opciones.

Por estos motivos los comunicadores consideran a la charla expositiva la forma menos radiofónica de comunicación; más aún, no pocas veces llega a ser anti-radiofónica, como sería anti-cinematográfica esa conferencia filmada con cámara fija que proponíamos como ejemplo al comienzo de este capítulo.

Los formatos dinámicos

Con sorprendente unanimidad, todos los expertos prácticos coinciden en preferir, para las emisiones educativas, otros formatos; el diálogo y, sobre todo, el radiodrama o radioteatro.

Es posible que tal propuesta provoque alguna perplejidad en el lector, quien no podrá evitar el evocar inmediatamente el clásico **soap-opera**, la radionovela folletinesca de tanta difusión en nuestros países. Pero debemos corregir ese prejuicio. Aunque lo conozcamos a través de expresiones bastardeadas, el radiodrama no es un género espurio, sino un noble medio de expresión. En Europa han producido piezas dramáticas para radio escritores de tanta calidad como Bertold Brecht, Friedrich Dürrenmatt, Harold Pinter, Heinrich Böll.

¿Qué razones invocan los educadores-comunicadores para optar resueltamente por este formato? Uno de ellos, con una larga experiencia radiofónica en Asia, alega estos motivos: “En el drama radiofónico la concentración del oyente se facilita más... No hay modo más eficiente de hacer uso de la sugestión del medio radiofónico que la producción de un drama. El diálogo es siempre más atractivo que el discurso, porque no dice las cosas directamente sino que las sugiere...”

Este género activa la fantasía y la inteligencia de los oyentes... Constituye una auténtica forma de comunicación”.

Otro, latinoamericano, comparte esta misma opción y aconseja: “Es preferible tomar el material de la charla, los datos educativos que se quieren transmitir, y hacer con ellos un radioteatro o, por lo menos, un diálogo bien preparado, vivo e interesante. Aunque la duración de un radioteatro o un diálogo sea muy superior a la de una charla o una conferencia, nunca será, ni mucho menos, de la monotonía que habría tenido la charla o la conferencia sobre idéntico tema”.

Como se ve, no es meramente una cuestión estética o efectivista, ni una preferencia subjetiva lo que fundamenta esta opción, sino razones de orden estrictamente pedagógico.

Podemos anotar, a favor del radiodrama o radioteatro, algunas considerables cualidades:

- atrae vivamente el interés del auditorio popular; asegura una mayor variedad, evitando la monotonía y la distracción;
- moviliza la imaginación del perceptor; la posibilidad de aprovechar los elementos de sugestión del medio y de ofrecer imágenes auditivas alcanza niveles óptimos;
- utiliza la totalidad de los recursos del medio-música, los efectos de sonido que facilitan la concentración y hacen más expresivo el mensaje;
- establece una comunicación cálida, personal, que llega a la esfera emocional y afectiva;
- evita las abstracciones, objetivando el tema en situaciones concretas, palpables, cercanas al auditorio popular; el mensaje se humaniza y personaliza. Como dice Osorio

(op. cit.), “el público se siente más directamente tocado por los problemas que afectan a los demás hombres que por las cosas o por las ideas, por hermosas que éstas sean. Cuanto más humano sea un texto radiofónico, tantas más posibilidades tendrá de interesar a un gran público”. Osorio invoca la fórmula de Lazareff: expresar “las ideas por medio de los hechos y los hechos por medio de los hombres”;

- el oyente puede sentirse consubstanciado e identificarse con los personajes y situaciones de la emisión; se establece una relación de empatía. Identificación que se logrará tanto más cuanto el libreto sepa reflejar los problemas, las situaciones, el ambiente, el lenguaje y los valores de la comunidad destinataria;
- atenúa y mitiga la unidireccionalidad del mensaje. El clásico maestro desaparece y el radioescucha se encuentra integrado en una acción en la que él se siente en cierto modo participando, junto a personajes que son y hablan como él y con los que él puede sentirse en una relación de igual a igual;
- se hace más posible presentar, a través de los distintos personajes, diferentes posiciones ante una cuestión, dando así al oyente diversas opciones y “problematizándolo”;
- su mensaje es implícito. No dice directamente lo que el oyente tiene que pensar, sino que lo sugiere. No da las cosas “masticadas” y resueltas. De este modo, moviliza la inteligencia del perceptor, que va viviendo el proceso, participando de él, descubriendo por sí mismo los elementos de juicio y sacando sus conclusiones;
- a través de los diálogos y de las situaciones, es más fácil reiterar los conceptos fundamentales sin que ello se advierta y sin caer en monotonía.

Hemos confrontado aquí dos géneros -uno estático, otro dinámico- sin que ello implique que postulemos el radioteatro como el único formato educativo ni como solución universal. Sin duda existen otros géneros radiofónicos interesantes y de ricas posibilidades educativas poco explorados, que abordaremos también a lo largo de este libro. En la medida en que el educador-comunicador sea creativo, irá incorporando cada vez nuevos géneros, nuevos recursos, nuevas soluciones. Lo que se ha querido visualizar aquí es que hay formatos y recursos radiofónicos que satisfacen los propósitos educativos y cumplen, a la vez, con las exigencias del medio.

Su uso demanda, evidentemente, creatividad; nos enfrenta a la necesidad de plantearnos técnicamente el problema de la composición radiofónica de nuestros mensajes y de encuadrar los mismos en estructuras específicamente radiofónicas. Como con acierto expresa Osorio, “un guión radial educativo es ante todo un guión radial; de ahí que en su elaboración haya que respetar todas las técnicas de la creación radiofónica”. En otras palabras, un programa educativo tiene que ser también y ante todo, un buen programa de radio, atractivo y capaz de captar la atención del destinatario.

Nuestra tarea no termina, pues, en el momento en que seleccionamos los temas y los contenidos para nuestra emisión; diríamos más bien que allí comienza. ¿Cómo los convertimos en una creación radiofónica atractiva y eficaz? En esto consiste realmente nuestro trabajo. Todo mensaje educativo debe ser “traducido”, re-elaborado y puesto en lenguaje radiofónico.

CAPÍTULO 3

EL LENGUAJE RADIOFÓNICO

1. CÓDIGO

Imaginémonos en la sala de equipos de una compañía telegráfica. El aparato receptor está funcionando y recibiendo señales. El telegrafista las capta y las convierte en letras y a su vez esas letras van agrupándose y formando palabras. Pero a nosotros, que no sabemos el código Morse, esas señales telegráficas no nos dicen nada; solo oímos una monótona y arrítmica sucesión de sonidos cortos y largos. Sin embargo, ahí hay un mensaje; si pudiéramos descifrar, decodificar, esos sonidos entrecortados tal vez estarían transmitiéndonos una noticia muy importante para nosotros. Mas no podemos percibirla, porque no sabemos el código.

Si no entendemos el código de señales con banderas que se emplea en navegación, el marinero que agita los banderines nos parecerá un extraño clown cuyas contorsiones permanecerán carentes de todo sentido para nosotros. Si no sabemos taquigrafía, los signos taquigráficos nos parecerán caprichosos garabatos sin ninguna significación.

Nos encontramos ante un grupo de extranjeros cuyo idioma no entendemos: las palabras que pronuncian y que para ellos resultan tan claras, son para nosotros tan solo sonidos ininteligibles. Uno de ellos ha dicho algo; todos lo celebran con ruidosas carcajadas. ¿Qué será lo gracioso? ¿De qué se estarán

riendo? ¿Acaso de nosotros? No lo sabemos, porque no entendemos ese código. Un idioma es también un código, como el Morse o el de banderines náuticos.

Importancia y necesidad de un código común

Estos sencillos ejemplos nos llevan a un tema clave en comunicación: la necesidad de emplear un código que el destinatario entienda y le resulte inteligible y claro. Aunque hablemos el mismo idioma, las palabras que empleamos pueden resultarle tan extrañas e incomprensibles como la señales del sistema Morse para los que no sabemos telegrafía o los vocablos de un idioma extranjero para quienes no entendemos esa lengua. Es frecuente que pretendamos comunicarnos con los demás usando un código que ellos no dominan.

Toda comunicación, por simple que sea el mensaje que deseamos comunicar, implica:

a) Una codificación: ponemos nuestra idea en palabras, la expresamos con signos audibles, la codificamos. Elegimos, del conjunto de signos de que disponemos (el idioma español), una serie de signos (palabras) que expresan nuestra idea y agrupamos y ordenamos esos signos de acuerdo con una determinada estructura convencional establecida (la gramática: un sujeto, un verbo, un predicado). En síntesis, codificamos nuestro mensaje.

Por ejemplo, deseamos plantear el problema de la superpoblación y lo expresamos: “El mundo se halla enfrentando actualmente el problema de un incremento demográfico acelerado”. O bien seleccionamos otras señales: “La población mundial está aumentando muy rápidamente”.

b) Una decodificación: el destinatario percibe -oye o lee esos signos, los entiende e interpreta, les da su sentido y registra la información; capta la idea que le hemos querido

comunicar. Esto es, descifra, decodifica el mensaje, si hemos logrado transmitírselo en un código coincidente con el suyo.

En caso contrario, solo logra percibir -oír o leer- dichos signos, pero como ellos son extraños para él, no consigue interpretar su significado; no logra decodificarlos.

Las palabras de un idioma son signos convencionales sobre los que nos hemos puesto de acuerdo para asignarles un determinado significado, tal como las señales del código telegráfico representan determinadas letras. Por ejemplo, si utilizamos una determinada herramienta para clavar con ella, necesitamos identificar ese objeto de alguna manera que nos permita distinguirlo de los demás. Para eso disponemos de un signo -sonoro o escrito- que viene a representar esa realidad: en español, la palabra (signo) martillo. Cuando queremos significar dicho objeto apelamos a ese signo que, por haberlo acordado así nosotros, lo de-signa.

El objeto que llamamos martillo es una parte de la realidad; la palabra martillo es un signo representativo de esa realidad. Cuando el destinatario percibe el signo y lo asocia con el objeto a que éste alude, la palabra adquiere un significado, “quiere decir” algo.

Los signos, pues, no tienen ningún significado por sí mismos. Somos los hombres los que le adjudicamos significados. Cuando el destinatario no tiene experiencia sobre algún signo mediante el cual el otro intenta comunicarse con él, tampoco tiene un significado para ese signo. Simplemente no lo entiende, no lo interpreta, no le puede asignar ningún sentido.

Esto es decisivo para la comunicación. No hay ni puede haber comunicación sin un código común. Si las palabras que empleamos no están en el código del destinatario, éste no podrá descifrar, decodificar, el mensaje; y por lo tanto no podrá captarlo ni entenderlo.

Los misioneros católicos en Madagascar refieren que, cuando comenzaron a celebrar la misa para los nativos conversos, se encontraron con una inesperada dificultad. Las invocaciones a Cristo como “cordero de Dios”, tan importantes en la simbología bíblica, no significaban absolutamente nada para los malgaches, porque en Madagascar no hay corderos y los pobladores de la isla jamás habían visto uno en su vida. Cordero era para ellos tan solo un sonido, un estímulo auditivo, pero como no tenían la experiencia cordero, no podían atribuirle a ese sonido ningún significado. No les era posible, pues, decodificar el mensaje contenido en ese texto de la misa.

El código lingüístico o verbal que cada uno de nosotros maneja representa el conjunto de experiencias que de uno u otro modo hemos conocido y cuyo nombre hemos aprendido. Decodificamos y entendemos un mensaje si podemos asociar los signos -las palabras- a esas experiencias; en caso contrario ellas no “querrán decir” nada para nosotros; no provocarán ningún significado, no podrán ser decodificadas y, por lo tanto, no habrá comunicación.

La palabra “martillo” será con seguridad universalmente captada por todos los que hablan español; todos tienen experiencia de ese objeto y su uso y la asocian a esa palabra. Pero no es tan probable que expresiones tales como “energía nuclear”, “explosión demográfica”, “producto nacional bruto”, “economía de mercado” o “regulación internacional de la cotización de las materias primas”, enunciadas así, aunque también pertenecen al idioma que nos es común, evoquen en nuestros destinatarios alguna experiencia conocida; y que una frase que contenga expresiones como éstas pueda ser decodificada, a menos que facilitemos su decodificación mediante ejemplos y datos que conecten esas expresiones con el mundo experiencial de los destinatarios.

Todo comunicador-educador debe ser consciente de esta noción clave de la comunicación. Toda comunicación exige

una identidad de códigos entre el emisor y el perceptor. Para cifrar sus mensajes, para codificarlos, el emisor debe conocer y emplear el código de la comunidad destinataria, a fin de que ésta pueda decodificarlos correctamente.

El lenguaje; la “ley del menor esfuerzo”

En realidad, si nos observamos bien, descubrimos que no tenemos un solo código verbal, sino varios. Uno es el lenguaje común y corriente que hablamos todos los días y que utilizamos en nuestra relación cotidiana para comunicarnos con los demás. En segundo lugar, tenemos el lenguaje “culto”, selecto, más amplio y elaborado, que empleamos, por ejemplo, cuando escribimos un artículo o debemos pronunciar un discurso en público. Y, si somos profesionales, tenemos aún un tercer código: el lenguaje especializado y complejo, el vocabulario técnico de nuestra profesión.

El primer código lo entiende casi todo el mundo. El segundo, ya es menos corriente. El tercero solo está al alcance de unos pocos, es casi un lenguaje críptico o cifrado reservado a los iniciados.

No obstante, solemos caer en el error de dirigirnos al oyente en un lenguaje que no es el suyo. Cuando hablan por radio, el médico, el ingeniero agrónomo, el economista, el psicólogo parecen olvidar que no están hablando para técnicos como ellos sino para profanos. Los vocablos especializados de su profesión les son tan familiares, que parecen creer que todos tienen que conocerlos y dominarlos. O sienten una suerte de pudor si no utilizan los términos científicos o técnicos precisos; les parece que eso es vulgarizarse, disminuirse. Conscientemente o no, les intimida la idea de lo que dirán u opinarán sus colegas si les oyen hablar con palabras tan rudimentarias y poco exactas. Olvidan que por radio no están hablando para el reducido círculo de sus colegas, sino para el público.

El comunicador-educador debe ubicarse en otra óptica cuando escribe para la radio; tener siempre presente que en la base misma de la comunicación está la adecuación de su código al del destinatario. “A fin de que pueda transmitir el significado correcto, el mensaje debe elaborarse mediante el uso de signos que sean comunes a las experiencias del emisor y el perceptor” (Schramm).

Esto no significa que no podamos -y no debemos- introducir términos nuevos para el oyente; muchas veces ellos son insustituibles, imprescindibles. La comunicación educativa debe tender a ampliar el código verbal del educando, a incorporar palabras nuevas y conceptos nuevos, porque ello enriquecerá su universo mental. La palabra es el instrumento del pensamiento y un vocabulario más rico implica la posibilidad de un pensamiento más complejo.

Pero hemos de hacerlo no por el gusto de expresarnos en forma “culta” y erudita, sino por motivos justificados; con mesura y dosificación: solo cuando lo juzguemos realmente necesario y estemos convencidos de que el conocimiento de ese vocablo constituye una adquisición útil para el destinatario. Hemos de hacerlo, además, de modo que él pueda comprender el término nuevo e incorporarlo a su código, sea explicándole su significado, sea integrándolo en un contexto que lo haga transparente y le permita captar su significación (a veces una palabra dicha aisladamente no se entiende, pero cuando la oímos dentro de una oración completa y acompañada de otras sinónimas o equivalentes, se le halla su sentido y se capta su significado).

En general, el buen comunicador tiene una especial preocupación por adaptar su lenguaje a las personas con las que busca comunicarse. Permanentemente revisa su texto y se pregunta: ¿Esto estará suficientemente claro? ¿Se comprenderá fácilmente? ¿Esta idea no se podrá expresar de un modo más sencillo y accesible? Lo esencial es que tengamos concien-

cia de que cuando expresemos nuestras ideas, nos valemos de un código; y que éste debe coincidir con el del destinatario.

La ley del menor esfuerzo. En todos los seres humanos hay una tendencia natural a conseguir las cosas con el mínimo esfuerzo posible. Si algo nos demanda excesivo esfuerzo renunciamos a ello: preferimos otra cosa más fácil. Es la ley de la economía de energía, o del menor esfuerzo. Por supuesto, esta ley opera también en el proceso de la comunicación.

Cuando un programa de radio es denso, demasiado largo, está lleno de palabras que nos son desconocidas o poco familiares y de frases extensas difíciles de seguir, o presenta un mensaje en forma desorganizada, lo normal es que tendamos a no atenderlo: nos exige demasiado esfuerzo.

Ya le estamos solicitando un cierto esfuerzo al oyente al pedirle que atienda un programa educativo, que pone en juego su concentración, mientras el resto de la radio le ofrece emisiones de entretenimiento placentero que no le exigen esfuerzo alguno. Sería erróneo acrecentar aún más la dificultad, con el empleo de un lenguaje oscuro y complicado.

Los comunicadores de la escuela pragmática insisten en que es necesario escribir para la radio de tal manera que el oyente pueda captar el mensaje mediante el mínimo esfuerzo posible. Schramm ha traducido la ley del menor esfuerzo al campo específico de la comunicación, diciendo que el éxito o eficacia de una comunicación está en proporción inversa al esfuerzo que demanda: cuanto mayor esfuerzo demandemos del destinatario, menor será la posibilidad de que la comunicación sea recibida y resulte eficaz. A menor esfuerzo mayor éxito y viceversa.

Veremos más adelante que esta ley debe ser matizada y en cierto sentido revisada; pero al menos a nivel semántico, en lo tocante al lenguaje, es correcta, responde a una realidad y el

comunicador hará bien en tenerla en cuenta. Todo el cuidado que pongamos por reducir al mínimo posible el esfuerzo del oyente, por ser claros y comprensibles, por hablar un lenguaje sencillo y accesible, favorecerá la comunicación.

Lenguaje educativo y lenguaje literario. Los educadores-comunicadores, como por ejemplo Beltrán (op.cit.), critican el error de confundir educación y literatura. Además, como él bien observa, es frecuente en nuestros países la tendencia al lenguaje recargado y retórico. Se rinde culto en demasía a “la expresión florida”; se admira a ese orador que “habla tan bien”, aunque no se le entienda.

Nuestra tarea es de otro tipo. A nosotros no nos importa en primer término la belleza de la forma, sino la funcionalidad de nuestro mensaje; no escribimos o hablamos por radio buscando nuestro propio lucimiento, para que nos admiren por los artificios de nuestra expresión, sino para cumplir un cometido. Esto no quiere decir que la comunicación educativa deba ser “fea”; pero no debemos olvidar que nuestra primera preocupación no es de orden estético, sino de orden formativo.

Por otra parte, belleza y sencillez no son incompatibles ni mucho menos. Se pueden lograr programas buenos, de calidad, con elementos y palabras simples y populares. Tengamos presente la admirable enseñanza de Antonio Machado en su “Juan de Mairena”:

(Mairena, en su clase de Retórica y Poética)

- Señor Pérez, salga usted a la pizarra y escriba: ‘Los eventos consuetudinarios que acontecen en la rúa’.

El alumno escribe lo que se le dicta.

- Vaya usted poniendo eso en lenguaje poético.

El alumno, después de meditar, escribe: 'Lo que pasa en la calle'.

Mairena.- No está mal.

El valor del habla popular. Finalmente, es preciso modificar, o mejor aún ampliar, la forma clásica que la preceptiva de la comunicación suele plantear en esta cuestión de los códigos lingüísticos. Se insiste en que el comunicador debe prescindir de los términos poco usuales, con los que nos expresamos en lenguaje culto. Esto es cierto; pero es solo parte de la cuestión. Para escribir para la radio, no se trata solo ni tanto de reducir voluntariamente nuestro propio código, sino también y aun en mayor medida, de aprender el código oral popular y de adquirir el arte de escribir y expresarnos en ese código.

Si por un lado eso significa eliminar vocablos y expresiones, significa también incorporar muchos otros que no utilizamos habitualmente en el lenguaje escrito. Se trata de penetrar en el idioma del pueblo; de conocerlo en toda su riqueza y adoptar ese lenguaje, que tiene su sabor, sus expresiones gráficas, su sabiduría, su hondura; que está cargado de experiencia, de vida. A veces, un breve dicho popular dice más que un largo párrafo "culto". Lo que perdemos con la renuncia a los términos académicos quizá lo compensemos con lo que ganemos en calidad y expresividad comunicativa.

En síntesis, la cuestión de los códigos verbales no se agota diciendo que debemos adaptar nuestro código al del destinatario; implica también que, al menos en cierta medida, debemos adoptar el código de la comunidad a la que nos dirigimos.

Código experiencial

Pero no basta con que haya una comunidad de códigos a nivel verbal o semántico. Esa identidad tiene que ser aún más completa.

Los científicos de la educación sostienen que el hombre solo es capaz de aprender por suma de experiencias. Es decir, que no puede aprender nada nuevo si no es sobre la base de algo más o menos conocido o afín con lo que ya aprendió antes. El aprendizaje de una cosa nueva se produce cuando ésta suscita o evoca en el hombre experiencias previas-conectables con ella. “Aprendemos por empalme de experiencias” (Beltrán, op.cit.). Solo la experiencia anterior nos permite continuar experimentando y ensanchando nuestro campo experiencial.

En consecuencia, además de una afinidad de códigos verbales, es necesario que haya una afinidad de códigos experienciales, sin la cual la comunicación no puede establecerse. “Sin experiencias comunes no hay comunicación”, afirman los especialistas.

Por lo tanto, antes de intentar comunicar una idea o un hecho, el comunicador tiene que tratar de averiguar cuál es la experiencia previa de su público en relación a esa materia o ese hecho. Partir siempre de ejemplos de cosas que sean conocidas -experimentadas- por su auditorio. No solo debemos esforzarnos por hablar en el lenguaje de nuestro destinatario, sino también por encontrar qué cosas en su ámbito experiencial pueden servirle de punto de partida para presentarle el hecho nuevo.

Si nos consubstanciamos con el oyente popular (“empatía”) casi siempre nos será posible encontrar ese nexo, esa experiencia común. Tal vez si pretendemos plantearle el problema de la deserción escolar en términos estadísticos, él no tendrá elementos para seguir nuestro razonamiento. Pero si le hablamos del caso de un niño que fracasa en la escuela, que se va rezagando respecto de sus compañeros, que queda uno y otro año repetidor y termina por abandonar los estudios, allí sí podrá seguirnos en el análisis: él conoce niños así, los ha visto en su barrio; acaso sea el caso de su propio hijo, quizá su propio caso cuando niño. Y a partir de ese ejemplo podremos

comenzar a analizar con él las causas de ese aparente fracaso del niño -que no es tal, sino que es, en realidad, el fracaso del sistema escolar- y cómo se genera el fenómeno de la deserción escolar masiva.

¿Por qué hemos tenido éxito ahora? Porque hemos logrado una identidad de códigos experienciales; hemos logrado insertar nuestro mensaje en el campo de una experiencia que el oyente ya conoce. Y, partiendo de esa experiencia, la hemos ensanchado, le hemos hecho ver sus causas. El ahora ha podido analizar y decodificar esa experiencia.

La función del educador-comunicador no consiste solo en transmitir nuevos conocimientos (= nuevas experiencias), sino también, y acaso en mayor medida, en presentar al oyente las experiencias que éste ya está viviendo y darle instrumentos para decodificarlas, interpretarlas, analizarlas, llegar a comprender sus causas.

Códigos sonoros. Convendrá recordar por último que, además del código verbal, en radio manejamos también otros códigos sonoros: el de la música, el de los efectos de sonido.

Aquí nuestra codificación debe ser clara y fácilmente comprensible para el perceptor.

En radio -sobre todo en el radiodrama- la música constituye también un lenguaje; cobra valor de signo expresivo, como la palabra. No la usamos como mero adorno, sino para sugerir y significar algo; subrayar una situación, describir un estado de ánimo, etc. Debe, pues, ser debidamente codificada.

Cuando la acción transcurre en nuestro propio país, siempre que sea posible, es preferible utilizar música local, tomada del ámbito cultural, del propio "código cultural" del destinatario. Sin embargo, el lenguaje musical es quizás el más universal. Aunque el oyente no esté familiarizado con deter-

minado tipo de música, si está bien elegida, él captará sin dificultad su intención, su significado. Lo que debemos cuidar aquí sobre todo es que nuestra codificación sea clara y coherente; que la música tenga relación con el texto, que lo comente adecuadamente.

Los mayores errores en esta materia se dan generalmente porque los responsables de montar el programa no conceden a este aspecto la debida importancia y suelen poner cualquier trozo de música, escogido al azar. La música puesta así distrae y confunde al oyente: es incoherente, no tiene significación, no corresponde a ningún código. Así como cuidamos nuestra codificación verbal, así también debemos cuidar nuestra codificación sonora (música, sonidos), para que ambos códigos se complementen, en lugar de contradecirse y estorbarse mutuamente.

2. DECODIFICACIÓN

A todos nos ha pasado alguna vez: vamos al cine y, al salir, decimos, perplejos, que “no hemos entendido” la película. Lo que generalmente nos sucede en esos casos es que hemos entendido cada una de las escenas, hemos seguido sin demasiada dificultad la anécdota, la trama, la acción; pero sin embargo, el conjunto, la idea central, se nos escapan. El mensaje se nos hace confuso, oscuro. Nos preguntamos: ¿Qué quiso decir el autor del filme con todo esto? ¿Qué se propuso comunicar, significar? ¿Cuál ha sido la intención, el mensaje? A veces, es el final el que nos sorprende y nos resulta abrupto, carente de sentido. ¿Por qué la película termina así, con ese desenlace? ¿Qué se propuso decir con ese final tan extraño? La escena en sí misma nos resultó perceptiblemente comprensible, pero su significación se nos escapó.

También nos suele pasar en ocasiones con un texto, con una novela. Entendemos las palabras, seguimos la trama, pero su intención, su significación, su mensaje, no nos quedan claros.

De estos ejemplos se infiere que en todo mensaje hay como dos niveles de significación, dos códigos. Uno, más elemental, al que llamamos perceptivo o semántico, es el que hemos estado analizando hasta ahora. Se relaciona generalmente con las palabras. Basta percibirlo y comprender el significado de esas palabras. Por ejemplo, en un mensaje informativo muy sencillo, como éste: “La Asociación de Agricultores de San Rafael realizará su asamblea anual el día 17 de mayo a las 6 de la tarde en su sede de Villa Colón”, bastará que el receptor oiga y entienda las palabras e inmediatamente comprenderá el mensaje y su significación. Lo decodificará fácilmente. Oírlo y entenderlo son aquí actos simultáneos y casi indiferenciables. (Los códigos experiencial y sonoro que hemos añadido están también, como el verbal, a ese nivel elemental, perceptivo, de captación).

Pero la comunicación, en realidad, es algo más complejo. Generalmente, no basta con percibir y entender las palabras para decodificar el mensaje.

Por ejemplo, el oyente escucha un radiodrama muy elemental y sencillo. No tomemos siquiera la totalidad de la pieza, sino tan solo un fragmento: dos escenas.

1a. escena. Unos cantos de pájaros y el zumbido de unas cigarras ambientan la escena. Los personajes que oímos hablar se llaman Rosa y Juan y nos damos cuenta de que están andando por un camino de grava porque oímos el ruido del pedreguillo a su paso. Hablan de su proyecto de dejar el campo e irse a la ciudad, donde por fin podrán vivir más desahogadamente y librarse de la estrechez y la miseria en que se hallan sumidos. En la ciudad se vive mejor, se gana bien, es más fácil encontrar trabajo, hay más comodidades, etc. En sus voces hay alegría, entusiasmo, esperanza.

Luego, oímos un tema campesino alegre mezclado con el paso de un tren; éste llega a destino. Se oyen los silbatos, las

campanadas de la estación, la voz del guarda anunciando el nombre de la capital. El tema musical campesino es sustituido por un tema urbano, melancólico.

2a. escena. Comienza con unos claxones de automóviles a lo lejos y el ruido característico que hacen unos camiones al pasar por la calle. Oímos nuevamente a Rosa y Juan. El tono de su voz ya no es el mismo. Del entusiasmo de la escena anterior han pasado ahora a inflexiones que denotan tensión, angustia. Ella le pregunta si hoy por fin consiguió algún trabajo. El le replica que aún nada; que en todas partes donde ha ido le preguntan siempre lo mismo: qué sabe hacer, si sabe manejar una máquina fresadora, si sabe matricular -palabras extrañas para Juan, que él repite con dificultad-. Y como él no sabe nada de eso, nadie le da trabajo. Rosa dice con desesperación que ya no les queda dinero, todas sus economías se les han ido. Se preguntan qué van a hacer, cómo y dónde van a vivir.

En esta sucesión de dos breves y sencillas escenas, son varias las cosas que no están claramente dichas y que el oyente debe asociar y captar para decodificar el mensaje. Puede haber entendido todas las palabras y sin embargo no ser ello suficiente para interpretar su significación. Por ejemplo, en cuanto a la situación misma, debe captar:

- que la primera escena transcurre en el campo y la segunda en la ciudad;
- que ese tren que se oyó llegar a la capital simboliza el viaje de los protagonistas;
- que los personajes de ambas escenas son los mismos, Juan y Rosa y que estos por lo tanto, han llevado a cabo su proyecto;
- que entre la primera y la segunda han transcurrido

algún tiempo; que la pareja ya lleva por lo menos algunas semanas en la ciudad;

- el cambio de clima anímico: el contraste entre el tono entusiasta y optimista del comienzo con el triste y angustiado de la escena siguiente;

- que la dificultad de Juan para conseguir trabajo no es solo de ese día, sino que se viene repitiendo como una constante desde que éste llegó a la ciudad.

Y, sobre todo, debe sacar sus conclusiones, sus generalizaciones:

- la ciudad no constituye esa solución mágica que creen ver en ella los del campo;

- no es fácil conseguir un medio de vida en la ciudad: si no se tiene un oficio especializado, es difícil obtener empleo;

- los campesinos que emigran a la ciudad no llegan a ella armados con los conocimientos necesarios para responder a las exigencias laborales de ésta.

Para llegar a esa comprensión global, el oyente tiene que haber hecho una serie de asociaciones, interpretaciones, relaciones. Es decir que, además de ese primer nivel elemental que llamábamos código perceptivo y semántico, hay otro nivel más complejo en el que ya no solo entran en juego las palabras y su significado, sino la captación global del mensaje estructurado. A este segundo nivel lo llamaremos código significativo. También se lo podría denominar “interpretativo” o “asociativo”. Mientras el código perceptivo se refiere a los signos, éste se refiere a la significación total, a la intención del mensaje. Ya no se requiere solamente entender las palabras, sino también establecer relaciones

entre ellas; relacionarlas situacionalmente.

Cuando el mensaje es muy obvio, muy evidente, ambos códigos se funden en uno solo. En el ejemplo ya mencionado al comienzo -el anuncio de la asamblea de la Asociación de Agricultores-, percibir el mensaje y captar su contenido son casi un mismo acto.

Algo análogo sucederá si, aplicando la “ley del menor esfuerzo”, en lugar de narrar el caso de Rosa y Juan, presentamos una charla expositiva sobre el tema de la migración rural y enunciamos explícitamente el mensaje: hablamos de visión errónea que tienen los campesinos de la ciudad, damos cifras estadísticas del nivel de desocupación en las grandes ciudades del país, etc., y expresamos directamente y por nosotros mismos las conclusiones a las que deseamos que el oyente arribe, ahorrándole así todo esfuerzo. Sin embargo, en vez de hacer eso, hemos preferido codificar nuestro mensaje en forma de radiodrama, a través de la historia de Juan y Rosa. ¿Por qué? Ya hemos visto largamente las razones. Sabemos que esta manera de comunicar un mensaje es más atrayente y más eficaz. No solo interesa y llega más, sino que enseña más. Pero, ¿por qué enseña más? Porque el oyente tiene que hacer una decodificación significativa, asociar, relacionar, interpretar; sacar él sus generalizaciones y conclusiones. Y eso hace que participe activamente en la captación del mensaje.

De esto extraemos una conclusión importante para nuestra pedagogía radiofónica. Vemos que es conveniente, a nivel significativo, estimular el trabajo de decodificación por parte del destinatario. No es aconsejable darle las cosas ya interpretadas, ya dichas y “masticadas”. Debemos codificar nuestro mensaje de tal modo que él tenga que poner algo de su parte, que tenga que participar para decodificarlo (asociar situaciones, interpretarlas, vivirlas intelectual y emocionalmente, extraer conclusiones, etc.)

Cuando nos referíamos al código perceptivo, señalábamos que el comunicador debía facilitar al máximo su decodificación, utilizando un lenguaje sumamente sencillo y accesible: indicábamos que al código verbal se le aplicaba la ley del menor esfuerzo. Pero advertimos también en ese momento, que esa ley debía ser matizada; ahora se ve por qué ello es así. Si con respecto al lenguaje debemos facilitar en la mayor medida posible la comprensión del oyente, en este otro nivel -el significativo-, la ley del menor esfuerzo ya no opera con el mismo grado de vigencia.

A este nivel, ya no debemos ser tan obvios ni perseguir como objetivo el eliminarle al oyente su trabajo de decodificación; porque entonces no habrá participación del destinatario, sino que estaremos reduciendo a éste al papel de pasivo receptor de información y generando en él una actitud de dependencia o de contradependencia (aceptación sumisa y acrítica o rechazo de nuestro mensaje). El código perceptivo debe ser sencillo y facilitado; pero el significativo debe ser un poco más complejo. No, por supuesto, al punto de que resulte hermético y que el oyente popular no pueda captar el mensaje; pero sí lo suficiente como para que él tenga que poner algo de sí en su captación. Debemos dar los datos de la cuestión codificados, de tal manera que él pueda asociarlos e interpretarlos; pero demandándole un cierto esfuerzo, una cierta participación para hacer esa interpretación. Sin esa participación no hay aprendizaje; sin ella nadie incorpora un conocimiento y lo hace suyo.

Si para todos es frustrante salir del cine sin haber entendido la película -esto es, sin haber podido decodificarla significativamente-, no es menos decepcionante sentir que nos dan todo tan explicado que nos resulta "pan comido". Es tan contraindicado emplear un código significativo demasiado difícil y extraño (no entendemos el sentido) como utilizar otro tan fácil y obvio que no exija ningún trabajo de decodificación. A ningún oyente de radio, por menos "culto"

que sea, le agrada que le den las cosas ya digeridas. Si todo está dicho y él no tiene que hacer el más mínimo esfuerzo mental, se aburre, se irrita, se fastidia, se siente tratado como un niño; y, en todo caso, la intelección de ese mensaje que no demanda la más mínima colaboración ni participación suya, se hará a un nivel muy superficial y se olvidará muy rápidamente.

El oyente adulto experimenta placer al tener que decodificar un mensaje, porque siente que así se le está dando participación en la emisión, y porque ese proceso le da la sensación de su propia inteligencia, de su propia capacidad para entender y juzgar. Y eso es aprender: ser capaz de decodificar. Más importante que enseñar contenidos o inculcar conocimientos es estimular ese ejercicio de la inteligencia y del raciocinio.

En una óptica educativa, lo más importante del acto de la comunicación consiste en construir y codificar los mensajes de modo de estimular en el destinatario su decodificación. Esta práctica gratificante le permitirá ser capaz de decodificar cada vez más mensajes, cada vez mensajes más complejos; y es así como se irá ensanchando su universo de conocimientos y, sobre todo, su capacidad de razonamiento y de juicio.

Naturalmente, lo que el oyente decodificará ya no será exactamente el mensaje original, tal como éste se había formulado en la mente del emisor; ya estará algo modificado, precisamente porque el oyente ha participado, ha intervenido, ha puesto algo de sí en su intelección. Cada destinatario captará y reelaborará el mensaje de otra manera, según su personal modo de ser y de sentir. Pero precisamente esto es lo educativo que cada cual haga su propia síntesis personal.

Radiodrama y decodificación. Se entenderá ahora mejor la importancia de valernos para nuestros mensajes de personajes, hechos, situaciones, como lo permite el drama radiofónico. Dijimos que una de las cualidades de este género es que no da

los mensajes explicitados, sino que ellos están implícitos, sugeridos en la acción dramática. Precisamente la ventaja de este modo de expresar los mensajes consiste en que sí se estimula y favorece la participación y la decodificación por parte del oyente.

Además, al oyente popular, que tiene un pensamiento de tipo concreto, le cuesta decodificar a partir de abstracciones: eso sería exigirle un esfuerzo excesivo y fuera de su alcance. En cambio, le es posible la decodificación a partir de situaciones concretas, que él puede reconocer, que se inscriben en el marco de su propia experiencia y con las que puede sentirse identificado.

Finalmente, el radiodrama aporta un elemento afectivo, emotivo; y éste, bien utilizado, no resulta alienante, sino que estimula la participación del oyente e incita así al esfuerzo de la decodificación. Al perceptor se le hace más ingrato decodificar “en frío” un mensaje impersonal, en el que no se siente involucrado; una vivencia afectiva, experiencial, activa en cambio ese trabajo. La emoción aquí no se opone al intelecto, sino que, por el contrario, van juntos; resultan coadyuvantes.

CAPÍTULO 4

OTROS FACTORES BÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN

Completaremos en este capítulo la presentación de los elementos fundamentales de la comunicación radiofónica, con el análisis de otras tres nociones claves con las que el educador radiofónico debe estar familiarizado: ruido, redundancia y comunicación de retorno.

No entraremos en las complejas construcciones científicas que están en la base de dichas nociones: no es ése el objeto del presente libro. El lector podrá encontrar estos fundamentos en los buenos textos de Teoría de la Comunicación. Lo que interesa aquí es cómo ellos se aplican a nuestro trabajo concreto. Así pues, reduciremos y simplificaremos los aspectos teóricos y nos avocaremos a extraer de estos principios, consecuencias prácticas para la buena producción de programas de radio.

1. EL RUIDO EN LA COMUNICACIÓN

Fuentes de ruido

Partamos una vez más de un ejemplo elemental. A veces intentamos una comunicación telefónica de larga distancia, pero ésta no resulta posible a causa de ruidos e interferencias en la transmisión. Decimos entonces que no pudimos hablar

ni entendernos bien porque había mucho ruido en la línea. O, en términos más técnicos, que la comunicación resultó fallida y el mensaje no pudo ser transmitido a causa de una fuente de ruido de índole mecánica.

Por analogía, la teoría de la Comunicación llama ruido a muchas otras perturbaciones que pueden presentarse en el proceso comunicativo. La fuente de ruido puede ser física, como en el ejemplo inicial; pero también puede ser intelectual, psicológica, ideológica, etc. El ruido puede provenir de un fenómeno auditivo, como en la acepción corriente de la palabra; pero también puede ser de origen olfativo, visual, etc.

Supóngase un espectador que va al cine y, a poco de comenzar la función, se sienta delante suyo otra persona mucho más alta, impidiéndole la visión de la pantalla. Aunque aquí no opere ninguna anomalía acústica, estamos también en presencia de un ruido en la comunicación. El mensaje no podrá ser bien receptado por el espectador, no solo porque el obstáculo hará que pierda detalles, acaso importantes, para la comprensión de la película sino también porque el esfuerzo de mantenerse en una posición forzada e incómoda para tratar de ver, provocará en él fatiga e irritación, con lo cual no podrá entregarse al espectáculo, vivirlo y apreciar debidamente su mensaje.

Muchas veces, la proximidad de espectadores frívolos que se mueven, hacen comentarios despectivos, manifiestan su aburrimiento e impaciencia, etc., nos impiden concentrarnos, nos sacan de clima; hacen que una obra seria y valiosa no nos llegue. Todas estas son fuentes de ruido, interferencias, impedimentos para la comunicación.

Se recordará asimismo que en el capítulo anterior nos referimos al hecho de que la radio es unisensorial -esto es, se dirige únicamente al oído-, motivo por el cual puede provocar

fácilmente la distracción visual del perceptor; y expresamos esa idea diciendo que “la comunicación radiofónica está extremadamente expuesta al ruido, especialmente al visual”. Imagínese que, mientras se está irradiando nuestro programa, el oyente es solicitado por un estímulo visual -por ejemplo, alguien que pasa por la habitación donde él se encuentra- y deja de atender, se distrae, su mente cesa de receptor y registrar la transmisión. Diremos entonces que el mensaje no fue correctamente receptado y su recepción fue interrumpida a causa de una fuente de ruido de origen visual.

En la comunicación escrita, la errata o error de imprenta es un típico ruido.

En resumen, la teoría de la Comunicación llama ruido a todo aquello que altera el mensaje e impide que éste llegue correcta y fielmente al destinatario; todo lo que se interpone entre la fuente emisora-el comunicador y el destinatario o perceptor, hace que el mensaje no sea correctamente receptado por éste. Esa persona que pasó por la habitación y causó la distracción del oyente, produjo una interferencia, provocó un ruido en la comunicación; fue una fuente de ruido. Es ruido todo aquello que perturba la comunicación, que la obstaculiza, que interfiere en ella o la distorsiona. Si el objeto de toda comunicación es que un mensaje llegue a un destinatario y que le llegue fielmente, tal como fue concebido y emitido, todo lo que se opone a ese propósito se constituye en un factor de ruido.

Como se ve, la mayor parte o al menos gran parte de los problemas de la comunicación están englobados en ese concepto.

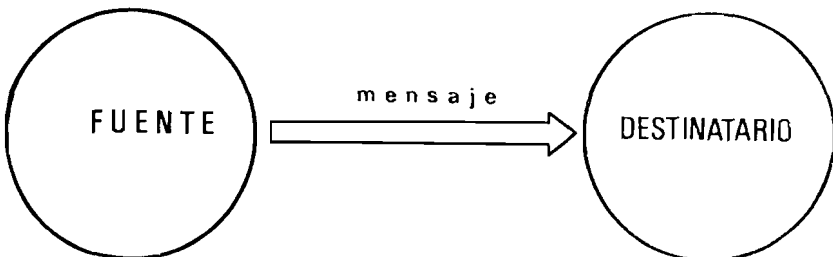
La comunicación como problema

La comunicación entre los seres humanos nunca es fácil; siempre entraña problemas, siempre existe el riesgo de que el

mensaje no sea recibido o no sea entendido: “Si el paso de una idea de la mente de una persona a otra fuera tan simple como pareciera, habría escaso o ningún problema para establecer la comunicación, para lograr ‘sintonía’ entre cualquier fuente (emisora) y cualquier destinatario. Pero no lo es. El viaje del mensaje de un hombre a otro está preñado de peligros, siempre y a tal punto que lograr comunicación es una especie de milagro cotidiano. Es muy difícil -si es que no es imposible- lograr que una persona entienda perfectamente a otra (...). La misma complejidad de la naturaleza humana hace que cualquier intento de un hombre para comunicar algo a otro resulte siempre azaroso, contingente, imperfecto (...) Con frecuencia surge algo que dificulta, que perturba la percepción del mensaje. Otras veces opera algún factor que hace imposible del todo que el mensaje sea captado” (Beltrán, op. cit.). El ruido está, pues, siempre presente amenazando la comunicación.

El proceso de comunicación

Solemos imaginar la comunicación de un mensaje en forma excesivamente simple: yo digo algo, el otro me escucha y ya está, la comunicación se ha realizado.



Pero, en realidad, toda comunicación, aun la más simple, la más elemental y fácilmente analizable, como lo es la conversación entre dos personas, entraña un proceso complejo. La teoría comunicativa distingue tres etapas básicas en toda comunicación: la emisión, la transmisión y la recepción.

1. **LA EMISION.** En el origen de toda comunicación hay una fuente, alguien que desea comunicar algo a otro. Cuando dos personas conversan, el que tiene la palabra lleva consigo en su mente una idea, una información, una experiencia, un estímulo, que desea transmitir a su interlocutor; esto es un mensaje. Elige, selecciona a tal fin ciertas palabras, codifica el mensaje, lo convierte en un conjunto organizado de signos audibles, una señal, y emite ésta mediante sonidos de sus cuerdas vocales (emisión). El instrumento emisor es, pues, en este caso el órgano vocal de la fuente.
2. **LA TRANSMISION.** Esa señal emitida debe viajar hacia el destinatario a través de algún medio o canal de transmisión. En el caso de la conversación interpersonal, el medio o canal son las ondas sonoras. Las palabras de la fuente viajan así a través del aire, que transmite el sonido.
3. **LA RECEPCION.** Las palabras transmitidas (señal) llegan hasta el oído del interlocutor -órgano receptor- el cual percibe los signos: por impulsos neurológicos, estos llegan hasta el cerebro, su destinatario, el cual decodifica el mensaje, lo reconstruye, lo interpreta, lo registra y reacciona ante él.

Si el mensaje receptado (**MR**) coincide con el original (**MO**) que la fuente tenía en su mente, esto es, si

$$\mathbf{MR} = \mathbf{MO}$$

la comunicación ha sido perfecta. Pero, en la práctica, esto sucede rara vez. Toda clase de ruidos pueden agregarse al mensaje hasta el momento en que llega a la mente destinataria. Si llamamos r al ruido que se le añade al mensaje a lo largo de la comunicación, la fórmula que manejan habitualmente los analistas es:

$$\mathbf{MR} = \mathbf{MO} \mathbf{r}$$

Sin embargo, desde el punto de vista de la integridad con que el mensaje original es recibido, el ruido viene a restarle nitidez y fidelidad, a quitarle una parte de su contenido o a desvirtuarlo. Tal vez la fórmula más expresiva sería entonces:

$$\mathbf{MR} = \mathbf{MO} \mathbf{r}$$

Aun en el caso elemental que estamos describiendo -la transmisión de persona a persona- los riesgos de ruido son múltiples:

- En ese momento pasó un camión por la calle y el interlocutor no oyó bien: hubo dificultades, ruido, en la transmisión.

- El comunicador (fuente) codificó mal su mensaje, no supo expresarse bien y, en consecuencia, el destinatario no lo interpretó debidamente; captó mal la intención y el espíritu de sus palabras: hubo dificultades en la recepción provocadas por una mala emisión; en otros términos, hubo ruido en la emisión y se produjo una distorsión.

En medio de la comunicación, el interlocutor “salió con otra cosa”; tal vez inconscientemente desvió la conversación, cambió de tema, impidiendo así a la fuente comunicarle su mensaje; hubo interferencia en la recepción, que interrumpió la comunicación y la hizo fallida.

- El destinatario tenía prejuicios ideológicos contra el contenido del mensaje, o animadversión personal contra la fuente; y estos prejuicios o antipatías impidieron que el mensaje fuera captado y recibido: hubo intensos ruidos en la recepción.

Si en una comunicación directa interpersonal nunca estamos exentos del riesgo de ruido, cuánto más en la comunicación radiofónica, indirecta y tanto más compleja.

La primera gran dificultad proviene de que en ella no vemos a nuestros destinatarios, no los tenemos frente a nosotros, no sabemos si nos escuchan, si nos atienden, si nos entienden, cómo reaccionan; no podemos adecuar nuestro mensaje a sus reacciones, ni a los ruidos que interfieren en la recepción.

Por otra parte, en una comunicación colectiva, como lo es la radiodifundida, nuestros destinatarios son múltiples y heterogéneos; cada uno tiene su personalidad, su ideología, sus experiencias, sus creencias, sus prejuicios. Lo que para uno resultará un argumento convincente que lo ayudará a hacer suyo el mensaje, para otro constituirá una estruendosa fuente de ruido, que bloqueará la comunicación y lo cerrará al diálogo.

En segundo lugar, las tres etapas del proceso comunicativo se hacen más complejas; están sujetas a una serie de mediaciones:

1. LA EMISION. En la conversación interpersonal, la emisión se hace a través de un solo órgano -las cuerdas vocales de la fuente. Aquí intervienen dos aparatos emisores:

- a) la voz, las cuerdas vocales del comunicador;

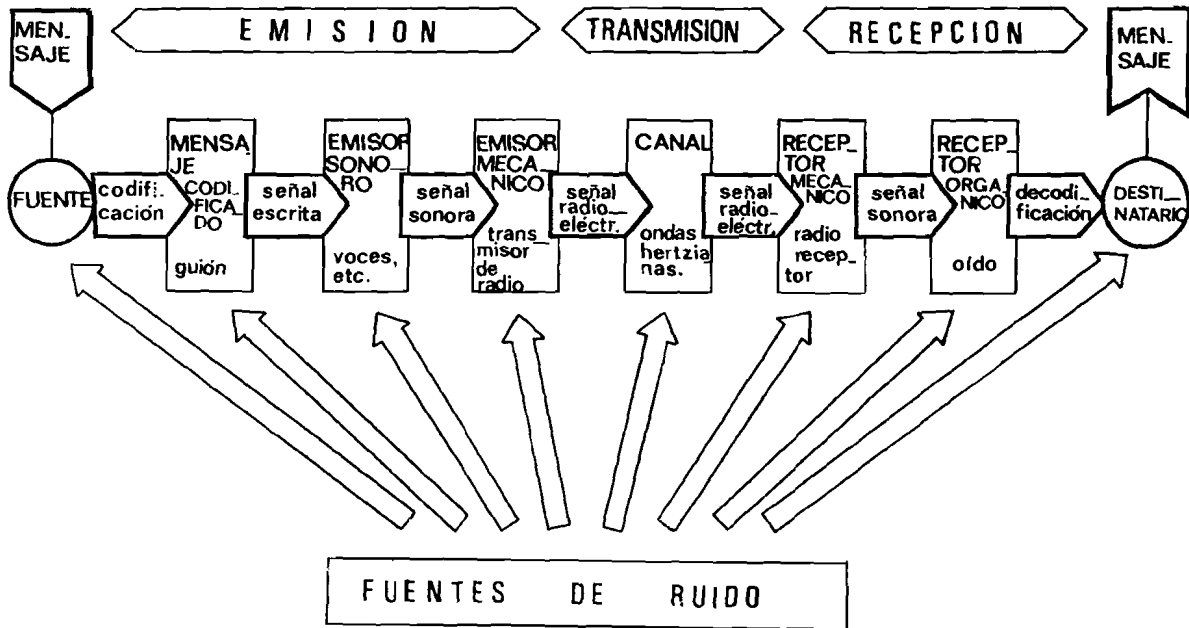
- b) el transmisor radioeléctrico, que convierte esas palabras -sonidos- en ondas hertzianas y las lanza al espacio.
2. LA TRANSMISION ya no se efectúa por medio de las ondas sonoras, sino que el mensaje viaja a través del aire, convertido en ondas radioeléctricas o hertzianas. Por consiguiente, el canal o medio de transmisión ha cambiado: la señal acústica se ha convertido en una señal radioeléctrica.
3. LA RECEPCION también se desdobra en dos aparatos. Al aparato orgánico se antepone ahora otro mecánico.
- a) Tenemos en primer lugar el radiorreceptor que capta la señal -las ondas radioeléctricas- y las reconvierte en sonidos, en palabras, en señal audible, llevándolas a
- b) el oído del destinatario, del que a su vez pasa a su mente.

Y aun esta descripción es esquemática. El proceso de emisión -es decir, la formulación del mensaje, el proceso de convertir la idea original que el comunicador tiene en su mente en una señal audible- es bastante más complejo. Generalmente, el comunicador radiofónico no vuelca directamente ante el micrófono sus ideas, su mensaje, sino que desde la idea original a la transmisión, ella debe pasar por una serie no pequeña de mediaciones.

a) Plasmamos nuestra idea en un libreto o guión: codificamos, estructuramos, organizamos nuestro mensaje utilizando palabras, imágenes auditivas, etc. Ya ahí el mensaje está expuesto al ruido. El guión puede resultar confuso, no reflejar y expresar claramente nuestra idea por no haber sido ésta bien codificada. Por otra parte, debemos ceñirnos a un límite de tiempo prefijado y a veces éste puede resultar insuficiente para desarrollar nuestra idea adecuadamente, con los debidos matices, etc., etc.

b) El guión va a ser leído -convertido en señal acústica o sonora- por los locutores y/o actores; intervendrán los operadores para añadirle música y sonidos; si el programa incluye entrevistas, intervendrán también las personas entrevistadas. Todos ellos, aunque reciban expresas instrucciones nuestras, no son autómatas, no podemos ponernos dentro de ellos; en mayor o menor medida escapan a nuestro control, tienen su propia personalidad, sus propias cualidades pero también sus propias limitaciones. Una parte de las ideas contenidas en el guión se plasmará; otra parte inevitablemente se desvirtuará o no se logrará.

c) Y hay que agregar aún las mediaciones mecánicas: aun antes de llegar al equipo transmisor, las voces y los sonidos pasan por una serie de intermediarios: micrófonos, tocadiscos, mezcladoras, amplificadoras, grabadoras. A través de cada uno de ellos, los sonidos se transforman en impulsos electromagnéticos y estos a su vez son reconvertidos en sonidos para ser nuevamente transformados en señal electromagnética, en una compleja sucesión.



Véase, pues, qué largo viaje ha tenido que recorrer nuestra idea original antes de convertirse en señal irradiada. Y a través de cuantas instancias el mensaje enfrenta el riesgo constante de destrucción, mutilación o alteración.

El ruido puede afectar todas y cada una de las etapas del proceso: puede haber ruido en la emisión, en la transmisión, en la recepción (ver gráfica pág. 102). Y puede afectar cada una de las mediaciones: pueden haber ruidos en la redacción del libreto y en la realización del programa que, ya desde el inicio, conspiran contra la correcta recepción e intelección por parte del destinatario e impidan que el mensaje original le llegue fielmente.

Clases de ruidos

Algunos autores clasifican los ruidos por su índole o naturaleza. Así, hablan de ruidos técnicos, ruidos semánticos, etc.

Definen los ruidos técnicos como las interferencias producidas por deficiencias mecánicas o fisiológicas del sistema de comunicación.

Ruido mecánico: un corte en la transmisión de la radio por desperfecto en la planta emisora.

Ruido fisiológico: la transmisión es normal, pero el oyente es duro de oído y su recepción es defectuosa.

Los ruidos semánticos se originan cuando las palabras o signos empleados por la fuente no tienen el mismo significado para el destinatario. Ya se ha abundado sobre este género de ruidos al exponer el concepto de código y codificación.

A estos tipos de ruidos, nosotros añadiríamos otro, que llamaríamos ruido estructural: inadecuada selección de la estructura o formato en que se emite el mensaje. Por ejemplo,

la elección para nuestro mensaje radiofónico de la estructura “clase escolar” o “charla expositiva”, cuyas limitaciones y contraindicaciones ya se han señalado.

Otros ejemplos de ruido estructural constatables en radio: elección de una campaña de cuñas de pocos segundos de duración, como medio único o principal para difundir un mensaje educativo que requiere, para su correcta captación, una cooperación razonada del destinatario y, por lo tanto, un desarrollo más extenso. O la decisión de transmitir un mensaje de contenidos educativos renovadores a través de una tradicional radionovela en episodios, género cuyas exigencias de mantener el “suspenso” y la intriga, presentar héroes idealizados, etc., pueden conspirar contra el propósito educativo y superponerse a los contenidos renovadores que se deseaba difundir, y hasta anularlos.

Siempre que elegimos mal la estructura para nuestros mensajes, nosotros mismos provocamos un ruido en su comunicación.

Otros analistas tipifican también con acierto, los ruidos que actúan sobre la fuente misma -el comunicador, el periodista- ruidos a los que denominan de presión o de influencia. Si las ideas, hechos o experiencias que el comunicador desea transmitir tienen connotaciones económicas, políticas o ideológicas, por grande que sea el valor educativo de ese mensaje, no siempre podrá desarrollarlo; o al menos, no tal como se lo propuso originalmente. Si trabaja en una emisora privada, su guión tendrá que contar con el visto bueno de la empresa propietaria, la que responde a un determinado sector de intereses; y no podrá tampoco entrar en colisión con los intereses de las firmas comerciales anunciadoras que con su publicidad financian la estación. Si trabaja en una emisora estatal, tendrá que someterse a los cánones gubernamentales. La fuente se ve así sometida a una serie de interferencias en la emisión de su mensaje.

Mucho se ha escrito y planteado sobre cuál es el verdadero grado de libertad y de independencia del periodista y del comunicador en general en nuestra sociedad; y en qué medida pueden expresarse con autonomía y de acuerdo con su propia conciencia. Así, muchos mensajes valiosos mueren antes de nacer; y muchos otros tienen que ser modificados y alterados por los propios comunicadores para que puedan ser difundidos.

Efectos del ruido

Los efectos o perturbaciones causados por el ruido, también pueden ser clasificados en dos categorías principales: distorsión e interferencia.

Se dice que hay distorsión cuando el mensaje resulta adulterado, cuando pierde su forma original, desvirtuándose así el propósito de la fuente al comunicarse.

La distorsión puede ocurrir durante la emisión por alteración de la estructura original, es decir, por transposición de signos. Por ejemplo, un “furcio” o lapsus linguae del locutor que lee el texto e inadvertidamente pronuncia una palabra por otra, omite una palabra, etc., de tal modo que el mensaje pierde su sentido y se altera. La errata tipográfica o mecanográfica distorsiona del mismo modo el texto impreso.

Pero también puede ser provocada por falta de claridad en la fuente, imperfecta emisión, inadecuación del código, defecto en la recepción o por decodificación o interpretación incorrecta por parte del destinatario.

Igualmente puede producirse distorsión por factores internos de la fuente o del perceptor; por ejemplo, la distracción, la fatiga o incluso la antipatía del destinatario hacia el comunicador puede hacer que el mensaje sea mal interpretado y no captado en su verdadero sentido. La fuente quiso decir

-y de hecho dijo- una cosa y el oyente entendió - o quiso entender- otra distinta.

Si la distorsión concierne al significado de los mensajes (qué se transmitió y qué se recibió), la interferencia se relaciona con la cantidad de información comunicada: cuánto se transmitió y cuánto se recibió. Interferencia supone interrupción, mutilación, a causa de ruidos que actúan como obstáculos o barreras e interrumpen o bloquean el flujo comunicativo.

La interferencia puede ser originada por factores mecánicos (vg. descargas en la transmisión), factores físicos (fatiga, irrupción de estímulos ambientales que distraen al perceptor, etc.) y también por causas tales como falta de interés en el destinatario, falta de empatía en la emisión del mensaje, prejuicios, etc. Todo ello puede incidir para que el mensaje no sea recibido en absoluto.

Los efectos provocados por los ruidos también pueden ser clasificados por su magnitud o intensidad. La distorsión puede ser total o parcial: el mensaje puede llegar totalmente alterado, o bien algunos de sus aspectos sufrir alteración en tanto que los restantes conservan su sentido e intención originales.

Otro tanto cabe decir de las interferencias: éstas pueden ser totales y permanentes, como en el caso de un radioreceptor que se daña y deja de funcionar; o pueden ser solo temporarias, como lo es un breve corte en la transmisión que la interrumpe por algunos instantes. El timbre de la calle que suena puede distraer al oyente por un breve momento, o apartarlo definitivamente de la recepción si el que llama a la puerta requiere su atención por un motivo importante. Los prejuicios contra el mensaje podrán ser atenuados si el comunicador supo prevenirlos y salirles eficazmente al encuentro y en ese caso la interferencia será relativamente corta y la comunicación podrá reanudarse; o podrán bloquear totalmente el flujo

comunicativo. El cansancio físico del oyente que escucha un programa de radio tras trabajar todo el día y siente su mente embotada y su capacidad de concentración debilitada, podrá erigirse como una barrera infranqueable o ser superada ante una emisión radiofónica interesante con la que el destinatario se sienta muy identificado.

Pero todos estos factores constituyen fuentes de ruido en la comunicación, causas de distorsión o interferencia, y el comunicador debe tenerlos en cuenta.

Los ruidos en la emisión

¿Qué ruidos deben preocuparnos aquí? Aquellos sobre los cuales, como emisores -guionistas y realizadores de programa de radio- tenemos algún control; esto es, los ruidos que afectan a la producción de las emisiones. No podemos controlar los ruidos técnicos en la transmisión: interferencias de ondas, bajas de tensión, poca potencia en el equipo transmisor que se traduce en una débil señal, etc. Esos son problemas de los ingenieros. Tampoco está a nuestro alcance controlar los ruidos en la recepción: si al radioreceptor del destinatario se le agotaron las pilas precisamente a la hora de nuestro programa, o si se produjo un apagón en su hogar, o si un visitante imprevisto llegó en ese instante.

Pero sí está en nuestras manos y debe ser objeto de nuestra constante preocupación, el evitar o al menos el atenuar en la mayor medida posible, los ruidos en la emisión -en el guión, en la realización-, para que nuestro mensaje llegue lo más fiel y claramente posible y haya mayores probabilidades de que el destinatario lo perciba y lo capte correctamente. Que haya el menor grado posible de factores de interferencia, de distorsión, etc. Estos factores son múltiples, ciertamente; pero su fuerza, su intensidad como fuentes de ruido, dependen en gran medida del interés y la concentración que nuestra emisión sepa

suscitar y de la claridad y eficacia con que el mensaje sea formulado (guión) y emitido (realización).

El ruido es uno de los grandes enemigos del comunicador. Este tiene que estar luchando constantemente contra él y dedicarle una gran parte de su tarea para impedirlo o prevenirlo. Los guionistas y realizadores de radioprogramas educativos están -o al menos deben estar- combatiendo permanentemente el ruido en la emisión de sus mensajes y, sobre todo, cuidando de no provocarlos: de no ser ellos mismos fuentes o factores de ruido. Un programa de entretenimiento, hecho para ser escuchado en forma superficial y que no se propone expresamente transmitir un contenido, es menos vulnerable al ruido; en cambio, un programa educativo debe llegar lo más libre y exento de ruidos que sea posible.

De ahí la importancia de estudiar la naturaleza de los ruidos, sus propiedades y las normas y previsiones destinadas a erradicarlos o, por lo menos, paliarlos. Debemos ser conscientes de esa constante presencia del enemigo, de su poder y de la necesidad de no bajar nunca la guardia contra sus ataques. Ser sumamente cuidadosos y exigentes con nuestros guiones y con su realización para que el ruido no se nos infiltre en ellos.

Constantemente podemos provocar ruidos. En el libreto o guión, la inclusión de palabras desconocidas para el destinatario, la enunciación de conceptos en forma confusa y oscura, la presentación desordenada y no pedagógica del mensaje, son otras tantas fuentes de ruido. Lo es asimismo una mala economía en el uso del tiempo disponible, como por ejemplo dar desproporcionada extensión a la introducción y luego encontrarnos con que nos queda demasiado poco espacio para el desarrollo del tema central, que quedará expuesto así en forma apretada, apresurada e incompleta.

Si no hemos logrado presentar el tema en forma interesan-

te, atrayente y de modo que el oyente pueda sentirse consubstanciado con él; si la psicología de los personajes no es clara ni está bien definida; si el diálogo es poco natural, impidiendo a los locutores imprimirles la necesaria convicción, nosotros mismos estamos alterando nuestro propio mensaje y conspirando para que éste no llegue fielmente al destinatario. Otro tanto sucede cuando, inadvertidamente, empleamos en el libreto modos de decir, expresiones estereotipadas que todos decimos a diario sin darnos cuenta, pero que contradicen nuestro mensaje y entran en pugna con el contenido que deseamos transmitir.

En la realización, el peligro de ruidos es múltiple. He aquí, a mero título de ejemplo, algunos de los numerosos ruidos que pueden darse durante la producción y emisión de una pieza radiofónica:

- En el estudio se filtró desde la calle un ruido -esta vez en el sentido literal de la palabra- y, en medio de una escena que transcurría en tiempos de la llegada de Colón a América, se oyó nítidamente el claxon de un automóvil.

- El locutor se equivocó y dijo “lesión” por “lección”. O, aun sin cambiar ninguna palabra, puntuó mal la frase y marcó las pausas y las comas de tal manera que su sentido no resultó claro. O su entonación fue errónea: puso el énfasis en una palabra accesoria, cuando la que debía ser subrayada era otra.

- En un momento muy importante del libreto, uno de los participantes se alejó demasiado del micrófono y su frase apenas se oyó, resultó casi inaudible.

- Un actor no logró dar bien el carácter del personaje y éste resultó antipático y pedantesco, cuando de ningún modo debía dar esa impresión.

- Una actriz estuvo inexpresiva, monocorde; y era precisa-

mente ella la que tenía que decir el parlamento medular y debía ser, por lo tanto, particularmente cálida y comunicativa.

- El narrador salió enfático, declamatorio, engolado, quitando naturalidad y frescura al texto.
- Alguien tosió o estornudó en medio de una escena.
- Un sonido salió a destiempo.
- Otro salió excesivamente fuerte y tapó las voces de los actores.
- La música no estaba bien elegida y echó a perder el clima.
- Los actores gritaban demasiado y dieron un tinte melodramático a una situación que, por el contrario, requería sencillez y naturalidad para que estimulara la reflexión del oyente.
- El ritmo de la emisión fue lento, desganado, falto de convicción, etc.

Como puede verse, no se trata aquí de un mero preciosismo esteticista. Se trata de eficacia en la comunicación educativa. Todas estas fuentes de ruido conspirarán para que el mensaje no llegue al destinatario o le llegue débilmente; provocarán en él distracción, confusión, etc. La correcta recepción del mensaje, sin distorsiones ni interferencias: depende en gran medida de una emisión exenta de ruidos en el mayor grado posible.

Afortunadamente, los modernos sistemas de grabación magnetofónica, que permiten grabar previamente las emisiones, posibilitan el borrar y corregir, si no todos, muchos de los defectos ejemplificados. Sin embargo, de poco sirve disponer

de ese recurso si no hay un oído exigente, atento y alerta a los ruidos -el oído del responsable de la emisión- que los detecte, sea consciente de su importancia y tome en cada caso la decisión de detener la grabación, volver atrás y rehacer el pasaje insatisfactorio, aunque eso signifique tal vez media hora más de trabajo para él y para el elenco.

La lucha contra el ruido

“La posibilidad de que se presenten distorsiones e interferencias en el proceso de la comunicación es tan grande, que se puede considerar que toda comunicación está en constante riesgo de ser afectada por alguna de ellas, de una manera y en un grado u otro” (Beltrán, op. cit).

En otras palabras, no hay forma de erradicar y evitar totalmente los ruidos. No hay ninguna comunicación que pueda estar exenta de un cierto porcentaje de ellos. La comunicación humana siempre es imperfecta. Hombres capaces de una comunicación perfecta serían hombres que ya no tuvieran nada que comunicarse; seres que se bastaran a sí mismos de tal manera que no sintieran la necesidad de comunicarse ni tuvieran mayor interés en hacerlo. El ruido es en cierto modo un hecho normal, inherente al proceso mismo de la comunicación. Conviene que tengamos conciencia de ello para no desalentarnos ni amargarnos demasiado ante ciertos fracasos o fallos en nuestro trabajo.

Si hemos logrado que un setenta y cinco u ochenta por ciento de la idea original haya conseguido plasmarse en el guión y en la realización, podemos darnos por muy conformes.

Pero si no está a nuestro alcance la perfección, la supresión total de los ruidos, lo que sí está en nuestras manos y constituye nuestro deber es el luchar permanentemente contra ellos, evitarlos y combatirlos al máximo. Debemos ser sumamente exigentes con nuestra labor. Los ruidos pueden

surgir en una proporción mucho mayor y ser mucho más intensos y por lo tanto más perjudiciales, cuando la comunicación no se planifica adecuadamente y no se pone en ella el máximo de atención y de cuidado. Cuando el guión se hace de prisa, sin un esquema previo bien establecido, sin someterlo a la debida autocritica; cuando la emisión fue mal preparada, sin los necesarios ensayos previos que permitan saber a sus integrantes -locutores, actores, entrevistados, encargados de música y sonido, técnico operador, etc.- qué se quería y esperaba de cada uno de ellos, qué tenían que hacer y cuándo debían hacerlo.

Dada la complejidad misma del proceso comunicativo, la responsabilidad mayor recae en nosotros, los comunicadores. El destinatario tiene también, obviamente, cierto grado de responsabilidad en el éxito o fracaso de la comunicación. Y los factores incidentes en el resultado final pueden estar en cualquiera de los demás eslabones intermedios de la cadena; todos ellos pueden ser generadores de ruido. Pero es a la fuente a quien toca el cometido de emitir el mensaje de manera de que llegue nítidamente al perceptor y suscite su participación reflexiva. Hay un sabio principio pedagógico que dice que cuando algo no marcha bien en la escuela, hay que empezar por buscar la causa del problema no en los educandos sino en el educador.

No es probable que ni aun así, con la planificación más cuidadosa, los ruidos en la emisión sean absoluta y permanentemente erradicados. La meta del comunicador no debe ser la de alcanzar la perfección total, sino la de lograr el mayor grado viable de eficiencia y reducir la incidencia de las fuentes de ruido hasta donde ello sea humanamente factible.

2. REDUNDANCIA

Aunque el problema de la redundancia ya ha sido brevemente mencionado en el capítulo 2, será conveniente desarrollarlo aquí algo más, sobre todo para extraer consecuencias prácticas, aplicables a nuestro trabajo.

Se ha visto ya que la radio es un medio oral y que se inscribe en el tiempo, es decir, que emite una señal fugaz; y que ello impone un alto grado de repetición en las emisiones. El comunicador radiofónico se ve obligado a reiterar los conceptos y las nociones, a fin de asegurarse su captación y retención por un destinatario invisible, cuyas reacciones y velocidad de asimilación no es posible por tanto medir; y a quien la fugacidad del medio le veda la posibilidad de volver atrás para repasar algo que no le quedó claro, como puede hacerse en un texto escrito.

El mismo hecho de emplear la comunicación oral nos somete a la redundancia. El lenguaje hablado es de por sí redundante. Cosas que por cierto damos por dichas en treinta palabras, cuando las expresamos verbalmente nos llevan sesenta o cien. Es que todos somos de alguna manera conscientes de que, por ser fugaz, la comunicación auditiva está mucho más expuesta al ruido que la escrita.

La redundancia como destreza

En radio, pues, no hay más remedio que ser reiterativos. Pero hay que saber hacerlo; adquirir la destreza necesaria para ello.

Un error en el que podría caer el comunicador -y en el que de hecho algunos caen- es entender que la redundancia consiste en repetir cada cosa dos o tres veces seguidas -con las mismas palabras o con otras más o menos sinónimas- para que así el concepto sea retenido.

En primer lugar, esta forma de reiterar resulta pesada e infantil y provoca aburrimiento e irritación en el oyente adulto, quien se siente tratado como un niño de escuela elemental. Pero además, ni siquiera es efectiva. La repetición continuada sirve de muy poco; se oye apenas como un eco que, a cada nueva reiteración, pierde intensidad y eficacia.

Redundar en radio consiste en volver sobre el tema más de una vez en el curso de la emisión; o sea, exponer una idea y luego, más adelante, reiterarla brevemente. Esto es lo que ayuda en realidad al oyente a registrar y captar la idea.

La reiteración se vuelve aún más eficaz si se efectúa en un contexto diferente al inicial; es decir, si lo ya dicho antes se vuelve a expresar a propósito de otra cosa y aplicado a una situación referencial distinta.

Al trazar el plan de la emisión tenemos que establecer dos o tres leit-motiv, ideas centrales que iremos reiterando a lo largo de toda la emisión, que, en distinta forma y con distintas palabras, se irán entrelazando y repitiendo. Lo primero que debemos hacer es definir bien esos leit-motiv, esos elementos temáticos básicos; y luego jugar con ellos de modo que cada uno aparezca dos o tres veces en el curso de la comunicación; tenerlos presentes y aprovechar el momento oportuno para traerlos nuevamente a colación y reexponerlos brevemente, en la forma más natural posible, sin que su repetición quede demasiado en evidencia.

Es algo similar a lo que sucede en música, en una sonata o una sinfonía: los temas van volviendo, se van cruzando y entretejiendo. y nunca de una manera igual: el compositor procura exponerlos siempre en nuevas variaciones retomadas por otros instrumentos, variaciones que recuerdan el tema inicial pero no son exactamente idénticas a él. Presentar un mensaje en radio es algo semejante: implica una cierta orquestación de los elementos temáticos.

Siempre es posible hacer esto, más en una emisión dialogada o dramatizada que en una emisión-monólogo. Al conversar los diferentes personajes, al cambiar las escenas y las situaciones, resulta más fácil subrayar lo ya dicho antes, sin que la reiteración sea advertida y sin caer en monotonía ni provocar la reacción molesta del oyente.

Por otra parte, la repetición no es el único recurso de redundancia de que disponemos en radio. Cierta énfasis, cierto destaque en la enunciación de una palabra o una frase; un subrayado musical; el vocalizar más lentamente la frase a la que deseamos dar relieve; el ubicar esa frase al final de una secuencia y hacerla seguir de una cortina musical, logrando de este modo que la frase en cuestión quede resonando más tiempo en la mente del oyente, son otros tantos recursos para valorizar ciertas ideas fundamentales.

Redundancia vs. abundancia

En realidad, el mayor problema que plante la redundancia es el que se relaciona con la economía del tiempo disponible. Nuestra emisión tiene que durar un tiempo dado y no más, no solo porque ése es el horario predeterminado por la programación de la emisora, sino porque, de prolongarse, excedería el límite de atención y concentración del oyente. Ni el tema más interesante, ni aun la realización más brillante y atractiva pueden impedir la fatiga y la distracción del radioescucha si el programa excede un límite de tiempo razonable.

Ahora bien, dentro de ese límite, el espacio que necesariamente tenemos que destinar a redundar en las ideas básicas, es espacio al que debemos renunciar para dar más información e incorporar más ideas. Existe, por lógica, una proporción entre la cantidad de información que podemos incluir y la redundancia con que esta información debe ser expuesta. En este dilema consiste precisamente la llamada “ley de la redundancia”, la que se enuncia diciendo que la magnitud o

intensidad de la redundancia está en proporción inversa a la cantidad de información que es posible emitir dentro de un espacio o tiempo dado.

Si se opta por dar mucha información, verter muchas ideas, nos vemos obligados a reducir el grado de redundancia; y, a la inversa, cuando se prefiere aumentar el índice de redundancia, se hace forzoso reducir el volumen de la información. Podemos decir bastantes cosas en un programa de radio de quince minutos, pero nos quedará poco o ningún espacio para insistir suficientemente sobre las principales. O podemos otorgar más tiempo para la enfatización y valoración de lo esencial, pero a costa de sacrificar otros elementos temáticos. Sacrificio que en ocasiones se hace difícil y duro, porque las cosas que nos quedan sin cabida son muchas veces significativas, ricas, interesantes.

Este es un dilema al que a cada momento nos hemos de ver enfrentados en nuestro trabajo de comunicadores radiofónicos. Y el equilibrio nunca es fácil. Cuando el guión nos resulta largo, ¿qué suprimir, qué cortar? ¿La reiteración necesaria de la idea central que ya está dicha, o el aporte de una idea nueva, interesante aunque no tan esencial? Lo que la experiencia aconseja es esta última opción. Conformarse con desarrollar una o dos ideas principales en cada emisión y no más; y darles la extensión requerida, esto es, el grado de redundancia que el medio exige. Si hay otras ideas o aspectos importantes, es mejor dejarlos para otra emisión subsiguiente. O, si debido a la estructura del programa, esta segunda instancia ya no es posible, quizá sea preferible dejarse algunas cosas “en el tintero” por interesantes que ellas sean, que cometer el error de recargar la emisión y marear al oyente con un bombardeo o fárrago de ideas expuestas de prisa.

Ello implica, una vez más, la planificación meditada y cuidadosa del guión. Una selección previa de la información para determinar qué es lo realmente esencial, cuáles son las

dos o tres nociones centrales a las que debe asignarse prioridad; y construir sobre ellas el guión.

Recuerde Ud. siempre que desarrollar una idea en radio lleva muchas más palabras que las necesarias para formular la misma idea por escrito. Los datos reunidos en dos o tres páginas de notas, insumen, para ser bien desarrolladas, media hora de emisión radiofónica. Si Ud. tiene como punto de partida un material más extenso, conviene, pues, seleccionarlo y reducirlo antes de ponerse a escribir el guión. De lo contrario, las ideas desbordarán el espacio disponible y serán presentadas en forma demasiado apretada y de prisa, sin la necesaria redundancia.

Redundancia y participación

No obstante, se debe señalar que, si bien es cierto que la radio exige un alto grado de repetición para que el mensaje sea captado y retenido, no es menos cierto que la capacidad de retención del oyente aumenta en función del interés que provoca la emisión. Como tan gráficamente lo dice la expresión popular, cuando un mensaje interesa vivamente, cuando el auditorio está pendiente de él, la gente “no se pierde palabra”.

Muchas veces se ha constatado que una frase de un programa de radio dicha un sola vez y deslizada en tono aparentemente casual, como al pasar, es sorprendentemente registrada y recordada por un alto porcentaje del auditorio, aunque no se le haya dado redundancia. Cuando se analizan los casos en que esto sucede, se comprueba que se trata de emisiones de buena factura radiofónica, que presentan un tema interesante y, sobre todo, de gran vigencia para el auditorio; y que logran, por lo tanto, un alto índice de atención y de identificación por parte de la audiencia.

Puede concluirse, pues, que es posible reducir un tanto la

redundancia y aumentar consecuentemente el volumen de información, cuando la emisión consigue movilizar intensamente la participación sensible e intelectual del oyente. La ya expuesta “ley de la redundancia” podría ser tal vez complementada con otra fórmula: el grado de redundancia necesario para la transmisión de un mensaje está en proporción inversa al interés y la participación que la emisión logre suscitar.

Esfuércese, pues, sobre todo, por realizar guiones que prendan y “hagan carne” en el auditorio. Hable de cosas que interesan a su público, que él sienta como suyas. Cuando esté convencido de que ello se produce, quizá pueda incluir más ideas y no preocuparse tanto por redundar en ellas.

Redundancia y simplificación

Con todo y aun así, no será nunca fácil en un texto para radio presentar un tema con todas las facetas que pueden incluirse en un texto escrito. Una de las grandes limitaciones de la comunicación oral a través de la radio es que, por su inevitable brevedad, obliga a simplificar las ideas y a no poder presentarlas con todos sus matices y todas sus alternativas.

Sabemos que los hechos son siempre complejos, que nunca nada es totalmente blanco o totalmente negro; que no hay soluciones absolutas y perfectas, que toda opción tiene pros y contras, aspectos contradictorios. Seguramente nuestras notas previas señalan una serie de matices complejos en el tema que nos proponemos tratar; pero al intentar traducirlos para radio, casi es imposible evitar su simplificación.

En un texto escrito siempre podemos acudir a un “pero”, a un “sin embargo”; intercalar un paréntesis, una llamada, una nota al pie de página para consignar una reserva y evitar la excesiva simplificación del concepto; en radio, donde solo podemos manejar dos o tres ideas centrales y no existe el recurso de la nota aclaratoria, ello se hace muy difícil.

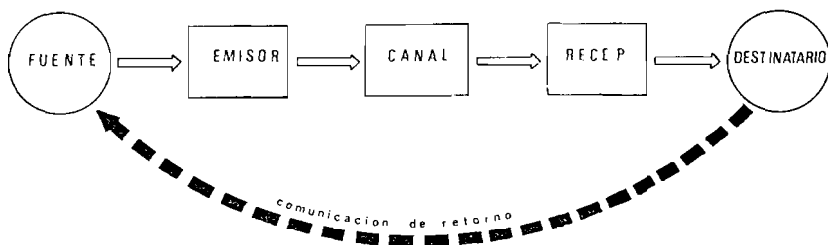
La comunicación radiofónica -como por otra parte toda la comunicación masiva- lleva siempre latente el peligro de un cierto maniqueísmo; una tendencia a presentar las cosas en blanco y negro, sin grises. El comunicador debe ser consciente de ese peligro, estar alerta a él y esforzarse por combatirlo y atenuarlo en la medida de lo posible. Pero saber que un cierto grado de simplificación es casi ineludible en radio.

Con todo, es mucho mejor manejar distintas perspectivas y puntos de vista en una exposición dialogada o dramatizada que en una charla expositiva, a una sola voz. Los distintos personajes pueden asumir y representar diversas posiciones, no necesariamente del todo antagónicas, sino también con divergencias de matices que así podrán ser percibidas más claramente por el auditorio.

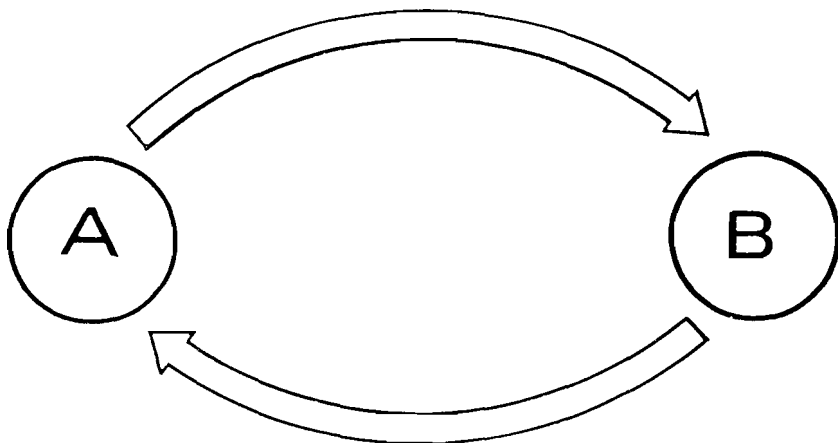
3. COMUNICACIÓN DE RETORNO Y PARTICIPACIÓN POPULAR

La Teoría de la Comunicación concibe un proceso dinámico, una interacción entre el comunicador y el perceptor. La comunicación no termina cuando el mensaje llega al destinatario, sino que éste reacciona ante el mensaje y responde a él. El destinatario no sería, pues un mero receptor pasivo de mensajes; de una u otra manera participaría e influiría en la comunicación, mediante su reacción o respuesta al estímulo que recibió de la fuente. En alguna forma -se dice- el mensaje retorna a la fuente.

A esta “respuesta” del destinatario se la llama comunicación de retorno (en inglés *feedback*); se la denomina también realimentación o retroalimentación, porque esta intervención del destinatario vuelve a alimentar el sistema comunicacional; la fuente reacciona a su vez y se generan nuevos mensajes en los que las respuestas del destinatario están incorporadas, estableciéndose así un flujo comunicativo en ambas direcciones.



En la conversación interpersonal, esta interacción de los dos interlocutores es muy clara y evidente. Si se da un verdadero diálogo entre ambos, su intercambio es tan activo que de hecho cada uno de ellos se convierte sucesiva y alternadamente en fuente y destinatario. Hay un ir y venir permanente de mensajes entre uno y otro; se produce un continuum comunicativo, un círculo o circuito de comunicación recíproca. Algo similar sucede en la comunicación telefónica o en la conversación entre dos radioaficionados: ambos son alternativamente emisores y receptores.



Algunos autores actuales consideran que solo cuando se da esta reciprocidad, esta posibilidad de que en los dos extremos de la línea se generen mensajes, se puede hablar de comunicación. Solo entonces ambos se comunican entre sí. Por ello, estos autores postulan una comunicación participativa, dialógica, bidireccional (esto es, de doble vía). Todo lo demás sería a lo sumo información, difusión, pero no verdadera comunicación.

Radio y participación

Pero cuando nos enfrentamos a este esquema del flujo comunicativo y procuramos aplicarlo a un medio masivo como lo es la radio, que abarca simultáneamente a miles de destinatarios dispersos, experimentamos una seria dificultad. ¿Cómo hacer que el oyente se convierta en hablante, en interlocutor activo? ¿Cómo hacer que participe en la emisión?

Los autores clásicos en la materia sostienen que siempre, aun en un medio de masas, esta interacción se produce “de alguna manera”. Invocan para demostrarlo algunos sofismas muy poco convincentes. Por ejemplo, las encuestas de sintonía -los surveys comerciales servirían para que el oyente se exprese, para que sus gustos y preferencias sean tenidos en cuenta. Como la radio se rige por estas encuestas -afirman estos autores- el público mismo es el que determina la programación, la que es confeccionada de acuerdo con los gustos y tendencias que el survey refleja y cuantifica. De esa manera, los oyentes influirían decisivamente en los mensajes y se produciría la realimentación del sistema.

No es éste el lugar donde podamos debatir la falacia de los ratings de audiencia. Actualmente este sistema de medición ha caído en el descrédito y ningún autor serio se atreve ya a

sostener que por esa vía el oyente realmente se expresa y participa¹.

También se alega que las cartas espontáneas del público, las llamadas telefónicas a la emisora, las cartas estimuladas por concursos comerciales con premios, son otros tantos medios por los que el público expresa sus preferencias e incide en la orientación de los mensajes. Se argumenta asimismo que "la opinión pública", sus reacciones ante los mensajes, son percibidas por los comunicadores y tenidas en cuenta, y que también por ese medio los destinatarios gravitan indirectamente en la emisión. Afirmaciones todas éstas que solo sirven para tranquilizar la conciencia de los teóricos y de los propietarios de radiodifusoras, y para justificar la universalidad del célebre esquema del feedback. Una auténtica participación del oyente no puede construirse sobre bases tan ficticias e ilusorias. La verdad es que la comunicación de retorno en los medio de masas no pasa generalmente de ser una decorativa flecha punteada, trazada de derecha a izquierda.

Tampoco puede considerarse participativa una radio educativa en la que el oyente se convierte en alumno, en mero receptáculo de conocimientos e informaciones suministrados

1. *Sobre la falacia de las encuestas de sintonía, v. por ejemplo el excelente análisis de UMBERTO ECO - "Apocalípticos e integrados en la Cultura de Masas". Edit. Lumen. Barcelona 1968. Sobre las consecuencias de esta forma de "medir" las tendencias del público, cfr. MARIO KAPLUN. La radiotelevisión latinoamericana frente al desafío del desarrollo: un diagnóstico de situación en la obra colectiva Radio, TV y Cultura en América Latina. CIESPAL, Quito 1976.*

Es de señalar que en el Seminario "La Radio y la Televisión frente a las necesidades culturales de América Latina" organizado por CIESPAL y CEDAL (Costa Rica, abril de 1976), al que asistieron propietarios y dirigentes de las más importantes cadenas de radio y televisión de América Latina y personeros de la Asociación Interamericana de Radiodifusión, que agrupa a los broadcasters privados, se votó por unanimidad la siguiente recomendación: "Se rechaza al rating como un criterio único de programación por sus múltiples imperfecciones y además porque, aun suponiendo su exactitud, no necesariamente responde a las necesidades culturales y obstaculiza un esfuerzo de mejoramiento en la receptividad y gustos de la audiencia" (ver las conclusiones de dicho Seminario en la obra colectiva citada).

por el maestro o profesor. Aun cuando el oyente-alumno se matricule y envíe sus tareas semanalmente para ser corregidas, la participación no es aquí mayor que en la de cualquier escuela por correspondencia.

El problema de cómo lograr que el oyente se integre realmente en la comunicación a través de un medio colectivo e intrínsecamente unidireccional como lo es la radio, es una cuestión actualmente en debate y sobre la cual no hay aún respuestas ni soluciones definitivas.

El comunicador-educador debe ser consciente de este reclamo de esta aspiración de que la comunicación de retorno sea lo más real, concreta e intensa posible; y procurar que sus programas de radio sean participativos y dialógicos en la mayor medida que lo permitan las limitaciones técnicas del medio.

Pero la cuestión no debe ser reducida -como suele hacérselo- a la mera presencia física de los oyentes en la emisión. Pueden haber programas en donde los oyentes estén presentes y sin embargo no participen realmente: para poner un ejemplo extremo, en los programas de concurso con premios (preguntas y respuestas, destrezas varias), el oyente concurre, cursa, habla, pero no se da nada semejante a una real participación. Y, a la inversa, puede haber programas donde no se dé la presencia física del oyente, donde su voz no salga al aire, y sin embargo él esté participando efectivamente.

Modelos participativos

Uno de los métodos más interesantes que se ha propuesto en ese sentido, es el del programa sometido a crítica directa de los destinatarios. Naturalmente, el modelo no permite que todos los oyentes participen, pero sí que algunos grupos representativos puedan realmente orientar el programa y gravitar en él.

El método consiste en lo siguiente: se organizan grupos populares de escucha que deseen tomar parte en la experiencia; se les explica la importancia de su cooperación, haciéndoles ver que ella permitirá que el programa refleje realmente la realidad social y cultural de su medio. Se graba una emisión experimental piloto, la que se hace escuchar a los grupos. Cada uno de ellos, reunidos al efecto, oye la grabación, la discute y opina: señala qué cosas a su juicio deberían ser modificadas. El equipo organizador del programa recoge estas observaciones, reflexiona sobre ellas y modifica la emisión de acuerdo con las mismas. La emisión definitiva que sale al aire lleva ya, pues, incorporados los resultados de la consulta popular.

El procedimiento se repite en cada una de las emisiones siguientes o, si no es posible hacerlo con todas, al menos periódicamente con algunas de ellas. Llega un momento en que los grupos ya no solo critican lo escuchado sino que están en condiciones de sugerir cómo debe continuar el programa: dialogando con los realizadores, indican qué tema desearían oír tratado en la emisión siguiente e incluso en qué forma aspirarían a que éste fuera desarrollado. Se convierten así en co-creadores del programa.

Pueden resultar ilustrativas de este modo de entender la participación del oyente, las orientaciones por las que se rige una emisora de educación radiofónica popular campesina: Radio Santa María, de La Vega, República Dominicana. Antonio Cabezas, su director, la define como “un centro de actividades culturales profundamente enraizadas en la base campesina (...). Frente al concepto verticalista de lo que es una emisora, en el que la antena lanza programas a ver quién los capta, oponemos un concepto horizontal”.

Ahora bien: ¿cómo entiende esa radio la horizontalidad? ¿En qué consiste en ella la participación del oyente? “Entendemos por una emisora horizontal aquella que recoge la vida

del hombre de la base, la que come, llora, se alegra y sufre con el hombre común y le da las posibilidades de expresarse por una antena para que otros participen de sus experiencias. Cuando lanzamos un programa al aire, sabemos que hay miles de familias que esperan organizadamente el programa, porque antes se las ha visitado, ellas mismas han dejado la impronta de sus inquietudes en grabaciones. Cuando habla la emisora no es el hombre de la ciudad que se las sabe todas, sino el agricultor sufrido que está atrapado por el intermediario, el usurero o la falta de técnica para sus siembras. No se tira un curso de radio para ver si pega, sino que previamente se ha captado una masa de agricultores ya organizados que quiere mejorar sus cultivos o saber qué es eso del mercado interno''².

Lo importante, entonces, sería no solo que el oyente pudiera participar directamente en las emisiones, sino consultarlo, tener en cuenta sus necesidades y aspiraciones para orientar según ellas la programación; recoger sus experiencias, inspirarse en la vida del pueblo para realizar los programas, reflejar esa vida en ellos.

Más que preocuparnos por recoger una comunicación "de retorno", en la que ubicamos al destinatario al final de los mensajes, recibéndolos y retornándolos, tal vez deberíamos procurar sobre todo poner al oyente al principio del proceso: originando los mensajes, inspirándolos.

La función del comunicador en este esquema ya no sería la que clásicamente se entiende por "fuente", o al menos por fuente exclusiva de los mensajes; ya no consistiría en transmitir sus propias ideas, las que él considera convenientes, y luego esperar que el mensaje le "retorne". El comunicador

2. ANTONIO CABEZAS ESTEBAN: *Documento informativo sobre Radio Santa María en Seminario "Pedagogía de la Educación Radiofónica" organizado por ICI y ALER. Santiago de los Caballeros (Rca. Dominicana), abril 1975.*

aquí tendría por principal cometido el de recoger las experiencias de la comunidad, estructurar y organizar esas experiencias en forma de emisión radiofónica y, así estructuradas, devolverlas a la comunidad, de tal modo que ésta pueda analizarlas, hacerlas conscientes y reflexionarlas. La fuente del mensaje es aquí doble: incluye al comunicador, como seleccionador e intérprete de las experiencias comunitarias, pero incluye también a la propia comunidad destinataria. Esta no es solo ubicada al final, como receptora del mensaje, sino también al principio, como originadora del mismo; se hace parte de la fuente; por así decirlo, manantial, surtidor de la fuente.



Es el método empleado para elaborar algunos de los guiones que se incluyen en este libro: se visitaban distintas comunidades populares, se observaba lo que en ellas sucedía, se registraban hechos acontecidos en ella, se grababan conversaciones con pobladores y luego, con ese material, ordenándolo y organizándolo, se elaboraba el guión. Cuando el programa era irradiado, el pueblo podía reconocerse en él, identificarse con él, aunque las voces que salieran al aire no fueran las suyas propias sino las de actores profesionales. Y encontraba sus propios hechos y experiencias, pero presentados pedagógicamente de tal manera que ahora podía verlos con otra perspectiva crítica, analizarlos, discutirlos, reflexionarlos, emitir un juicio, ir a las causas del problema que hasta ese momento había estado viviendo y sufriendo como una mera contingencia, sin percibir sus raíces. Y entonces, el programa se convertía en estímulo para la búsqueda de soluciones en común.

Acaso se llegó a una base para una formulación más amplia y a la vez más precisa del concepto de participación del oyente en radio cuando, en el ya citado Seminario de ICI/ALER en 1975, en el intercambio de ideas con el Prof. O'Sullivan, éste puso en duda la afirmación de que, para que exista el diálogo, es siempre necesario que el oyente esté presente. "Quizá el diálogo, más que una presencia física, sea la participación de una verdad interior a otra verdad interior". Definición que vale la pena meditar y tomar como punto de partida.

Problemas de la participación

Por último, dos consideraciones sobre este tema tan importante para una comunicación radiofónica educativa realmente popular y renovadora.

En primer lugar: hablamos de programas que respondan a las necesidades de la comunidad. Pero hay que distinguir entre necesidades sentidas y necesidades no sentidas por ella. Puede haber necesidades muy reales y prioritarias que la comunidad, por su propia falta de conciencia crítica, no sienta como tales.

El comunicador no puede, pues, basarse solamente en lo que la comunidad exprese y sienta como necesidad; es también su deber ofrecerle en la forma más pedagógica y respetuosa posible, la expresión de esas otras necesidades que ella tiene pero no percibe. Esto no es verticalismo, ni paternalismo; esto es un servicio legítimo al pueblo.

En segundo lugar, la participación directa de los oyentes en los programas de radio nos enfrenta a otro problema. Sabemos que en gran parte del pueblo existe un alto grado de conformismo, de resignado fatalismo; sabemos igualmente que vastos sectores populares viven "en una situación de dependencia y alienación creada por la imposición de culturas

y valores ajenos a los propios” (O’Sullivan, diálogo citado). Para decirlo con la ya célebre frase de Freire, “el dominador ha introyectado su ideología en el dominado” y éste la ha internalizado y muchas veces “piensa con las categorías y valores del dominador”.

Por ejemplo, el refrán “La caridad bien entendida empieza por casa” es popular; el pueblo lo dice a cada momento. Pero no por eso es menos individualista y anticomunitario.

Abrir la radio a la expresión directa del pueblo puede ser muy liberador, pero también puede significar estar abriéndola inadvertidamente a las actitudes y valores que se busca cuestionar. Muchas veces, en programas de radio participativos, lo que oímos son expresiones de conformismo, de resignación, de individualismo, de espíritu de competencia; incluso oímos las mismas cursilerías alambicadas, las mismas canciones ramplonas, las mismas expresiones estereotipadas que tanto criticamos en los programas comerciales. Es el pueblo el que se está expresando; pero expresa lo que la cultura dominante le ha introyectado, lo que él ha internalizado de esa cultura.

Una participación de esa naturaleza no parece ser educativa, ni llevar a una evolución; por el contrario, tiende a reforzar los valores del statu quo y hacerlos aún más vigentes.

No conviene, pues, confundir participación con espontaneidad ni con populismo demagógico. No basta con que “el pueblo se exprese” si lo que expresa no lleva a generar un raciocinio, un juicio personal, una conciencia crítica. Por eso creemos no solo lícita sino indispensable la intervención inteligente y crítica del comunicador, dialogando con el pueblo, cuestionando ciertos contenidos internalizados en él, seleccionando los aportes populares para que, a través de ellos, se genere una evolución y un proceso auténticamente educativo.

PARTE II

**LA TÉCNICA
RADIÓFONICA**

CAPÍTULO 5

LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS

Para proyectar un programa de radio se puede partir:

a) de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar, de la temática definida que deseamos abordar. A partir de ella, determinamos el formato, la estructura radiofónica más adecuada para vehicular esos contenidos. Por ejemplo, deseamos presentar la realidad del movimiento cooperativo agrario en nuestra región, y vemos que la mejor forma de desarrollar ese tema es hacer una serie de entrevistas a dirigentes y miembros de las distintas cooperativas. O nos parece importante tratar la historia de nuestro país; y luego decidimos que la forma más interesante y pedagógica de presentarla es a través de una serie de radiodramas.

b) o bien de una estructura previamente determinada. En este caso escogemos un formato que consideramos educativo, de ricas y variadas posibilidades, y que se adecua bien a un mensaje o a una temática general que tenemos en mente. Por ejemplo, ideamos un radiodrama cuyo personaje central sea un camionero en sus distintos viajes por todo el país. Luego, seleccionamos los mensajes que queremos ir comunicando, a través de las distintas historias que vive nuestro camionero, que serán los contenidos que pondremos en cada capítulo de la serie. O bien resolvemos realizar una serie de reportajes sobre problemas de la realidad nacional. Ideamos la estructura básica del programa; luego escogemos los temas que iremos tratando en las distintas emisiones (la inflación, la dependencia económica, la insuficiencia del sistema escolar, etc.).

Pero cualquiera que sea nuestro punto de partida, -tanto si comenzamos por precisar el contenido temático como si determinamos previamente las características formales del programa- necesitamos conocer y dominar bien los distintos géneros o formatos radiofónicos, dentro de los cuales deberemos elegir el más funcional para nuestro proyecto.

1. DOCE FORMATOS BÁSICOS

Un primer descarte

Comencemos por preguntarnos para qué sirve y para qué no sirve la radio.

Por ejemplo, la radio no sirve para difundir conferencias o disertaciones. Casi nadie está dispuesto a seguir por radio una larga exposición monologada. Sobrevienen rápidamente la fatiga, la distracción. En consecuencia, salvo muy contadas excepciones, el formato “conferencia” está excluido de la comunicación radiofónica.

Tampoco, por ser un medio no-visual, la radio se presta para enseñar técnicas, métodos y procedimientos: por ejemplo, si deseamos enseñar a campesinos el método técnico para realizar un determinado trasplante, o las operaciones necesarias para curar árboles frutales, o cómo se construye un cobertizo, es mejor que nos valgamos de un medio audiovisual o gráfico (vg. un folleto ilustrado). Describir procedimientos por radio no es práctico ni eficaz. Los detalles (cifras, dosis, fechas, medidas, operaciones) no se captan bien, no se recuerdan ni se retienen. Por consiguiente, también debemos dar de baja al formato que llamaríamos “de instrucción” en el sentido descriptivo que damos al término, cuando nos referimos a los manuales de instrucciones, folletos explicativos, cartillas, etc.

En cambio, la radio se ha mostrado eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes. Es posible asimismo a través de la radio llevar a una reflexión sobre valores y actitudes, estimular el raciocinio, favorecer la formación de una conciencia crítica. Veamos, pues, los distintos formatos que se pueden utilizar para estos diferentes propósitos.

Una primera clasificación

En una primera instancia, podemos agrupar los programas de radio en dos grandes géneros: los musicales y los hablados, sea que en ellos predomine netamente bien la música, bien la palabra. Evidentemente, para una finalidad educativa, a nosotros nos interesan estos últimos, puesto que son los que permiten expresar ideas, transmitir un mensaje. La música podrá jugar en ellos un papel complementario, a veces muy importante; pero nuestra herramienta esencial será la palabra.

Centrémonos, pues, en los programas hablados. De ellos se hace generalmente una clasificación elemental, basada en el número de voces que intervienen. Así, se dirá que hay tres maneras de escribir un programa de radio:

1. En forma de monólogo.
2. En forma de diálogo.
3. En forma de drama.

Los monologados constituyen el tipo más corriente. Su forma más habitual es la charla radiofónica individual. Son los que ofrecen menos dificultades de producción, pero también los más monótonos y limitados.

Los dialogados implican la intervención de dos o más voces. Obviamente, dos es el mínimo para un diálogo, pero también entran en este grupo programas en los que pueden

intervenir siete u ocho participantes. Dentro de este tipo de programas se incluyen, como veremos, muy diversos formatos, tales como la entrevista, la mesa redonda, el diálogo didáctico, el radioperiódico, el reportaje, etc. Son de producción más difícil que los anteriores, pero más radiofónicos. Ofrecen más atractivo e interés por la variedad de voces y más posibilidades educativas por el intercambio de distintas posiciones y opiniones. Mientras el monólogo tiende a ser unilateral, el programa dialogado se abre a muchas facetas, a muchos aspectos.

Los dramatizados (radiodramas) podrían en cierto modo homologarse al género dialogado y ser considerados como una variante o subdivisión del mismo, ya que tienen de común con él el utilizar varias voces; pero sin embargo presentan características tan propias y diferentes que constituyen una categoría aparte.

Su rasgo principal reside en que desarrollan una historia, una anécdota, una situación concreta, con personajes dramáticos, los cuales son encarnados por actores. Podemos, pues, decir que estamos ante un radiodrama -o radioteatro, como se le llama en algunos países de América Latina- cuando oímos una acción dramática y ésta es interpretada por actores.

Supongamos que en nuestra ciudad ha ocurrido un grave accidente. Es posible, sobre este hecho, producir dos emisiones de radio: una en forma de radio-reportaje con distintas entrevistas y testimonios reales; y otra, en forma de radiodrama, el que reconstruirá el hecho mediante un libreto y utilizando actores. Pese al tema común, la distinción entre una y otra es muy fácil: si las asimilamos a los géneros cinematográficos, la primera equivaldría a una película documental y la segunda a una película de argumento.

Los programas dramatizados son considerados los más atractivos en virtud de su estructura dinámica. Ya hemos

enumerado largamente en el capítulo 2 las ventajas pedagógicas de este formato. Con todo, no es menos cierto que son los más difíciles de realizar: requieren condiciones de escritor dramático y un mayor dominio de las técnicas de la composición radiofónica. Para su producción hace falta contar con actores, musicalización, montaje sonoro, etc.

Los diferentes formatos a nuestra disposición

Como hemos advertido, esta clasificación de los programas hablados en tres tipos (monologados, dialogados y dramatizados) es solo elemental. Dentro de cada tipo podemos distinguir una gran variedad de formatos.

Vamos a enumerarlos ahora; pero puntualizando previamente que este inventario no es normativo ni exhaustivo. No agota, ni mucho menos, la lista de posibles formatos radiofónicos. Son tan solo los modelos principales. Podemos idear programas que amalgamen varios de estos modelos, o que contengan una variedad de elementos tomados de distintos formatos, dando así, por combinación, nuevos esquemas. Podemos asimismo crear modelos nuevos, totalmente distintos a los que aquí se describen, o que al menos no encajen exactamente en estas tipificaciones. El ingenio y la imaginación de un libretista creativo puede concebir infinitas variaciones. Con voces, música y sonidos se pueden construir muchos y muy diversos diseños.

Con todo, los doce modelos más clásicos y usuales en el mundo de la radio, son los siguientes:

1. La charla:
 - a) expositiva
 - b) creativa
 - c) testimonial
2. El noticiero (formato noticia)

3. La nota o crónica
4. El comentario
5. El diálogo:
 - a) el diálogo didáctico
 - b) el radio-consultorio
6. La entrevista informativa
7. La entrevista indagatoria
8. El radioperiódico
9. La radio-revista (programas misceláneos)
10. La mesa redonda:
 - a) mesas redondas propiamente dichas
 - b) el debate o discusión
11. El radio-reportaje:
 - a) a base de documentos vivos
 - b) a base de reconstrucciones (relato con montaje)
12. La dramatización:
 - a) unitaria
 - b) seriada
 - c) novelada

Algunos de estos formatos (vg. la charla, la noticia, la entrevista, la dramatización) son usuales en América Latina; otros, como el radio-reportaje, son poco frecuentes en nuestra región, pero en cambio largamente utilizados por la radio educativa en otros países; y nada impide adoptarlos en los nuestros, dadas sus excelentes posibilidades como lenguaje radiofónico.

En este capítulo introductorio nos limitaremos a definir y describir sucintamente estos distintos formatos; luego, en capítulos sucesivos, analizaremos cada uno detenidamente y estudiaremos los requisitos técnicos para su buena realización.

1. La charla

Un discurso o monólogo, generalmente breve. Al menos, si queremos respetar mínimamente las exigencias del medio; deberá serlo: la conferencia o disertación -ya lo hemos señalado- no es, salvo casos muy excepcionales, un formato potable en radio. Se estima que una charla, para ser oída con atención, no debe exceder de cinco minutos.

Dentro de este formato, podemos distinguir tres variantes:

a.- La charla expositiva. Es la más corriente: alguien que “habla por radio” con el fin de explicar algo, divulgar conocimientos, dar consejos, etc. Es la forma más sencilla y económica de emplear la radio y por eso la más usual; pero también la menos radiofónica y la menos pedagógica.

Conviene puntualizar que, aunque hemos hecho el distingo entre programas a una voz y programas a varias voces y, lógicamente, hemos incluido a la charla expositiva dentro de los primeros, existe también la charla radiofónica a dos voces. El procedimiento consiste en escribir un texto igual al de la clásica charla monólogo, para repartirlo entre dos locutores (por lo general una voz masculina y otra femenina) que se van alternando en su lectura esto es, leyendo un párrafo cada uno. Se busca mediante este recurso aligerar la monotonía de la emisión. Sin embargo, pese al empleo de dos voces, seguimos en presencia de una charla apenas disfrazada. Creer que hemos escrito un diálogo sería autoengañarnos. No hay intercambio entre los dos lectores: ambos son locutores, pero no inter-locutores. Es el mismo monólogo, solo que leído a dos voces. Este recurso resulta, incluso, más artificioso y mecánico que la charla monologada: se percibe claramente que los dos locutores están leyendo un rígido texto escrito por otro.

Otro recurso del que suele hacerse uso -y abuso- para aliviar la fatiga del oyente, es cortar de tanto en tanto la

charla expositivas con cortinas musicales. Es un expediente harto empleado, pero poco recomendable. La música injertada así, arbitrariamente, distrae del tema, quita unidad y ritmo al discurso, resulta artificial y no justificada. Interrumpe la alocución sin integrarse en ella.

Si usted tiene que exponer un tema de divulgación, nuestro consejo, es: no utilice el formato charla. Busque otro entre los que la radio pone a su disposición: el drama, el reportaje. Si estos no están a su alcance por su costo y/o por su complejidad, tiene la posibilidad de otro formato, no tan sencillo como la estereotipada charla, pero con todo bastante simple y relativamente fácil: el diálogo didáctico. Y, para algunos temas, aun le queda otra posibilidad: procurar hacer una entrevista sobre el tema y desarrollarlo así a través del diálogo con el entrevistado.

b. La charla creativa. Con todo, no debemos descartar la charla como formato educativo. Es un medio económico y sencillo. Por fortuna, existen otras manera de escribir charlas para radio, además de la charla expositiva.

En primer lugar, cambia el propósito u objeto de la charla; ya no se trata tanto de exponer un tema cuanto de motivar; de llamar la atención sobre una cuestión y despertar una inquietud en el oyente. En segundo lugar, cambia -y aún más pronunciadamente- el estilo de la charla. Una buena charla se plasma cuando el escritor se propone elaborarla y construirla radiofónicamente; cuando se plantea el problema de cómo atraer la atención del oyente hacia esa única voz que habla, y encara su charla como una verdadera creación radiofónica; cuando se esfuerza por lograr, y logra, imprimirle un carácter personal, directo, coloquial.

Esto no es fácil ni simple: producir una buena charla verdaderamente radiofónica es más difícil que escribir un diálogo, pues el escritor dispone aquí de menos recursos. Todo

debe lograrlo a través de una sola voz, hablando.

Se trata de una charla eminentemente vivencial. Debe establecer con el oyente una comunicación humana y suscitar en él una respuesta personal. Por su contenido y por su forma, no se propone comunicar una información, sino transmitir una vivencia, despertando en el escucha su sentido de participación y de responsabilidad.

En ocasiones, el texto de una charla de este tipo tiene tantos matices expresivos que no la puede leer el propio autor ni un locutor, sino que debe ser dicha por un actor.

c. La charla testimonial. Otro género válido y eficaz: alguien habla en primera persona y comunica su propia experiencia directa: "Yo estuve ahí"... "A mi me sucedió tal cosa"... "Yo estoy viviendo este problema"... Llega por auténtica, por vivida, por real. A veces no es un libreto escrito sino la expresión espontánea, el relato de alguien que vivió o está viviendo una situación, la cuenta y reflexiona sobre ella.

2. El noticiero: la noticia

Más que un programa, el noticiero o informativo es un servicio permanente de una emisora, que se ofrece a determinadas horas.

La unidad componente de este servicio es la noticia: información sintética y escueta de un hecho, expuesta generalmente en menos de un minuto, sin mayores detalles y sin comentarios. Por ejemplo: de un golpe de estado producido en alguna parte del mundo, la noticia se limitará a informar de que tal golpe ha ocurrido, que ha tenido éxito, el nombre del nuevo mandatario, etc.

Con un conjunto o sucesión de noticias se arma el informativo o noticiero.

3. La nota, la crónica

Es la información amplia de un hecho, dada en un espacio de tres a cinco minutos. No incluye comentarios u opiniones personales, pero sí ofrece detalles y antecedentes del hecho, así como menciones de las opiniones que otros han vertido acerca del suceso. De este modo, suministra al oyente elementos de interpretación para que se forme una idea más cabal del hecho; e incluso elementos de juicio.

Por ejemplo, del aludido golpe de estado, empezará por darnos la ubicación geográfica del país si éste es nuevo y poco conocido; explicará el significado político del golpe: la tendencia del gobierno derrocado y la presumible o cierta del grupo que la derrocó; reseñará la historia de la lucha entre ambas tendencias y los intereses a que ambas responden; señalará las consecuencias y repercusiones que este cambio de gobierno puede tener en la relación de fuerzas internacionales; resumirá las reacciones de las distintas potencias ante el acontecimiento, cómo juzgan el hecho diferentes periódicos, las adhesiones y/o aprensiones que despierta en los países vecinos, etc. En resumen, la nota trazará el contexto geopolítico y económico del suceso.

4. El comentario

Involucra un análisis y una opinión acerca del hecho que se comenta. Procura no solo dar información, sino también orientar al oyente, influir sobre él e inclinarlo a favor de una determinada interpretación del hecho, que se considera la justa y correcta. El comentario aprueba o condena, aplaude o censura.

(No es necesario precisar que, muchas veces, una crónica hábil es un comentario disimulado: no explicita un juicio, pero lo induce y lo sugiere).

5. El diálogo

a. El diálogo didáctico. Se señalaron ya las limitaciones y contraindicaciones de la charla expositiva. ¿Qué hacer entonces cuando se necesita explicar, exponer un tema de divulgación?

Uno de los recursos más sencillos es el programa dialogado o diálogo didáctico. Sin llegar a la complejidad del reportaje o del drama, es posible montarlo sin excesivo despliegue técnico y siempre resulta más interesante, dinámico y pedagógicamente eficaz que la charla explicativa.

Un ejemplo de este formato: un médico que dialoga con su paciente y en forma cordial, con palabras sencillas, le da información, nociones y consejos sobre distintos temas concernientes al cuidado de la salud. O bien dialoga con su enfermera o asistente, después de la consulta diaria, y comenta con ella, en términos populares y accesibles, el problema planteado por alguno de los pacientes que lo ha visitado ese día.

Otro ejemplo: el encuentro periódico de un extensionista agrícola con un campesino (o dos o tres) al que visita en su finca. Ambos conversan amistosamente, el campesino (o los campesinos) le hacen preguntas y consultas sobre los problemas que se le presentan; y el técnico, a través de un diálogo ágil, vivaz, natural, da sus orientaciones y consejos.

Por supuesto, el formato tiene sus requisitos técnicos y pedagógicos, que se examinarán en el capítulo correspondiente.

b. El radio-consultorio. Otra variante del diálogo. Un programa realizado a base de consultas de los oyentes, quienes las formulan por carta o también por teléfono.

Puede ser de carácter general, como el programa centroamericano “Escuela para Todos”, que responde a preguntas de aritmética, geografía, historia, economía, ciencias y, en fin, a todas aquellas nociones que suelen incluirse dentro del programa escolar de estudios. O también ser especializado: por ejemplo un consultorio agrícola, un consultorio jurídico, un consultorio sobre temas de salud, un consultorio para las madres que crían y desean información sobre cuestiones de puericultura, etc.

Su principal ventaja reside en que los temas reflejan intereses reales y concretos de la audiencia. Su limitación desde el punto de vista educativa es que, por su misma estructura, se ve obligado a dar nociones inconexas, parciales y fragmentarias. No permite mostrar la relación de un problema con otro, ahondar en sus causas ni dar una visión global de una cuestión. Sobre todo si la temática que atiende es amplia y general y da en cada emisión muchas respuestas sobre temas totalmente diferentes entre sí, dedicando a cada respuesta apenas unos pocos minutos; el valor educativo de estas respuestas es muy dudoso. En cambio, un consultorio sobre un tema específico (caso del consultorio rural o del jurídico) con fines prácticos de información, puede resultar de utilidad.

Conviene emitirlo a dos voces: las consultas o preguntas en una voz y las respuestas en otra. Por ejemplo, un consultorio sobre temas de puericultura puede adoptar la estructura, y antes escrita, de un diálogo entre el médico y su enfermera o asistente, la que lee las preguntas recibidas y las formula en nombre de sus remitentes. Incluso una pregunta puede dar lugar a un breve diálogo, en el cual la enfermera pide nuevas aclaraciones y ampliaciones, comenta la respuesta, saca consecuencias de ella, etc.

Si las preguntas son formuladas por teléfono, conviene grabarlas y entonces se escucha cada una en la voz del propio oyente que la formuló.

6. La entrevista

Se puede definir esquemáticamente la entrevista como un diálogo basado en preguntas y respuestas. El entrevistador es el hombre de radio, el periodista que pregunta; el entrevistado es alguien ajeno al medio que, al responder a las preguntas del primero, aporta una información, una opinión o un testimonio que se supone interesa al oyente.

Es generalmente individual: se entrevista a una persona. Pero también puede ser colectiva: se entrevista simultáneamente a dos personas o incluso a un grupo (por ejemplo, los miembros de una cooperativa agrícola, los organizadores de un evento, etc.)

Por lo común se graba antes de ser irradiada; pero hay también las que se transmiten directamente en el momento en que tienen lugar (entrevistas “en vivo”). Cuando son grabadas, se las puede editar y generalmente se las edita. Se llama edición a la selección de los pasajes más relevantes y concernientes al tema, con la consiguiente eliminación de los momentos de menor interés.

Un programa puede ceñirse exclusivamente a este formato; es posible -y ciertamente interesante- realizar un programa que, en cada emisión ofrezca solamente entrevistas (una sola entrevista por cada emisión, o tal vez dos o tres). Pero lo más corriente es que la entrevista forme parte de un programa combinado -como por ejemplo el radioperiódico, la radio-revista, el radio-reportaje- que utiliza varios formatos diferentes en cada emisión. La entrevista pasa a ser, en ese caso, uno de los elementos componentes del programa.

7. La entrevista indagatoria

Aunque la denominación pueda resultar un tanto agresiva, es la que mejor describe el carácter de este formato.

Un periodista avezado invita cada semana al programa a una personalidad (un político, un alto funcionario, un profesional con responsabilidad de dirigencia) para someterlo a un interrogatorio exhaustivo sobre un tema de actualidad, con el cual esta personalidad tiene directa relación. Por ejemplo, se ha producido una discusión pública sobre una compra de armamentos y el periodista invita entonces al senador presidente de la comisión que aprobó la compra, para darle la oportunidad de explicar su actuación.

En este tipo de programas, caben preguntas polémicas: el periodista puede recoger las opiniones adversas y, a base de ellas, hacer preguntas “duras”, cuestionadoras. El invitado sabe que esto puede suceder y, al aceptar la invitación para asistir al programa, se somete a las reglas del juego. Por supuesto, estas reglas incluyen también un trato correcto y respetuoso al invitado y la exclusión de preguntas improcedentes, como por ejemplo las que puedan involucrar su vida privada.

A diferencia de la entrevista informativa, que se procura sea breve, aquí se dispone de tiempo para formular numerosas preguntas y dar oportunidad al entrevistado para responderlas en forma extensa y detallada. Los programas de este tipo suelen durar media hora y a veces más. Asumen el carácter de tribuna de opinión pública.

Por supuesto, no se graban previamente; la entrevista se hace en el estudio y se emite directamente al aire. Algunos de estos programas prevén mecanismos para que los oyentes puedan hacer llegar sus propias preguntas, antes de la emisión o durante el transcurso de la misma.

A veces, no es un solo entrevistador el que interroga, sino un equipo de varios periodistas. En tal caso, el esquema del programa se asemeja al de una conferencia de prensa, pero centrado en un único tema.

8. El radioperiódico

Este es un formato que, en nuestra región se ha desarrollado principalmente en Centroamérica. Se atribuye su creación al ilustre escritor guatemalteco Miguel Angel Asturias, a quien se considera el fundador del primer radioperiódico.

Mientras el informativo o noticiero corriente se limita a dar un conjunto o sucesión de noticias, el radioperiódico o diario oral, tal como fue concebido originalmente, contiene y desarrolla, igual que un periódico escrito, distintas secciones: noticias nacionales, noticias internacionales, política, economía, cultura, espectáculos, sección agropecuaria, sección laboral y gremial, deportes, humor, etc. Brinda sobre cada uno de estos tópicos no solo informaciones sino también crónicas, análisis, comentarios de opinión, etc. Tiene incluso su comentario editorial. Incluye asimismo entrevistas diversas sobre distintos aspectos de la actualidad cotidiana.

Supone un equipo de periodistas especializados, cada uno a cargo de una sección determinada. Así, tendrá su comentarista político, su crítico de cine y teatro, su cronista deportivo, su encargado de asuntos gremiales, su especialista en cuestiones agrarias, etc.

Por supuesto, se transmite todos los días y siempre en el mismo horario. Algunas de sus secciones son diarias, en tanto que otras se alternan y se incluyen una o dos veces por semana. Suele durar hasta una hora; y no resulta largo, pues la gran variedad de sus secciones y su dinámica mantienen el interés del oyente a lo largo de toda la emisión.

En el fin de semana, el radioperiódico puede ofrecer un "suplemento" o edición especial con la síntesis del acontecer semanal, panoramas nacional e internacional, notas ampliadas, comentarios de fondo, etc.

Aunque en los hechos este formato se ha desvirtuado y los radioperiódicos que existen actualmente distan mucho de responder a estas características, se trata de un esquema ampliamente rescatable. Un buen radioperiódico, ágil, completo y bien hecho puede ser de gran valor informativo e incluso educativo.

9. El programa misceláneo: la radio-revista

Existe también en radio una amplia gama de programas hablados que pueden denominarse “misceláneos”, a base de temas y secciones variados. No son fáciles de definir, dado que precisamente su característica es la variedad de secciones.

Generalmente, la presencia de un conductor (o de una pareja de conductores) es la que da el carácter y asegura la unidad del programa. Algunos de ellos son predominantemente frívolos, de mero entretenimiento, ligero. Incluyen de preferencia notas sobre modas, belleza, recetas de cocina, horóscopo, curiosidades triviales, etc. Sin embargo, el formato puede adoptar, aun dentro de su modalidad miscelánea, contenidos de mayor interés informativo y educativo. Tal es el caso de la radio-revista de actualidad, un género que se ha desarrollado mucho en la radio europea y se ha adoptado también en algunos países africanos.

Así como el radioperiódico es el equivalente en radio del periódico escrito, la radio-revista es el equivalente a la revista ilustrada de actualidad. Alterna diferentes temas del momento -aunque sin ceñirse, como el radioperiódico, a las noticias del día- y utiliza en sus secciones diversos formatos: entrevistas, crónicas, encuestas, charlas testimoniales, comentarios, breves diálogos a veces también consultorios. Y generalmente intercala dos o tres piezas musicales, con el fin de amenizar aún más el conjunto (se procura que esas piezas musicales tengan relación con alguno de los temas tratados ese día: por ejemplo, a una nota sobre Brasil la precederá o sucederá una

danza o canción del folklore brasileño). Un conductor -o una pareja de conductores- lleva el programa y enlaza las distintas secciones.

Puede programarse una radio-revista dirigida a una audiencia general; pero lo más habitual es que se destine a un sector determinado. Por ejemplo, una radio-revista para la mujer, o para los jóvenes, o para el sector campesino.

El valor de este formato es que acerca al público, no informado ni especialmente interesado en un tema dado, una información sucinta acerca de él. De esa manera puede hacer saber a sus oyentes sobre la existencia de un hecho o de un problema del que de otra manera no se hubieran enterado. El programa, poco a poco, puede ir despertando inquietudes, creando conciencia e interés sobre diversas cuestiones, ampliando el horizonte informativo y conceptual de su audiencia.

Su limitación está dada por su mismo carácter misceláneo. Como debe ofrecer en cada emisión varios temas y secciones y todos ellos deben ser presentados en forma breve y ágil, no puede dar sino una visión rápida y superficial de cada uno.

10. Las mesas redondas

Son los programas a base de la participación de dos o más invitados, a fin de ofrecer a la audiencia el análisis de un problema o de una cuestión determinada.

Por lo general, los invitados son especialistas en la cuestión que se trata de dilucidar; pero también puede participar en la mesa redonda “el hombre común”, sobre todo aquél que de alguna manera vive el problema. Por ejemplo, si el tema de la mesa redonda es el funcionamiento de un servicio público, puede ser interesante que, junto a las explicaciones de los técnicos y los funcionarios, se oigan las quejas, los reclamos

y las preguntas de los usuarios del servicio; sobre un problema de educación, no solo pueden expresarse los educadores y los funcionarios de gobierno, sino también los padres de familia y los propios educandos.

Hay siempre un conductor o moderador que coordina el programa, formula las preguntas dirigidas a todos los invitados o expresamente a alguno de ellos, concede la palabra a los distintos participantes, administra el tiempo, regula la duración de la intervención de cada uno, resume los distintos aportes a las diferentes posiciones, etc.; y expone las conclusiones a las que se hayan podido llegar al término del diálogo.

Dentro de este formato, pueden distinguirse dos tipos de programas:

a. La mesa redonda propiamente dicha. Es lo que los ingleses llaman el panel. Se invita a diferentes personas para que cada una aporte su información y su punto de vista, desde la perspectiva de su respectiva especialidad. Las opiniones aquí pueden ser divergentes o coincidentes. Si hay discrepancias, se las señala y se las confronta, pero el programa no busca sistemáticamente oponer posiciones antagónicas. Su propósito es más bien aclarar una cuestión, analizarla desde diversos ángulos. Muchas veces hay convergencia de posiciones con, a lo sumo, matices de diferencia: las distintas intervenciones, más que oponerse, se complementan unas a otras.

b.- El debate. A diferencia del anterior, el programa polémico o de debate busca la discusión, la controversia. Se propone desde el inicio oponer y confrontar posiciones encontradas. Si hay un conflicto, invitará al programa a las dos partes en pugna para que expongan el problema desde su propia posición y lo discutan. Por ejemplo, si se discute un proyecto de reforma agraria, invitará a personas representativas, unas que están de acuerdo con la reforma (tal vez los políticos autores del proyecto, o los dirigentes del sector

campesino que lo apoyan) y otras que lo recusan y combaten (acaso políticos del sector opositor o propietarios de tierras).

Si en toda mesa redonda, el conductor o moderador juega un papel de gran importancia, en el caso de la discusión o debate su función es aún más compleja y delicada y requiere grandes dotes para mantener el equilibrio y la equidistancia del programa. Se requiere asimismo un esquema muy bien pensado para la regulación del tiempo, de modo que ambos grupos dispongan de tiempos iguales.

El valor de estos programas polémicos consiste en llevar al oyente la conciencia de una controversia, permitirle escuchar las dos posiciones, “las dos campanas”, e invitarlo a asumir una propia posición tras pensar en la cuestión.

11. El radio-reportaje

Junto con el radiodrama, el reportaje radiofónico constituye uno de los dos formatos más relevantes de la radio educativa. La BBC de Londres, Radio Nederland de Holanda, “La Voz de Las Américas” de los Estados Unidos, así como las emisoras de Tanzania y de otros países africanos y asiáticos, lo utilizan con gran asiduidad. El hecho ya señalado de que sea poco conocido y poco usual en América Latina, no debe retraernos de su empleo. Por el contrario, este libro habrá prestado un útil servicio si gracias a él más educadores-comunicadores aprenden a hacer reportajes y se lanzan a explorar este eficaz lenguaje.

Un reportaje es una monografía radiofónica sobre un tema dado. Cumple en radio una función informativa un tanto similar a la que cumple en el cine la película documental (los ingleses llaman al radio-reportaje *documentary*, aunque también le dan el nombre de *feature*). Podríamos compararlo también con un artículo periodístico largo; pero no solo contendría texto sino además ilustraciones, fotografías.

El radio-reportaje no es una breve exposición sobre un tema como lo es, por ejemplo, una charla, sino una presentación relativamente completa del tema. Suele durar media hora, o por lo menos quince o veinte minutos. A veces hay reportajes tan interesantes y tan variados en recursos que duran cuarenta o cuarenta y cinco minutos, sin que resulten pesados ni largos. Pero para tratar un tema con esa extensión no podemos hacer una conferencia o poner un locutor o dos, hablando todo el tiempo, sino que necesitamos desplegar una variada gama de recursos y formatos, que cumplirán a lo largo de la exposición el mismo papel que cumplen las fotografías y los dibujos en un artículo ilustrado.

a.- El reportaje a base de documentos vivos. Supongamos que nos proponemos plantear a la audiencia el problema de los ruidos molestos en la ciudad. Grabaremos sonidos reales, pondremos nuestra grabadora en los cruces de tránsito más ruidosos, en las calles de más incontrolado bullicio, etc. Realizaremos diversas entrevistas: a un ingeniero de tránsito, a un médico, a autoridades municipales, al público que sufre el estrépito. Pediremos a un neurólogo especialista en la cuestión que nos ofrezca una breve declaración o charla sobre las consecuencias que los ruidos molestos tienen para el sistema nervioso de los habitantes. Acaso organicemos una brevísima mesa redonda o panel de varios expertos sobre el tema. Luego, seleccionaremos (editaremos) de todo ese material grabado los pasajes más significativos y relevantes. Y, con todo ese conjunto de documentos, armaremos nuestro reportaje. Naturalmente, escribiremos un guión, en el que un conductor narrador llevará el hilo de la exposición, encadenará los distintos documentos unos con otros, los comentará, sacará las conclusiones.

De un modo análogo, si deseamos hacer un radio-reportaje sobre la falta de agua potable en los sectores “marginados” de la población, comenzaremos por recoger distintos documentos “de campo” -i.e., registrados in situ, en el terreno-. Nos

iremos con nuestra grabadora al grifo (“chorro” o “fuente”) que surte de agua a un sector marginal; no solo registraremos el sonido del agua que cae débilmente, gota a gota, en los recipientes de latón de los pobladores, sino que conversaremos con estos, les pediremos que cuenten sus penurias para proveerse de agua, las cuabras que tienen que caminar desde sus casas hasta el surtidor y viceversa, las veces que acuden infructuosamente para encontrarse con que ya no hay agua en el grifo. Visitaremos sus hogares y grabaremos sus declaraciones: nos dirán tal vez, por ejemplo, que ya hace años que vienen pagando por una hipotética instalación de red de agua potable domiciliaria, pero que nunca se la instalan.

Esto nos llevará a la administración del servicio público de aguas corrientes, para indagar por qué no se realizan esas prometidas conexiones. Luego, el médico del dispensario o centro de salud local nos hablará sobre las consecuencias que acarrea para la salud del barrio la carencia de agua potable: la proliferación de enfermedades infecciosas de origen parasitario, particularmente en los niños. Una maestra de la escuela del barrio nos podrá decir cuántos niños se atrasan en sus estudios a causa de las enfermedades digestivas y nos señalará su bajo rendimiento escolar, debido a su permanente estado de debilidad y morbilidad. En el Ministerio de Salud Pública procuraremos estadísticas sobre el porcentaje de hogares de la ciudad que carecen de agua potable; estadísticas asimismo sobre tasas de mortalidad y morbilidad generales y especialmente infantiles. Acaso, con un poco de malicia, inquiriremos también de un técnico, un cálculo aproximado del agua que se consume diariamente en los barrios residenciales de la ciudad, para el llenado de piscinas y el riego de jardines. Llegaremos al Ministerio o Dirección de Planeamiento para preguntar qué se está haciendo para resolver el problema, etc. Y una vez más, con ese conjunto de documentos, vertebrado por un guión que los une en la voz de un narrador, produciremos nuestro radio-reportaje.

Muchas veces, como puede apreciarse, el reportaje radiofónico adopta la forma de una investigación. Va inquiriendo, indagando, en procura de saber más sobre el tema (es la técnica que los italianos denominan *inchiasta* o los franceses *enquête periodística*) una entrevista da una pista y lleva a la entrevista siguiente. Un dato se encadena con el que lo sigue. El conductor del programa empieza casi como el oyente, sin saber mucho del tema, pero a medida que su investigación avanza, va descubriendo más y más. Hay algo de “periodista-detective” en la estructura de estos reportajes. Y el oyente acompaña al periodista en su exploración; va aprendiendo a relacionar las “pistas”. Si el productor del programa es lúcido, su reportaje no solo describirá el problema, sino que buscará sus causas, su porqué.

Evidentemente, las entrevistas son el principal alimento de un reportaje; pero no el único. Se insertan también ruidos reales grabados en el terreno, breves charlas o declaraciones testimoniales, en ocasiones mini-paneles, etc. En fin, se apela a todos los recursos documentales posibles para ilustrar el tema y darle una presentación variada y vivaz. Algunos libretistas intercalan a veces brevísimos flashes dramatizados, con actores y montaje sonoro.

Otros reportajes no se diferencian demasiado del formato misceláneo de una radio-revista; solo que todas las secciones, en lugar de tratar de temas diferentes, conciernen al mismo asunto. Por ejemplo, el presidente de un país hermano -que llamaremos Y- visita al nuestro. Entonces, dedicamos un reportaje a ese país. Incluiremos extractos (o fragmentos) grabados de un reciente discurso del presidente visitante, donde fija los lineamientos principales de su política exterior; una entrevista a un destacado escritor que forma parte de la delegación visitante, sobre el movimiento cultural actual en Y; un comentario o crónica sobre la educación en Y; cómo se está atacando el problema del analfabetismo; una charla de una compatriota que ha vivido largo tiempo en Y, sobre las

costumbres familiares en ese país, el papel de la mujer, la influencia de la tradicional mentalidad machista, etc.; una entrevista de un dirigente cooperativo que ha visitado recientemente. Y, en ocasión de un congreso y a quien interrogaremos sobre el cooperativismo agrario en Y. Intercalaremos también música: canciones típicas del folklore de Y.

Como se ve, a través de un mosaico hemos dado varias facetas de la vida actual en el país al que hemos consagrado el reportaje.

Pero esta estructura miscelánea, si bien se presta para algunos temas de carácter panorámico, no tiene, desde luego, la cohesión y la fuerza del reportaje-investigación descrito más arriba, en el cual, a partir de una inquietud, de un deseo de saber, vamos indagando y penetrando, profundizando cada vez más en el tema.

b.- A base de reconstrucciones (relato con montaje).

Supongamos que nos proponemos presentar un reportaje o documental sobre un hecho histórico, sucedido hace tiempo. Por ejemplo, la revolución que llevó a la declaración de independencia de nuestro país en el siglo pasado. Es evidente que aquí no disponemos de documentos "vivos".

O deseamos hacer un reportaje sobre un hecho contemporáneo pero de otro país. Vg., la organización de las aldeas comunitarias en Tanzania. Aquí tampoco se da la posibilidad de manejar documentos "vivos". Aunque dispusiéramos de ellos, no podríamos reproducirlos. Un discurso del presidente Nyerere puede ser muy interesante pero, aun cuando obtengamos la grabación, será en idioma suahili, en el mejor de los casos en inglés.

Incluso pueden sumarse las dos dificultades: distancia espacial y distancia histórica. Por ejemplo, ¿cómo podemos producir un reportaje sobre la obra científica de Mme. Curie?

Desde luego, podemos realizar una dramatización sobre cualquiera de estos temas. Pero no siempre el tema tiene substancia dramática, ni se presta para una dramatización. Lo que nos proponemos no es construir un drama, sino informar bien sobre un asunto, dar una visión informativa. La radio nos ofrece también recursos para hacer reportajes sobre temas de esta índole: es el tipo de reportaje que llamamos “relato con montaje”.

Volviendo al segundo de los ejemplos, un discurso del presidente Nyerere no se puede transcribir en su lengua original; pero sí se puede traducir y hacer leer extractos por un locutor o actor que personifique al gobernante tanzanio.

Utilizaremos, entonces, como en todo reportaje, un narrador (o pareja de narradores) que conducirá la exposición del tema. E iremos intercalando distintos documentos, pero ya no grabados en vivo, sino puestos en voces de actores o locutores. Así, para la reconstrucción de la revolución de Independencia, podremos reunir una serie de citas históricas: escritos de personajes de la época, crónicas, discursos de los héroes de la revolución, etc. Hacemos una buena selección de estos documentos y los vamos insertando a lo largo de la narración, Serán como las citas en un texto escrito. Y, así como las citas se ponen en bastardilla o en negrita para destacarlas del texto, aquí utilizamos el recurso sonoro de ponerlas en otras voces; y acaso, en ocasiones, con resonancia o con un fondo musical.

También necesitamos ilustraciones, grabados. Entonces, algunas breves escenas las presentamos dialogadas, dramatizadas e interpretadas por actores. Reconstruimos una batalla con efectos sonoros. Como se ve, el relato montado utiliza algunos recursos del radiodrama (ya hemos dicho que los formatos radiales se combinan y se entremezclan); pero se diferencia de él en que no se desarrolla una acción dramática sino que se centra en un enfoque periodístico y se basa en un relato como eje.

Para montar un reportaje sobre Mme. Curie nos valdremos también de citas: escritos de la propia protagonista -pasajes autobiográficos, etc.,- recuerdos y testimonios de sus contemporáneos. Apelaremos también a algunas breves escenas dialogadas como instantáneas sonoras. Música polaca y francesa nos darán el marco musical evocativo.

Para hablar de las aldeas comunitarias de Tanzania, contamos con los ya mencionados extractos de un discurso alusivo de Nyerere puestos en la voz de un actor; con crónicas de viajeros que visitaron esas aldeas y relatan sus impresiones; con el testimonio de un habitante de una de dichas aldeas, que compara su vida de antes con la actual; con ese relato podemos construir una entrevista imaginaria, intercalándole preguntas pertinentes y haciendo que los párrafos de su testimonio aparezcan como respuestas a esas preguntas (sí: también una entrevista se puede montar). Contamos asimismo con las canciones de esas aldeas, tan sugestivas en su música y cuyo expresivo texto podemos traducir e ir haciéndolas decir en español, sobre las voces del coro nativo, para que el oyente se entere de su significado y aprecie su hermoso mensaje comunitario.

12. El radiodrama

Ya en el capítulo 2 hemos analizado extensamente las importantes ventajas de este formato (cfr. pg. 91). Es el más activo; y, paradójicamente, siendo la más de las veces una ficción, es el que más se acerca a la vida real. En lugar de un locutor que narra una historia, los personajes de la historia se animan y hablan por sí mismos, en las voces de los actores que los encarnan. La historia puede ser real o imaginaria; pero en uno u otro caso, el oyente se sentirá involucrado en ella; identificado, consubstanciado con el problema que la pieza dramática desarrolla y con los personajes que la viven.

Si la obra “suena” a vida real, si se relaciona con situacio-

nes, ambientes y hechos que son familiares al oyente, mantener la atención de éste con un radiodrama es más fácil que con cualquier otro formato; y es también más fácil lograr su participación intelectual y emocional. De ahí que el radioteatro aparece como especialmente indicado para dos fines:

1) para plantear un problema, para mostrar un conflicto y enfrentar al oyente a una opción;

2) para vehicular un mensaje.

Sin embargo, este mensaje debe ser sugerido, insinuado; estar implícito en la acción dramática y surgir de la acción misma. Un radioteatro que culmine con una moraleja explícita y que desemboque en un sermón o en una arenga, se desvirtúa o estropea. Es el oyente quien debe extraer el mensaje sobre el que deseamos que reflexione.

Podemos distinguir tres tipos de programas realizados con radiodrama:

a.- Unitario. La acción comienza y termina en esa única emisión. Al igual de lo que acontece en una obra de teatro, los personajes no tienen continuidad posterior: son creados en función de esa irradiación independiente. La pieza radiofónica constituye una unidad en sí, no forma parte de un conjunto. Como género literario, equivale al cuento.

Sin embargo, si se lo desea, es posible organizar un programa a base de radioteatros unitarios que tengan una cierta unidad, si las piezas que lo integran tienen algo en común. Por ejemplo, "Historias de jóvenes". O si transcurren en un mismo escenario -por ejemplo, un barrio popular- aunque los personajes cambien en cada historia y las historias mismas sean de diversa temática y carácter.

b.- Seriado. Como en el caso anterior, cada capítulo

presenta una trama independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores (a lo sumo, si alguna historia es muy extensa, se la presenta excepcionalmente en dos o tres capítulos); pero hay un personaje central o un grupo de personajes que es fijo y permanente y da continuidad a la serie. Es el caso de series tales como “El padre Vicente (diario de un cura de barrio)”, “Mi tío Juan”, “Mi camión, la gente y yo” (personaje fijo, el camionero), “Del brazo con los Varela” (personajes fijos, los miembros de la familia Varela).

A veces, son la estructura y la temática de la serie las que dan su carácter de tal. Así en la serie “Cosa juzgada” no había personajes fijos, pero todos los capítulos presentaban casos judiciales reales e implícitamente invitaban al oyente a formular su propio juicio y a cuestionar la sentencia dictada por los jueces. En una serie que dramatice la historia de un país, tampoco hay un personaje fijo; pero sin embargo el radiodrama es seriado, porque se puede decir que hay un personaje protagónico permanente, aunque ineludible y abstracto: el país mismo, su historia. Además, los distintos episodios históricos habrán sido seleccionados con un determinado criterio, lo que imprimirá unidad al conjunto; como se la dará también la forma de presentar esos diferentes episodios.

c.- Radionovela. La clásica novela en muchos capítulos, con una trama continuada. Hay que escucharla íntegra o casi íntegra; si se pierde algún capítulo, es difícil reubicarse y seguir el argumento; si se pierden varios capítulos seguidos, casi imposible. Además de este inconveniente, se hace mucho más difícil dar un carácter educativo a esta estructura continuada, porque la necesidad de mantener el “suspenso” dramático y dejar el interés pendiente al final de cada capítulo, obliga a forzar las situaciones y lleva a caer fácilmente en el efectivismo y hasta a veces en el melodrama.

Por las razones anotadas, para fines educativos, el más

recomendable de los tres tipos de radiodramas es el seriado. No exige escuchar todos los capítulos, no impone una atadura como la radionovela; pero al mismo tiempo tiene personajes o elementos permanentes que da unidad al conjunto; que, sin atar al oyente, lo motivan para seguir escuchando el programa y hacen que se identifiquen más con él. Así, el radiodrama seriado establece con su audiencia una comunicación más perdurable, más honda y cálida que el radiodrama unitario.

No obstante, no hay que desechar tampoco del todo la estructura radionovelada. La adaptación radiofónica de buenas novelas de la literatura nacional, latinoamericana o universal, o la presentación de vidas noveladas (biografías) puede justificar y redimir su empleo. Después de todo, en el siglo pasado, en la época del gran auge del folletín y de las novelas publicadas por entregas, vemos a grandes escritores -un Dostoievsky, un Balzac- que publican sus magistrales novelas primero en forma de folletín, en entregas periódicas.

2. LA PRÁCTICA DE LOS FORMATOS

La elección del formato

¿Qué formato debemos elegir para nuestro programa?

La respuesta es: el que mejor se adecue a la temática que nos proponemos tratar. Si los temas tienen sustancia dramática, empleemos el radiodrama; si son más bien expositivos (información, divulgación de conocimientos), optemos por el reportaje, o, por el diálogo didáctico o por la entrevista. En uno u otro caso, lo importante es que imprimamos siempre variedad, que utilicemos recursos radiofónicos. Que pongamos inquietud, creatividad, para lograr una emisión dinámica e interesante; que no caigamos en la clásica y rutinaria exposición monologada. Aun ésta puede tener otra vida si empleamos efectos sonoros bien integrados al asunto, si

intercalamos fragmentos de entrevistas, etc. Si buscamos, en síntesis, la elaboración radiofónica de nuestro material.

Programas “caros” y “baratos”

Como razón para justiciar el no hacer programas dinámicos -tales como radiodramas o radio-reportajes- muchas veces se alega el hecho de que son más caros.

En el caso de los radiodramas y de otros formatos afines, se alega asimismo que estos requieren actores; y que en muchas partes no se dispone de ellos, por no existir en el lugar tradición teatral.

Examinemos ambos argumentos

Los costos. Es cierto que los programas dinámicos son más caros en términos de dinero y de recursos humanos. Requieren más personal y mayor dedicación de tiempo. Pero hay que ver la relación costo-beneficio.

En radio, como en todo medio de comunicación de masas, el costo real no está dado por el presupuesto de la emisión en cifras absolutas, sino por el costo relativo, per cápita, resultante de dividir el monto de la inversión por el número de oyentes alcanzado (cobertura). Si un programa cuesta el triple que otro, pero atrae y lograr nuclear e interesar a una audiencia seis veces más numerosa, su costo real (costo per cápita) es, en realidad, dos veces menor. Y si además, como se ha visto, un programa dinámico resulta tanto más educativo, en términos de costo-beneficio habrá que evaluar también los frutos que deja en esa audiencia.

En consecuencia, un buen programa puede costar más, pero en realidad no ser más caro, sino constituir por el contrario la inversión más económica. En función de los resultados, quizá sea preferible limitarse a producir dos

buenos programas por semana que ofrecer todos los días media hora de rutina.

Por otra parte, muchos servicios de radioeducación tal vez debieran rever los criterios con que elaboran sus presupuestos. Quizá, comparada con las partidas que destinan a instalaciones técnicas, personal y servicios administrativos, etc., estén dedicando una parte demasiado pequeña a la producción. De nada vale tener una gran emisora de muchos kilovatios, si los programas que irradia son pobres y poco interesantes. Una redistribución más racional de los recursos permitirá atender mejor el rubro que debiera ser el número uno en toda planificación presupuestal de radio educativa y cultural: el destinado a la elaboración y producción de buenas emisiones.

No siempre, entonces, es problema de falta de dinero, sino de equivocada distribución de los recursos económicos totales disponibles. No vale la pena gastar dinero en la distribución de un producto mediocre.

Los actores. La escasez de actores es también un hecho muchas veces real. Pero si no los tenemos, podemos formarlos. No es necesario contar siempre con actores de radio profesionales; a veces para fines educativos, tienen más vicios que cualidades. Pero quizá se pueda lograr el concurso de actores de teatro vocacional o independiente. Y acaso, por añadidura, ellos estén dispuestos a actuar por una paga bastante menor que los profesionales, con lo cual el problema del costo de los programas se atenuará en gran parte.

Si se pide la colaboración de estos actores no-profesionales para programas insípidos y pueriles, difícilmente se prestarán; pero si se los invita para actuar en programas con libretos interesantes y con contenidos que valen la pena, estos podrán encontrar para su actuación radial el mismo aliciente que los lleva a hacer teatro (donde también actúan por vocación, sacrificadamente): el placer de actuar para el público repre-

sentando un buen texto y el prestar un servicio a la educación y a la cultura populares.

Naturalmente, estos actores tendrán que aprender el oficio radiofónico, ya que actuar por radio es muy diferente que hacer teatro sobre su escenario; pero, bien orientados y guiados, seguramente casi todos podrán aprenderlo.

Los concursos, los premios

Habrà tal vez llamado la atención la ausencia, en nuestra enumeración de formatos básicos, de algunos que son usuales en radio. Por ejemplo: no mencionamos los programas de tipo "concurso", con participación de los oyentes y premios en dinero o en mercancías.

Este formato, en efecto, es común en radio; pero no lo incluimos porque nuestro propósito era el de recapitular los géneros aptos a los fines educativos y culturales; y los concursos con premios presentan desde este punto de vista los más serios reparos.

Aun aquellos creen ser educativos y culturales porque se basan en el mecanismo de preguntas y respuestas sobre temas de conocimientos generales, premian en realidad la erudición y la memoria, no el verdadero saber; el archivo mental de datos, nombres y fechas, no la capacidad de razonar y de relacionarlos. Contribuyen así a dar una imagen falseada y deformada de lo que es la verdadera cultura.

En cuanto a la participación de los oyentes, ésta se torna en una pseudo-participación, ilusoria y puramente mecánica. Se reduce a contestar preguntas. Ciertamente la participación del oyente es uno de los objetivos que debe perseguirse prioritariamente en radio educativa; pero debe ser una auténtica participación, que permita a los sectores populares expresarse y hacer un aporte creativo.

Por otra parte, al basarse en la disputa de premios, estos programas apelan a uno de los mecanismos más anti-educativos: la competencia individual. Y, por añadidura, la competencia con fines de lucro. Vemos con preocupación el hecho de que algunos programas educativos, para estimular la colaboración de los oyentes, organizan concursos y ofrecen recompensas económicas. Si Ud. realmente desea hacer educación por radio, sopesese bien el efecto de este recurso. Puede ser deformante y echar a perder en buena medida el propósito educativo que su programa persigue. Lo educativo y lo mercantil no suelen conjugarse bien.

El humor

Tampoco hemos mencionado explícitamente el humorismo. Cabría hacerse la pregunta: ¿un programa educativo, tiene que ser siempre serio? Ciertamente, no. Por el contrario, creemos que el humor bien manejado puede ser un recurso educativo válido y fértil.

Hemos incluido dentro de los géneros educativos, el radiodrama, o radioteatro. Y éste no tiene por qué ser siempre necesariamente serio. Puede muy bien ser también una comedia. Desde sus orígenes, el teatro tuvo siempre sus “dos carátulas”, la trágica y la cómica. Piénsese en el indudable valor educativo de las comedias de Aristófanes y Plauto las que, aplicando el adagio (“castigat ridendo mores”), supieron fustigar las costumbres, ideas y actitudes de sus contemporáneos por medio de la risa. O en la demoledora eficacia con que Molière ridiculizó y cuestionó en sus comedias los prejuicios y los falsos valores de su tiempo. Y ya en nuestros días ¿quién puede negar que Charles Chaplin ha sido uno de los grandes educadores del siglo XX? Muchas veces, en una breve tira de Mafalda, encontramos un mensaje educativo cuestionador, formulado en un estilo agudo y contundente.

La broma, el chiste, la ironía, la sátira, pueden ser recursos educativos muy eficaces. Se puede crear, por ejemplo, un penetrante radioteatro risueño, cuyos protagonistas sean los miembros de una familia “moderna” que se deja manipular por la publicidad y dominar por los hábitos y patrones de la sociedad de consumo, comprando a granel cosas innecesarias; llenándose de deudas para vestir siempre a la última moda; imitando ridículamente en su hablar y en su actuar los modelos impuestos por la televisión; cuyos hijos son fanáticos (fans) de los ídolos populares y viven pendientes de ellos, etc.

Naturalmente, un libretista que quiera cultivar el humor, tiene que estar bien dotado para ese género difícil. Una broma está muy bien si es una buena broma; un chiste puede ser un buen recurso si es un buen chiste. Así como el radiodrama se ha corrompido por los malos melodramas de la soap opera, así también el humor en radio es muchas veces bastardeado por tantos “programas cómicos” vacíos de contenido, chabacanos, groseros, de mal gusto. Pero en manos de un libretista capaz de hacer humor con auténtica gracia y a la vez con contenido y con sentido crítico, el humorismo y la comedia tienen sin duda su lugar en la radio educativa, tal como aquí la hemos definido y la entendemos.

La relatividad de los formatos

Para finalizar este capítulo, quisiéramos insistir en la necesidad de no atenerse a una rígida clasificación de formatos. Ya se ha visto el peligro y el error de hablar de “programas culturales” y “programas de entretenimiento” como categorías independientes. Otro tanto cabe decir de los formatos. Es necesario conocerlos, para así disponer de variados instrumentos de expresión y tener una visión de las distintas posibilidades que brinda la radio; pero diferenciar en exceso los programas hablados y los musicales, los periodísticos y los radiodramatizados, como si fueran compartimentos estancos no compatibles, puede resultar limitante.

Los formatos son relativos. No siempre se dan ni deben darse químicamente puros. En manos de un libretista creativo pueden dar lugar a combinaciones múltiples, difíciles de enmarcar en ninguna clasificación, pero no por ello menos válidos. Por ejemplo, el programa “Jurado 13”, del cual incluimos algunos capítulos en este libro, es un radiodrama por sus recursos formales y a la vez tiene mucho de reportaje periodístico por sus contenidos. Es posible, pues, crear programas que entren en dos clasificaciones y sean, como en el caso mencionado, dramáticos y periodísticos a la vez.

Precisamente para ilustrar esta posibilidad de ser creativos, por encima de las clasificaciones y subrayar la diversidad y posibilidades múltiples del lenguaje radiofónico, el primer ejemplo que presentamos en este libro es uno de aquellos que se resisten a ser encuadrados en uno de los doce formatos previamente catalogados. Es un programa musical y hablado a la vez. Utiliza y combina hábilmente dos componentes: la música y la palabra, la canción y el radiodrama. O acaso sería más exacto decir que emplea la palabra hablada y la palabra cantada.

La serie “Cantos con sabor a vida” incorpora la música, ya no como atmósfera o ambientación de un drama, ni menos aún en la forma corriente en que suelen intercalarse piezas musicales y canciones en los programas misceláneos, como intervalos o descansos; en esta serie, la canción pasa a ser protagonista, elemento central. En el repertorio latinoamericano actual, existen muchas canciones populares de texto sugestivo y valioso contenido; pero que, en ese ininterrumpido “bombardeo” musical que la radio descarga sobre el oyente, pueden pasar un tanto inadvertidas, convertirse en una melodía más y ser oídas sin escucharse su mensaje. La serie se propuso, entonces, valorizar esas canciones. A tal fin, la autora creó para cada una, una breve acción dramática inspirada en el texto de la canción. Esta facilita al oyente la captación del significado de la canción, de su contenido y su

mensaje; y la convierte en estímulo para una reflexión.

A la vez, el programa se beneficia con la riqueza de un lenguaje tan expresivo y universal como lo es el musical, a través del aporte de canciones populares bien seleccionadas y de hermosa e inspirada melodía.

La serie está compuesta de cuarenta emisiones de nueve minutos de duración, de las cuales el ejemplo incluido aquí corresponde a la canción del autor argentino Horacio Guarani “No sé por qué piensas tú”, sobre los conocidos versos de Nicolás Guillén. Naturalmente, la lectura del libreto solo da una pálida idea del programa: por el papel que juega aquí la música, el conjunto solo se aprecia al ser escuchado y no leído; pero esto mismo confirma su condición de obra radiofónica, creada para un medio auditivo. Se transcribe aquí el texto íntegro de la emisión, con su presentación o apertura, que iniciaba cada uno de los capítulos y que incluía una estrofa recitaba del poema “El payador perseguido” transcrita en la voz de su autor, el conocido compositor e intérprete argentino Atahualpa Yupanqui.

Ejemplo 1: Radiodrama musical

“No sé por qué piensas tú”

Serie : CANTOS CON SABOR A VIDA
Emisión N° : 13
Autora : Ana Hirsz
Producción : SERPAL
Disco : SERPAL N° 3004 - Lado A, Banda 1
Duración : 8:28

Personajes

- Relator
- Soldado
- Obrero

CONTROL INTRODUCCIÓN DE GUITARRA:
FRAGMENTO DE “EL PAYADOR PERSEGUIDO” DE
ATAHUALPA YUPANQUI SOBRE LA GUITARRA SE OYE
LA VOZ DE YUPANQUI (TRANSCRIPCIÓN)

1 YUPANQUI Dicen que no tienen canto

los ríos que son profundos
 mas yo aprendí en este mundo
 que el que tiene más hondura,
 canta mejor por ser hondo
 y hace miel de su amargura.

CONTROL DESVANECE GUITARRA Y FUNDE CON
SEGUNDO TEMA DE GUITARRA FRAG-
MENTO DE “PAISANO ERRANTE” DE
YUPANQUI, BAJA Y QUEDA DE FONDO.

LOCUTOR Este es un programa de la serie “Cantos con sabor a vida”.

2 CONTROL FUNDE CON TEMA 3°: “LA CUARTELERA”,
ZAMBA TRADICIONAL, POR E. FALU
(GUITARRA), BAJA Y QUEDA DE FONDO.

- LOCUTOR Hoy, “No sé por qué piensas tú”, versos de Nicolás Guillén, música de Horacio Guaraní.
- CONTROL SUBE GUITARRA, BAJA Y DESVANECE
SOBRE:
- EFEECTO GRAN TUMULTO: GRITOS, CORRIDAS,
GOLPES, SILBATOS, BAJA Y QUEDA DE
FONDO EN 2° PLANO; DURANTE EL
RELATO, SUBE POR MOMENTOS.
- RELATOR Es una calle cualquiera, de una ciudad cualquiera de nuestra convulsionada América. Una vez más, los hombres se enfrentan. De un lado, los representantes de la ley. ¿De la ley?, ¿de qué ley?, ¿de la ley del más fuerte?, ¿del más poderoso? Del otro lado: el pueblo. El pueblo que trabaja, que sufre, que nunca tiene bastante pan. Sí, es una calle cualquiera de cualquier ciudad de nuestra América. Dos hombres se enfrentan. ¿Por qué se enfrentan?, ¿es que son distintos?, ¿es otro su color, es otro su origen, es otra su vida? No, son iguales. Iguales en el color, iguales en el origen, iguales en la pobreza. Sin embargo, en la mano de uno hay una piedra presta para ser arrojada. En la del otro, un machete pronto a caer.

- EFECTO VUELVE A PRIMER PLANO EL TUMULTO.
DE PRONTO, UN GOLPE MUSICAL DRA-
MÁTICO DE GUITARRALO DETIENE Y EN
EL SILENCIO SE OYE EL FORCEJEJO DE
- 4 DOS HOMBRES QUE LUCHAN.
- SOLDADO ¡Suelta esa piedra, hijo de perra!
- OBRAERO ¡Suelta tú ese machete, caracho!
- EFECTO FORCEJEJO; GRITO DE DOLOR DEL
OBRAERO, CUERPO QUE CAE A TIERRA.
- SOLDADO ¡Te dije que la soltaras, hijo de perra!
(PAUSITA) ¿Qué?, ¿qué me miras así? ¿Quiere
que te rompa la jeta, además del brazo?
- RELATOR Sí. Dos hombres están enfrentados: uno, re-
presentante de la “Ley”, con el machete
levantando, dispuesto a seguir golpeando. El
otro, caído en el suelo, con su brazo roto,
mirando, mirando a ese hombre: “su herma-
no”. ¿Qué hay en la mirada del caído que hace
detenerse en el aire el machete del soldado?
- SOLDADO (CON UNA RABIA EN LA QUE EMPIEZA
A NACER LA DUDA)
¿Por qué me miras así? ¿Qué quieres?
- 5 CANTOR A CAPELLA (SIN ACOMPAÑAMIENTO)
CANTA:
No sé por qué piensas tú,
soldado que te odio yo

si somos la misma cosa,
yo, tú.

Tú eres pobre, lo soy yo,
soy de abajo, lo eres tú.
De dónde has sacado tú,
soldado, que te odio yo.

SOLDADO (REPITE, AHORA CON CIERTA
ANGUSTIA)

¿Por qué me miras así? ¿Qué quieres?

SOLDADO Sí, te conozco muy bien. Eres uno de los que
estuvieron armando lío en la puerta de la
fábrica.

OBRERO ¿No me conoces? ¿No te acuerdas de mí?

SOLDADO No, no te conozco. Pero no...espera. Me pare-
ce que sí... me parece que nos conocimos hace
muchos años...

OBRERO Sí, hace muchos años, cuando los dos éramos
niños.

SOLDADO Sí... sé, ahora me acuerdo, cuando éramos
chicos y vivíamos en...

OBRERO En la misma barriada. Tú y yo juntos, en la
misma barriada. ¿Te acuerdas? Siempre te-
níamos hambre y nos íbamos juntos a los
barrios de los ricos, para ver si conseguíamos
algo para ayudar en la casa y para calmar el
estómago. Entonces los dos éramos pobres.

Ahora en cambio...

SOLDADO Ahora en cambio, ¿qué? Yo soy pobre y sigo viviendo en una barriada. ¿Y tú?

OBRERO Sigo viviendo en la misma barriada. Solo que ahora tengo hijos...y son ellos los que tienen hambre.

RELATOR Dos hombres, uno con una piedra en la mano. El otro con un machete. (LENTAMENTE). Estaban hablando, estaban recordando...

6 Y estaban descubriendo que eran hermanos.

7 GUITARRA IRRUMPE CON LA INTRODUCCIÓN A LA CANCIÓN

CANTOR (AHORA CON ACOMPAÑAMIENTO DE GUITARRA):

No sé por qué piensas tú, / soldado, que te odio yo si somos la misma cosa / yo, tú.

Tú eres pobre, lo soy yo,
soy de abajo, lo eres tú.

De dónde has sacado tú, / soldado, que te odio yo. / Me duele que a veces tú

te olvides de quién soy yo;

caramba, si yo soy tú / lo mismo que tú eres yo

Pero no por eso yo / he de malquererte tú.

Si somos la misma cosa, / yo, tú.

No sé por qué piensas tú,
soldado de que te odio yo.

Ya nos veremos yo y tú / juntos en la misma
 calle, / hombro con hombro tú y yo,
 sin odios ni yo ni tú. / Pero sabiendo tú y yo
 adonde vamos yo y tú. / No sé por qué piensas
 tú, / soldado que te odio yo
 si somos la misma cosa / tú, yo.

CONTROL PAUSA; TEMA DE "LA CUARTELERA" /
 BAJA Y QUEDA DE FONDO.

LOCUTOR Fue un programa de la serie "Cantos con
 sabor a vida" presentado por SERPAL. Hoy,
 con "No sé por qué piensas tú", canción de
 Horacio Guaraní sobre versos del poeta
 Nicolás Guillén.

CONTROL SUBE GUITARRA Y DESVANECE HASTA
 PERDERSE.

Comentarios:

He aquí cómo en tan solo ocho minutos es posible dar un
 mensaje hondo y una acción radiodramatizada, en la que se
 conjugan canción, personajes dramáticos, efectos sonoros.

1. La transcripción, un recurso típico del radio-reportaje,
 cumple aquí una función artística. Otro pequeño ejemplo que
 ilustra la combinación de recursos y formatos.

2. Una presentación de programa musicalmente compleja
 y rica, combina tres temas musicales diferentes. La unidad

está dada por el instrumento ejecutante, en los tres fragmentos utilizados, -la guitarra- y por el uso de temas de una misma región geográfica.

3. Una enumeración que parecía reiterativa, cobra valor al cambiar el último sustantivo y aparecer la palabra “pobrezza”. Toda la frase parece así preparada para valorizar esa palabra, que jugará un papel muy importante en el diálogo posterior, como lo juega en la canción misma de Guillén-Guaraní.

4. Tras el tumulto, ahora el forcejeo jadeante de los dos hombres que luchan y que cobra toda su fuerza en medio del tenso silencio. De un plano general venimos a un primer plano. Tras “mostrarnos” una multitud anónima y sin rostro, el micrófono nos pone ahora ante la dimensión humana de los dos contendientes.

5. En medio del enfrentamiento, la voz del cantor (a capella) responde a esa rabia del soldado “en la que ha empezado a nacer la duda”. La canción habla por el obrero caído en el suelo y habla por el oyente, que se identifica con ella. Dice en poesía y arte lo que la situación humana pedía y ha venido preparando.

6. Las últimas palabras del relator cierran la escena sobriamente. Lo dicen todo; no es preciso añadir más. No hay un “final”: es el oyente el que vivirá la situación y sentirá y reflexionará el mensaje.

7. Inmediatamente, sobre las palabras finales del relator, irrumpe la guitarra con la introducción de la canción, que aquí opera como vigorosa “cortina musical”. Y luego, íntegra, la canción misma, estrechamente ligada conceptual y emocionalmente a la acción que la precedió, y que ha preparado el marco para que ella adquiera ahora toda la fuerza de su mensaje de fraternidad humana.

Nota importante

Para aprender a hacer radio, es fundamental oír radio. De ahí la conveniencia de que el estudiante no solo lea los libretos incluidos en este libro, sino que también los escuche realizados.

A fin de posibilitar ese aprendizaje, para la mayoría de los ejemplos que incluimos en esta obra, hemos seleccionado emisiones que están grabadas y cuyas grabaciones es posible obtener. Las producciones SERPAL (Servicio Radiofónico para América Latina) pueden conseguirse en discos o en cassettes, solicitándolas al representante local de dicha institución.

Hay representantes (coordinadores) de SERPAL en casi todos los países de América Latina. Si el lector no conoce la dirección del representante en su zona, puede solicitarla a:

SERPAL
Am Kiefernwald 21
D 8000 München 45
República Federal de Alemania

Una vez obtenida la grabación, la mejor forma de realizar un aprendizaje provechoso es oírla con el texto a la vista y seguir simultáneamente la audición y la lectura. Así se aprecia la forma en que el libretista indica los detalles del diálogo y los efectos que se están escuchando y cómo la realización traduce, mediante diferentes recursos técnicos, las intenciones del autor.

CAPÍTULO 6

MÚSICA, SONIDO, EFECTOS

La radio -aun la hablada- no es solo palabra. Es también música y sonidos. Ya se ha visto (cfr. cap. 2) que el radiofónico es un medio particularmente sugestivo; y, que debemos emplear esa capacidad de sugestión que le es propio. Se ha visto también que, para compensar la unisensorialidad del medio, es menester suscitar en nuestras emisiones una variada gama de imágenes auditivas. A través del oído tenemos que hacer ver y sentir las cosas al oyente.

Pues bien: en la producción de esas imágenes auditivas, la música y los sonidos serán nuestros dos preciosos auxiliares. Los sonidos nos ayudarán a que el oyente “vea” con su imaginación lo que deseamos describir; la música, a que sienta las emociones que tratamos de comunicarle.

1. LA MÚSICA

Funciones de la música

a.- Función gramatical (como signo de puntuación). En programas expositivos (vg. un radio-reportaje), ponemos trozos de música para separar secciones o bloques de texto, para pasar de un asunto a otro.

Una frase musical larga tendrá la misma función que la raya o guión que trazamos entre dos pasajes de un artículo,

para indicar que damos por terminado un aspecto de nuestro tema y nos disponemos a pasar a otro (de ahí que en algunos países a esas inserciones musicales se les llama “guiones”). De ese modo, al tiempo que damos un pequeño descanso o “respiro” al oyente, le advertimos que “vamos a dar vuelta a la página”, que se prepare mentalmente a una mutación.

Otra frase musical más breve cumplirá la función de un punto aparte: separará dos párrafos de un mismo bloque o sección.

En los radiodramas, igualmente, la música separa las escenas, marca los traslados de lugar y/o las transiciones de tiempo. Actúa, pues, como el telón en el teatro entre un acto o cuadro y el siguiente. Por eso, traduciendo mal la palabra inglesa *curtain*, que significa cortina pero también telón, se llama a estas separaciones “cortinas musicales” (su designación más apropiada sería “telones musicales”).

En resumen, la música se intercala para ir marcando las diferentes fracciones de que está compuesta la emisión y para distinguir unas fracciones de las otras.

b.- Función expresiva. Al mismo tiempo que separa escenas o pasajes, la música comenta lo escuchado, contribuye a suscitar un clima emocional. Esta es la función principal de la música en programas hablados: crear una atmósfera sonora. La cortina que da fin a una escena puede ser alegre o triste, agitada o plácida; lírica o épica; tensa, vivaz, melancólica, fúnebre; sugerir esperanza o abatimiento; dar sensación de luminosidad o ser sombría. Tanto o más que en el cine, el comentario musical ayuda a crear en torno a las palabras, el ambiente peculiar requerido para provocar en el oyente una determinada identificación emocional.

De ahí la necesidad de que en nuestros libretos no nos limitemos a indicar meramente “música” o “cortina musi-

call, sino que precisemos también lo que queremos que la música exprese, el carácter del comentario musical que se requiere, la atmósfera determinada que esa cortina debe crear.

La música no solo subraya el clima emocional de las situaciones, sino también el carácter de los personajes: una escena donde predomina un personaje servicial, solidario, fraternal, culminará bien con un tema musical de sencilla nobleza, impregnado de cierta ternura; otra donde hemos presentado a un tipo atildado, afectado, lleno de remilgos, podrá ser subrayada irónicamente con un minué cortesano, dieciochesco....

Naturalmente, es en el radiodrama donde la música juega más esa canción expresiva; pero a veces también un radioreportaje, un relato con montaje, una charla vivencial, etc., se benefician con esa atmósfera que la música sugiere.

c.- Función descriptiva. La música no solo expresa estados de ánimo, sino que muchas veces nos describe un paisaje, nos da el decorado de un lugar. Si queremos ubicar la escena en un país determinado, podemos recurrir a un tema musical típico de ese país; si nos trasladamos a una época pasada, música de esa época nos ambientará y situará. Para una escena a orillas del mar, acaso la música descriptiva y poética de *La mer* de Debussy hará sentir al oyente la atmósfera marina. La alegría cantarina de una fuente con sus juegos de agua podrá ser descrita con un pasaje bien elegido de *Las fuentes de Roma* de Respighi; el aspecto guerrero marcial de un ejército marchando será pintado por la música de "la vía Apia" en *Los pinos de Roma* del mismo autor.

A veces, la música describe tan bien una sensación sonora que llega incluso a sustituir con ventaja al sonido real y no hacerlo necesario. La música del ballet **La fundición de acero** dice más que el sonido real grabado de las máquinas de

una fábrica; el paso de un pequeño tren rural está muy bien musicalizado por Villa Lobos en la segunda de sus **Bachianas Brasileiras**.

d.- Función reflexiva. Además, esas pausas musicales que introducimos como signos de puntuación y a la vez como comentarios emocionales, sirven también para que el oyente tenga tiempo de recapitular lo que acaba de escuchar y de reflexionar sobre ello, antes de continuar escuchando la historia o la exposición. A veces, en un radiodrama, después de una escena en que los personajes han discutido y si la discusión es rica en contenidos, pondremos una cortina musical larga para que nuestra audiencia piense por un momento en lo que acaba de oír. Lo propio haremos en un radio-reportaje tras una entrevista en donde el entrevistado ha dicho cosas nuevas e importantes. Incluso tal vez preferimos en esos casos temas musicales más bien lentos y llanos -adagios, andantes- que inviten a esa reflexión y la favorezcan.

e.- Función ambiental. Para completar esa enumeración, nos resta añadir que a veces ponemos música porque la escena real que estamos reproduciendo la contiene. Por ejemplo, si nuestros personajes se encuentran en una fiesta y están bailando, debemos oír la música a cuyo compás ellos danzan; si están en un concierto, oiremos la música que se ejecuta en él; si se hallan en un parque de diversiones, es natural que escuchemos la música de la calesita y de la banda del circo.

En estos casos, la música es un sonido del ambiente. Pero a veces no por eso deja de contribuir a la atmósfera que deseamos crear. Si nuestros personajes se encuentran conversando en un bar y está encendido el aparato de radio, la música popular que éste difunde en ese momento puede ser, a nuestra elección, animada o melancólica, según el clima del que queramos rodear la conversación. Si unos muchachos de la esquina están reunidos y uno se pone a tocar su armónica, puede tocar música triste o alegre, según la situación y el diálogo lo pidan.

En uno de los capítulos de “Jurado 13”, una barriada muy humilde festeja con regocijo un acontecimiento: el hijo de uno de los vecinos del barrio se ha recibido de abogado. En la escena de la fiesta, en medio de las voces animadas y felices de todos, se oye la música de un acordeón tocando un tema popular vivo y alegre. Pero, posteriormente, el joven defrauda las esperanzas del barrio; llevado por la ambición de escalar posiciones y “hacer carrera”, rompe con sus viejos amigos, se desolidariza de los problemas de sus vecinos, se avergüenza de sus padres. Y en ese momento, reaparece el acordeón tocando el mismo tema de la fiesta, pero ahora en tiempo lento y con tonalidad triste. Así la música dice cómo la alegría de esos padres y sus vecinos se ha transformado en decepción, en amargura, en frustración. La música ambiental cobra ahora una significación expresiva.

Tipos de inserciones musicales

Característica: un tema musical apropiado que identifica al programa. Se le llama también “tema de presentación”. Va al comienzo de todas las emisiones y generalmente también al final de las mismas, en el saludo de despedida. Es el logotipo, el membrete del programa; su carátula sonora y por lo general también su contratapa.

Introducción o apertura. Tras el anuncio de presentación, a veces, al entrar en materia, abrimos la emisión con un tema musical. Es como el levantarse el telón. Al mismo tiempo, comunica la atmósfera de la emisión o la de su escena inicial.

Cierre musical. Música de cierre de la emisión. Es como el punto final de un escrito, como la bajada de telón sobre el final de la pieza, como la palabra “fin” al terminar la película. Generalmente, se usan los compases finales de una obra musical; pero si no se consigue un final de obra que se avenga con la atmósfera de la última escena, se recurre a un pasaje

adecuado que tenga carácter de culminación y se preste para rematar y cerrar la emisión.

Cortina musical. Ya la hemos caracterizado: separa escenas o bloques, a la vez que acentúa la atmósfera, el clima emocional: da el comentario musical de la escena o el pasaje.

Puente musical. Es más breve que la cortina; por su misma brevedad, no se busca que dé atmósfera, sino solo que indique una transición de tiempo o un cambio de lugar. Puesto que, según se verá más adelante, nunca se debe mutilar una frase musical, no sirve para puente una parte de una frase, sino una frase entera pero corta, de pocos compases. A veces, se recurre a un arpeggio de arpa o a un glissando de piano. Si bien el puente no tiene una particular función expresiva, hay que cuidar que no desentone con el carácter de las escenas que enlaza: una frase musical corta pero alegre y frívola, no es adecuada en medio de dos escenas serias.

Ráfaga. Como su nombre lo sugiere, un fragmento breve, movido y ágil, generalmente para señalar una corta transición de tiempo.

Golpe musical. Un acento o subrayado musical: un golpe de timbal o de platillos, un tutti de orquesta, un acorde seco de guitarra. Su uso rara vez se justifica: generalmente resulta efectista, artificial, grandilocuente.

Transición. Tenemos que enlazar dos escenas de diferente carácter; por ejemplo, pasar de una intensa y emotiva a otra alegre; o de una situación lenta a otra ágil y movida. Por una parte, deseamos prolongar el efecto de la escena precedente; por la otra, preparar la que sigue, y acentuar el contraste entre ambas. Buscamos en ese caso un pasaje musical de transición, que dé sucesivamente ambas atmósferas, es decir, que pase de una a otra.

Fundido o mezcla. Como es bastante difícil encontrar un trozo musical que cambie de un clima a otro, suele construirse la transición mediante la combinación o mezcla de dos temas musicales diferentes: se va disminuyendo gradualmente, el volumen del primer tema, al tiempo que se va haciendo entrar suavemente el segundo. Llega un momento en que el tema inicial ha desaparecido y ya solo se escucha el nuevo tema que lo sucede y sustituye. Es un recurso un tanto retórico y rebuscado.

Otra forma de mezcla consiste en combinar un golpe musical con una cortina. Se apela a este recurso cuando se desea culminar una escena con un golpe vigoroso, y luego continuar con un clima musical que comente la situación. Como no siempre es fácil conseguir que una cortina que tenga la atmósfera musical requerida, comience con un golpe, se toma un golpe de una obra y se lo mezcla con un tema musical de otra.

Tema musical. Tema característico de un personaje, de un grupo o de una situación. Aparece varias veces a lo largo de la emisión, como leit-motiv. Así diremos “el tema de Pedro” y lo haremos jugar, ya como cortina, ya como fondo, cada vez que deseemos acentuar la reaparición de Pedro, o aun evocarle en su ausencia. El tema es la definición musical de ese personaje o de esa situación: es innecesario señalar, por lo tanto, que debe ser seleccionado con especial cuidado.

Fondo musical. Música que se escucha en segundo plano, de fondo a las palabras. Las radionovelas románticas abusan de los fondos hasta la cursilería; es un recurso válido, pero que hay que saberlo usar con criterio, medida y buen gusto. Se utiliza música de fondo:

- a) en un relato o un parlamento extenso que, por algún motivo se desea expresamente destacar. En esos casos, el fondo musical sirve para poner ese pasaje “en bastardi-

- b) para dar emoción y relieve a una situación dramática que se desea acentuar especialmente: un fondo musical triste, nostálgico, sombrío, o bien plácido, luminoso, subrayará el clima de la escena. Insistimos en que, en esa función expresiva, es preciso ser medidos en su uso y reservarlo solo para momentos especialmente significativos.
- c) como música incidental, para dar ambiente a una cierta situación real: la música en un baile, en una iglesia, en un circo, etc.

Por supuesto, no tiene ningún objeto ni sentido poner música de fondo a una charla expositiva o a un diálogo didáctico. Sin embargo, se cae en este vicio en muchos programas educativos y culturales.

¿Cuánto debe durar una cortina?

Algunos libretistas indican la duración de la cortinas en segundos: piden, según los casos, quince, diez o cinco segundos de música.

Tales indicaciones delatan en esos libretistas una idea mecánica del uso de la música. Nadie puede decretar a priori cuántos segundos va a durar una inserción de música, porque ello depende de la frase musical, que debe ser siempre respetada y que nunca se puede mutilar o cortar abruptamente. Una frase musical que se mutila, no sirve como pausa, sino como fuente de ruido: el oído del oyente queda, consciente o inconscientemente, esperando el final de la frase.

Lo único correcto que le cabrá al director, será hacer caso omiso de esa indicación. Por otra parte, para poner cinco segundos de música, es mejor no poner nada: no hay frases musicales que solo duren cinco segundos.

Es preferible, pues, limitarse a indicar “cortina musical”; si se la desea especialmente extensa “cortina larga”; si más corta, “puente musical”; si aún más breve y ágil, “ráfaga”.

Pero cuantificar los cortes musicales en segundos, no tiene objeto.

Notación de intensidades

No solo debemos indicar el carácter de la música que deseamos, sino también en muchos casos la intensidad, el volumen, con que la inserción musical debe ser manejada.

Normalmente, la música no se opera con un volumen constante. Una cortina musical suele comenzar a bajo nivel y luego subir progresivamente hasta alcanzar su volumen normal. Es lo que se llama fade-in o crescendo. Podemos graficarlo así:



Es igualmente corriente que la cortina musical no se corte abruptamente, sino que su nivel se vaya desvaneciendo, atenuando gradualmente hasta desaparecer. Se llama a este efecto desvaneciendo o fade-out.



Generalmente, suceden ambas cosas: la música entra in crescendo y termina desvaneciéndose:



No es menester que indiquemos estas graduaciones de volumen en el libreto, ya que como se ha dicho son normales y todo operador con mediana experiencia las hará sin necesidad de que las especifiquemos. Debemos sí, familiarizarnos con las nociones de crescendo y desvaneciendo (fade-in y fade-out) porque no solo se aplican a la música sino también al sonido y a la voz, como se verá más adelante.

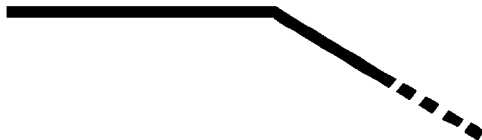
Hay casos, sin embargo, en que debemos indicar cambios de volúmenes musicales. Por ejemplo, cuando deseamos que la entrada de la música se haga muy gradual y suavemente, muy de a poco (steal-in):



En ese caso, indicamos:

CONTROL ENTRA SUAVEMENTE CORTINA MUSICAL

Igualmente, cuando queremos que la música se desvanezca muy lenta y suavemente, que se vaya perdiendo muy gradualmente (steal-out):



Lo indicaremos así:

CONTROL CORTINA MUSICAL / DESVACENE
LENTAMENTE

Veamos otras notaciones frecuentes relacionadas con los cambios de volumen:

CONTROL CARACTERÍSTICA MUSICAL / BAJA Y
QUEDA DE FONDO

El tema de presentación baja y permanece de fondo mientras el locutor presenta y anuncia el programa. Terminado el anuncio:

CONTROL CARACTERÍSTICA SUBE Y FINALIZA

O bien sube y desvanece (fade-out) para dar lugar a las palabras con que comienza la emisión del día. O también, si se desea abrir la emisión con un tema de introducción:

CONTROL ENTRA FONDO MUSICAL LUMINOSO,
ESPERANZADO

Debemos indicar también hasta qué momento debe continuar ese fondo, dónde deseamos que finalice y desaparezca, especificar en la línea correspondiente:

CONTROL FONDO CESA

En algunas oportunidades deseamos que una música que inicia una escena como cortina, se prolongue y permanezca “fondeando”, es decir, de fondo, durante la escena, mientras hablan los personajes. Nuestra indicación será:

CONTROL CORTINA MUSICAL TIERNA / BAJA
SUAVEMENTE Y QUEDA DE FONDO

Obviamente, indicaremos también hasta qué momento de la escena deseamos que continúe ese fondo.

También es frecuente lo inverso: que el tema que hemos

introducido durante la escena como música de fondo, suba y sea el que remate y culmine la situación, oficiando de cortina. La notación en ese caso ha de ser:

CONTROL SUBE SUAVEMENTE FONDO COMO
CORTINA

¿Siempre música?

Si es un error prescindir de un auxiliar tan valioso como la música, que aporta un caudal tan expresivo de imágenes auditivas, no es menos erróneo poner música en exceso, o ponerla indiscriminadamente, porque sí.

Incluso en un drama -el formato en el que la música juega un papel más específico- cortar la acción a cada momento con cortinas o puentes o ráfagas, termina por saturar y distraer al oyente.

Para separar una escena de otra, no siempre es indispensable una inserción musical. Así como en el teatro no siempre se baja el telón entre cuadros y a veces es suficiente un oscurecimiento del escenario, también en radio la separación puede hacerse con un simple silencio, una pausa entre ambas escenas. Se desvanecen las voces, sobre las últimas palabras de la escena, para indicar que nos alejamos de ella; se dejan unos pocos segundos de silencio y luego se abre el micrófono en fade-out sobre las voces de la escena siguiente.

Si la escena termina con sonido (por ejemplo, pasos), la separación se hará todavía más clara: desvaneceremos esos pasos, estableceremos un breve silencio o pausa y podemos comenzar la escena siguiente sin necesidad de separación musical alguna. Otro tanto podemos hacer si la escena tenía música ambiental: se lleva a primer plano dicha música, se la desvanece y, tras una breve pausa, se pasa a la escena siguiente; la que, a su vez, si comienza con un sonido (por ejemplo,

ruido de tránsito callejero), podremos comenzar con dicho sonido entrando en fade-in. Veamos un ejemplo:

CONTROL PASOS DESVANECE / PAUSA / ENTRA
SUAVEMENTE RUIDO TRÁNSITO

Especialmente si se trata de una sucesión de escenas cortas, es mejor separarlas así, con silencios y eventualmente sonidos que bajan y suben, que con inserciones musicales fatigosamente frecuentes.

Si esto sucede con el radiodrama, género que por su contenido emocional es de por sí más propicio al empleo de la música, su utilización en otros formatos informativos o expositivos debe ser encarado aún con mayor cautela. Aquí ya no se trata solo de cantidad de música, sino, sobre todo, de la justificación de su uso. La música es un buen recurso cuando está por algún motivo; pero empleada arbitrariamente, sin una razón válida, deja de tener sentido y, más aún, se torna contraproducente.

Está muy generalizada la costumbre de intercalar cortinas musicales en medio de una clase o charla expositiva. Cada tantos párrafos, la charla se corta, se interrumpe, para dar paso a unos compases de música cualesquiera: una cortina generalmente escogida al azar, sin ninguna relación con el tema de la charla y, para peor, mecánicamente repetida. Siempre la misma. Se cree que así se ameniza la charla y se aligera y disimula la monotonía del monólogo. Utilizada de esta manera mecánica y rutinariamente, la música no expresa nada; no agrega ningún valor a la emisión, no la acompaña ni la enriquece, sino que se convierte en un injerto extraño. En lugar de amenizar, aburre y distrae del hilo de la exposición. Como observa John Vodden, de la BBC, a propósito de los programas educativos brasileños, "es música que se repite sin sonar absolutamente a nada". Vodden opina con razón que si una charla es monótona, no deja de serlo porque se le

inserten arbitrariamente pedacitos de música; la única solución válida es transformar esa charla, haciéndola interesante en sí misma.

Es tal vez aún más objetable el hábito que existe en algunos países latinoamericanos, de poner música de fondo a las charlas expositivas y a los diálogos didácticos. Esa música que suena permanentemente en segundo plano, solo sirve para distraer y dificultar la atención y la reflexión del oyente.

La intercalación de piezas musicales.

Es corriente también utilizar la música con una función recreativa: a lo largo de la emisión se introducen dos o tres “descansos” o intervalos, en los que se pasan piezas musicales populares (canciones, músicaailable). Muchas veces, cualquier canción escogida al acaso, sin preocuparse por sus implicancias educativas. Así, en un programa centroamericano que trataba sobre un problema social serio e importante -la tenencia de la tierra y la necesidad de una reforma agraria- se interrumpió el diálogo para pasar una canción ranchera cuya letra llora: “La mujer que quise me dejó por otro / les seguí los pasos y maté a los dos...” (sic).

Pero dejando de lado las incongruencias de contenido, es la costumbre de insertar piezas musicales la que se cuestiona. Los productores de radio modernos discrepan con esa práctica, muy común en los primeros tiempos de la radiodifusión educativa, pero que hoy tiende a desaparecer. Actualmente, los programas educativos y culturales son considerados como un servicio, en el que no se justifica desperdiciar los escasos y preciosos minutos de que se dispone para poner música de entretenimiento. El oyente tiene oportunidad de escuchar esa clase de música todo el resto del día (la radio está sobresaturada de ella); cuando sintoniza un programa educativo está buscando otra cosa y no desea ni necesita distracciones suplementarias.

Si el programa está bien hecho, si es ameno e interesante, no solo no necesita intervalos o descansos musicales, sino que, por el contrario, estos vienen a perturbar y resultan contraproducentes. Su intercalación es forzada; distraen, interrumpen la exposición del tema y quitan unidad y continuidad a la emisión.

La música como rescate

Sin embargo, si el programa es extenso y de carácter misceláneo -es decir, si consta de varias secciones independientes- la intercalación entre ellas de piezas de música puede cumplir tal vez una valiosa función cultural (obviamente, empleamos la palabra cultura no en la acepción enciclopédica y elitista del término, sino en el sentido antropológico): una función de rescate y revaloración de la auténtica música tradicional de la región, cada vez más olvidada. Grabaciones de campo tomadas en fiestas y celebraciones populares pueden ayudar a mantener vivo el arte autóctono de nuestros campesinos.

Es posible incluso realizar valiosos programas culturales basados en estas grabaciones de campo. Ellas pueden ser combinadas con comentarios que expliquen el origen y el carácter de esa música, diálogos, breves dramatizaciones en las que se oigan a los campesinos vivir, trabajar, expresar las luchas y las esperanzas a las que esas canciones están ligadas. Aquí ya no se trata de utilizar la música popular como descanso, sino de integrarla al programa y dar a todo el conjunto el carácter de un rescate de la cultura tradicional campesina.

2. LOS SONIDOS

El sonido es el decorado radiofónico. Corporiza el objeto del que emana. Oímos el galope y vemos el caballo; el ruido del tránsito nos ubica en medio de una arteria llena de movimien-

to; la sirena de un carro de bomberos y el crepitar del fuego nos lleva a visualizar el incendio. Al decir de Aníbal Arias, “en el guión radiofónico ruidos y música son tan necesarios a la palabra como lo son a la vida misma cuya ficción queremos llevar al oyente”.

Funciones de los sonidos

a.- Función ambiental, descriptiva. Es decir, con finalidad fotográfica, realista. Empleamos los sonidos como fondo de la escena, acompañando al diálogo. Una noche en medio del campo adquirirá realidad gracias al canto de los grillos; al oír el murmurar del público, el ruido de platos, cubiertos y copas, nos sentimos en un restaurante; los gritos de la multitud nos trasladarán al estadio de fútbol.

Si está lloviendo, oímos el caer de la lluvia; si estamos en medio del mar, nos llega el romper de las olas; si nuestros personajes se hallan navegando en un bote, escuchamos el golpear de los remos; si la escena transcurre dentro de un automóvil o a bordo de un avión, debe oírse el ruido que la marcha del motor produce en la cabina de pasajeros; en el teatro oímos los aplausos, las risas, las toses; en una usina, el zumbar de los motores.

Todo ello, por supuesto, no demasiado fuerte, para que no tape las voces y no impida seguir el diálogo. Pero el sonido tiene que estar allí. Incluso a veces, amplificado: los pasos de los personajes, acercándose o alejándose, deben oírse nítidamente. La radio ha venido a poner de relieve sonidos que el oído casi no advierte, como las pisadas o el chirriar de las puertas.

b.- Función expresiva. Pero además, en algunos momentos, los sonidos cobran valor comunicativo y no solo de mera referencia realista. En ciertos pasajes, dicen algo, sugieren, crean atmósfera emocional como la música.

En medio del silencio de la noche, unas pisadas furtivas que se arrastran, que se acercan, que se detienen bruscamente, pueden contar por sí solas un hecho, aun sin palabras.

En la adaptación radiofónica de “Grandes Esperanzas” de Dickens, el ruido de las cadenas que el presidiario fugitivo arrastraba al caminar, no solo indicaban su presencia, sino que tenían toda la fuerza simbólica del hombre encadenado. En la versión de “El Diario de Ana Frank”, el golpetear de las botas de los soldados nazis sobre el empedrado daban la sensación ominosa que los refugiados judíos experimentaban en su escondite; transmitían el miedo y la impotencia de los perseguidos. El canto de los pájaros, el sonido del agua que cae de una pequeña cascada, crean una atmósfera plácida y apacible. Mezclamos a los grillos de una escena nocturna con el aullido de un perro a lo lejos y la situación adquirirá un carácter amenazante y sombrío.

Chéjov, en sus obras de teatro, utiliza mucho el sonido como clima. Una puerta desengrasada que chirría al ser golpeada por el viento y que nadie se molesta en cerrar, da toda la sensación de abandono de desolación, de tristeza. El ruido de un objeto de cristal que alguien nervioso deja caer y se hace añicos, expresa la ruptura violenta de una crisis.

En medio de la noche, un viejo y desvencijado camión avanza por un camino de montaña, llevando a un herido hacia el lejano hospital de la ciudad. Llueve. Se oye el esfuerzo del motor trepando la empinada carretera; el jadeo y los quejidos del herido. Las ruedas se atascan en el lodo. Se oye su patinar. Esos sonidos pintan toda la desolación en que se vive en las zonas rurales aisladas, el estado de abandono en que se encuentran las carreteras, el desamparo de los lugareños enfrentados a un accidente.

Los sonidos son, pues, un lenguaje. A la vez que retratan una realidad, nos transmiten un estado de ánimo. Hay auto-

res que, entusiasmados por su fuerza de sugestión, se sienten tentados a usarlos como símbolos puros y ponen, por ejemplo, el ruido de un cristal que se rompe como subrayado de una situación dramática aunque en la escena real no se haya roto ningún objeto y menos de cristal. Esta es una exageración expresionista. Un sonido solo debe ponerse cuando corresponde a la acción real. Pero, al escribir nuestro libreto, debemos ponerlos no solo para describir la escena, sino también para dar la atmósfera de la situación; valernos del lenguaje sonoro para comunicar un clima. No usarlo solo como fotógrafos, para copiar la realidad, sino también como pintores, para dar una sensación expresiva de esa realidad. Una vez más, crear imágenes auditivas.

Esto no significa, por supuesto, que haya que poner sonidos a granel. Llevados por el entusiasmo que provoca su descubrimiento, muchos principiantes tienden a llenar de efectos sonoros sus libretos. Este exceso de sonidos hace la emisión fatigosa y confusa. Lo mismo que se dijo de la música cabe decir aquí con respecto a los sonidos: hay que utilizarlos, ciertamente, pero con sobriedad y medida. Administrarlos con criterio y ponerlos cuando sean realmente necesarios.

c.- Función narrativa. Como ya se ha explicado, los sonidos pueden servir de nexo para ligar una escena con otra. Por ejemplo: oímos un galope que se aleja hasta perderse; luego escuchamos la llegada del caballo, un relincho, un golpear de cascos. Percibimos que el personaje que en la escena anterior partió a caballo, ahora ha llegado a destino.

Si una escena finaliza con un tren que parte y la siguiente comienza con la entrada del tren a la estación, con esos dos sonidos explicamos que los viajeros han completado su traslado y ahora están arribando.

Bajo una lluvia torrencial, suena la campana de un reloj de torre dando la una. Desvanecimiento; breve silencio. Canto de

un gallo. Trinos de pájaros. Comprendemos que ha pasado la noche, que la tormenta ha cesado y que ahora estamos ante un tranquilo amanecer.

d.- Función ornamental. Sonidos accesorios, añadidos para dar color. Por ejemplo: enriquecemos el impersonal abrir y cerrar de una puerta con el tradicional juego de campanillas que muchos pequeños talleres antiguos suelen tener; damos así color, calidez, a la entrada de nuestro personaje en este taller, entrada que por algún motivo queremos hacer significativa. En una escena que transcurre en un barrio popular, ponemos a lo lejos los gritos de unos niños que juegan a la pelota. No son sonidos imprescindibles, pero bordan, dan vida y sabor a la escena.

Los sonidos como ilustración; las gráficas sonoras

Hasta ahora hemos ejemplificado el uso de los sonidos en radiodramas afines, tales como el relato con montaje. Pero también en programas expositivos el sonido tiene muchas veces su lugar: puede cumplir en ellos una función didáctica, ilustrativa.

Una emisión sobre la circulación de la sangre adquirirá interés y sugestión si la iniciamos haciendo escuchar el sonido amplificado de un corazón que late: sonido rítmico, acompasado, que testimonia elocuentemente la perfección de esa maravillosa máquina que es el aparato circulatorio humano. Otra emisión sobre el agua puede ser ilustrada con sonidos tales como truenos, lluvia, corriente de arroyo, fuente, grifo. Las posibilidades de crear imágenes auditivas son múltiples y muy poco exploradas en la radio educativa. Tenemos cientos de sonidos al alcance de nuestra creatividad.

En un radio-reportaje que se transcribe en este libro y cuyo tema era las enfermedades parasitarias en el Ecuador, se logró dar la sensación de gravedad de este mal más que con

ningún dato estadístico, con el efecto de un tic-tac de reloj insertado en medio del reportaje:

CONTROL TIC-TAC DE RELOJ / BAJA Y QUEDA
DE FONDO

RELATOR Cada quince minutos... cada cuarto de hora muere un ecuatoriano víctima de parasitosis.

CONTROL SUBE TIC-TAC DE RELOJ

Más aún: con sonidos podemos crear verdaderas gráficas sonoras. Ya es sabido que las cifras en sí dicen muy poco en radio. Pero mediante efectos sonoros podemos expresarlas con elocuentes magnitudes comparativas. Por ejemplo, en una emisión destinada a explicar las ventajas de adoptar la semilla de trigo certificada:

LOCUTOR Rendimiento de trigo con semilla común:

CONTROL DOS GONG

LOCUTOR Dos toneladas por hectárea (BREVE PAUSA). Rendimiento de trigo con semilla certificada:

CONTROL TRES GONG

LOCUTOR Tres toneladas por hectárea.

Otro ejemplo, para explicar el problema del tránsito en una gran ciudad.

LOCUTOR Por cada automóvil que circulaba por nuestra capital en 1960...

CONTROL AUTOMÓVIL QUE PASA

LOCUTOR Hoy tenemos...

CONTROL CUATRO AUTOMOVILES QUE PASAN
SUCESIVAMENTE

LOCUTOR (CONTANDO A MEDIDA QUE PASAN) Uno... dos... (CON CIERTA ALARMA CRECIENTE EN LA VOZ)... tres ... ¿más todavía? Sí: cuatro.

En menos de veinte años, la cantidad de vehículos se ha cuadruplicado.

Un último ejemplo. Se trata de señalar el contraste entre ciudad y campo, objetivado aquí en la disponibilidad de agua potable.

LOCUTOR Capital: de cada cinco viviendas, cuentan con servicio de agua potable...

CONTROL CUATRO CHORROS DE AGUA (DE IGUAL
DURACIÓN) QUE CAEN EN SUCESIÓN

LOCUTOR Sí. Una. Solo una tiene agua potable para beber.

En experiencias realizadas con esta técnica de gráficas sonoras en un servicio de radioeducación destinado a estudiantes de enseñanza media, se constató que el grado de retención de los datos y las proporciones por parte de los alumnos eran mucho mayor que cuando se utilizaban los métodos de información convencionales.

Montajes: combinación de música y sonidos

Combinaciones de mucha sugerencia descriptiva se logran con montajes en donde se mezclan y funden música y sonidos.

Por ejemplo, el galope del caballo de un correo portador de un mensaje urgente, cobra más vida si va acompañado por un tema musical ad-hoc, ágil y nervioso, que enmarque y comen-

te la veloz y premiosa carrera. La mezcla se hace por fundido (crossfade), jugando con distintos volúmenes: primero entra la música, luego, in crescendo, el galope que sube hasta alcanzar el nivel de la música. Por un momento música y galope quedan al mismo nivel; luego vamos esfumando la música y queda en primer plano el galope hasta que el jinete llega al destino.

Un campesino va al mercado de la ciudad para vender su cosecha; oímos el rechinar de la carreta y, como fondo, una música lenta y melancólica que la acompaña y preanuncia la mala venta. Por efecto de fundido, la música va subiendo hasta cubrir el sonido de la carreta, que desaparece y se pierde, y solo oímos el tema musical: cuando éste baja, escuchamos el ambiente del mercado (voces, pregones, etc.).

Ejemplo 2: El uso del sonido

“Los de la mesa del fondo”

A veces, un sonido puede cobrar un valor expresivo casi protagónico. Es el caso del capítulo “Los de la mesa del fondo” correspondiente a la serie “El padre Vicente, diario de un cura de barrio”, donde el constante ruido de los dados que se agitan en su cubilete y son arrojados una y otra vez sobre la mesa, enjuicia con más elocuencia que las palabras a los indiferentes jugadores. En cierta medida, puede decirse que este radiodrama está construido sobre el sonido de los minúsculos cubos de hueso.

Para quien no conozca esta serie, conviene aclarar que el padre Vicente es un cura más bien joven, de carácter jovial y comunicativo, que comparte estrechamente la vida del vecindario y, para vincularse más con sus vecinos, cena habitualmente en la fonda popular del barrio. Lleva un diario de su vida, en el que registra las cosas que presencia o le suceden. De este modo, es a la vez personaje y narrador de las historias. Las relata e interviene en ellas.

Serie: EL PADRE VICENTE
 -Diario de un cura de barrio-
 Capítulo: No. 48
 Título: Los de la mesa del fondo
 Autor: Mario César (Mario Kaplún)
 Producción: SERPAL
 Disco: SERPAL No. 7024 . Lado B
 Duración: 21:47

PERSONAJES

- PADRE VICENTE	}	Obreros, parroquianos de la fonda
- EUSEBIO 28 años		
- RAUL 27 años		
- DANIEL 32 años		
- JOSE 47 años		
- JUGADOR 1	}	Edades entre 35 y 45 años
- JUGADOR 2		
- JUGADOR 3		
- JUGADOR 4		

LOCUTOR: La vida. Un cura. Un barrio.
 CONTROL: TEMA MUSICAL CARACTERÍSTICO
 LOCUTOR: Los invitamos a compartir otro momento en la vida de...
 CONTROL: TEMA MUSICAL - SUBE
 LOCUTOR: El Padre Vicente - Diario de un cura de barrio.
 CONTROL: FUNDE CON TEMA POPULAR (TEMA DE LOS JUGADORES)
 VICENTE: (RELATA) Abril 22. Nunca he hablado de ellos en mi diario. Y sin embargo, estos cuatro hombres forman parte del marco de mi vida cotidiana. Siempre que voy a cenar en la fonda de don Rómulo, allí están ellos. Son cuatro... Van llegando de a uno o de a dos. Saludan...
 JUGADOR 1: (DESDE 2° PLANO, ALEGREMENTE) Buenas noches. (CONTESTAN MÁS SERIOS)

- Buenas noches... Buenas noches...
- VICENTE: ... Y van a sentarse a su mesa de siempre. La mesa del fondo. Una mesa apartada, un poco aislada del resto del salón... una mesa metida en un rincón, que nadie ocupa sino ellos.
- EUSEBIO: Ya llegaron dos.
- RAÚL: Ahora están esperando a los otros dos.
- JOSÉ: No van a tardar. Miren, ahí los tienen.
- JUGADOR 2: (DESDE 2° PLANO, ALEGREMENTE)
Buenas noches.
- JUGADOR 3:
- VARIOS: Buenas noches.../Buenas noches...
- DANIEL: Ya está el cuarteto completo.
- VICENTE: Y, ni bien están los cuatro reunidos, en seguida empieza a oírse el ruido familiar...
- ESTUDIO: DADOS (AGITAR CUBILETE, TIRAR LOS DADOS QUE RUEDAN SOBRE LA MESA)
- VICENTE: Sí. Estos cuatro hombres se juntan casi todas las noches para eso. Para jugar a los dados. Desde hace años.
- ESTUDIO: AGITAR CUBILETE
- JUGADOR 1: Buenos... ¡atención toda la sala: me voy a la generala!
- JUGADOR 2: ¡Huy, qué miedo! ¡Se me caen los pantalones!
- ESTUDIO: ARROJA DADOS SOBRE LA MESA; JUGADORES 2 Y 4 RIEN
- JUGADOR 4: (RIENDO) ¡Generala... su madrina!
- JUGADOR 1: (DE BROMA) ¿Có-cómo dijo?
- JUGADOR 4: Su madrina... ¿está mejor del cutis? (RIEN LOS CUATRO)
- ESTUDIO: VUELVE A AGITAR CUBILETE AHORA CON MENOS DADOS
- VICENTE: Parecen divertirse como locos. El juego parece excitarlos, apasionarlos. Lo matizan con exclamaciones, con alegres risotadas...
- ESTUDIO: ARROJA LOS DADOS QUE RUEDAN SOBRE LA MESA, JUG.2 Y 4 RIEN.

- JUGADOR 1: ¡Pero! ¡Hoy estos dados están cargados!
- JUGADOR 2: No, el que está cargado es usted.
- JUGADOR 4: Sí, de grasa. (RIEN).
- JUGADOR 2: A ver, don Rómulo, otra cerveza, que si esta vuelta me saco tres cincos, es gratis.
- ESTUDIO: AGITA CUBILETE - SIGUEN JUGANDO
- VICENTE: Y así se pasan la noche entera hasta las doce, hasta la hora en que don Rómulo cierra su prestigioso establecimiento: bebiendo cerveza y jugando a los dados. El incentivo del juego parece estar en que juegan por la cerveza: juegan en parejas y la pareja que pierde, paga la ronda de cervezas.
- ESTUDIO: AGITA CUBILETE
- JUGADOR 2: (MIENTRAS AGITA CUBILETE)
Bueno...ahora sí... ¡ésta es la mía!
- JUGADOR 3: La mía...me hacía mimos y después se fue con otro. (RISAS).
- JUGADOR 2: (SOPLA DENTRO DEL CUBILETE) Suerte, quiero verte. (AGITA UN POCO Y VUELVE A SOPLAR) Satanás, quédate atrás.
- 1 JUGADOR 1: ¡San Pedro Nolasco, mándale un chasco!
(RI SAS) (DESVANECER)
- VICENTE: Algunas veces, mientras todos estamos lo más tranquilos, conversando de nuestras cosas, de pronto estallan unos gritos desaforados, capaces de sacudir las paredes del local.
- ESTUDIO: ARROJA DADOS.
- JUGADOR 3: (TRIUNFAL) Aaaaah! ¡Bieeeeeen! ¡Bieeen!
- JUGADOR 1: ¡Tráguese ésta! ¡Bien, hermano bien!
- JOSÉ: ¿Qué pasó? ¿Se arregló el mundo?
- RAÚL: ¿El país salió a flote?
- JUGADOR 3: ¡Generala servida! ¡Generala servida! ¿Viste, hermano, qué mano para los dados? ¡Soy un tigre!
- JUGADOR 1: (ABRAZÁNDOLO) ¡Un brujo! ¡Generala servida! ¡Se da una vez en un millón! (RIEN

CELEBRANDO)

- 2 EUSEBIO: ¿Qué tipos felices, eh?
VICENTE: ¿Cómo se llaman? No lo sé. Nadie lo sabe. Es curioso, en la fonda nos conocemos todos pero de ellos, después de tantos años, ni siquiera les sabemos los nombres. Los llamamos simplemente...
- 3 DANIEL: ...Los de la mesa del fondo.
CONTROL: CORTINA MUSICAL (TEMA DE LOS JUGADORES)
VICENTE: Los demás conversamos, hablamos de las cosas que pasan en el mundo. Alguien lee una noticia en el periódico y comenta...
ESTUDIO: EN 2° PLANO, MOVIMIENTO DE DADOS Y VOCES DE LOS JUGADORES.
JOSÉ: Pero oigan, esto. "El Congreso de Científicos reunidos en Estocolmo, declaró que ha quedado terminantemente probado que en Vietnam se está empleado la guerra química, y que más de diez mil cultivos de arrozales han sido envenenados".
EUSEBIO: ¡Pero, qué crueldad!
RAÚL: ¡Envenenar el arroz que come la población!
¡Esto ya pasa de inhumano!
VICENTE: (ACCION) ¡Es criminal! ¡No tiene nombre!
DANIEL: Pero, adónde va a parar el ser humano, adónde va a parar el mundo, sí...
JUGADOR 4: ¡Ja, ja, ja! ¡24 al 6! ¡Ja, ja! ¡Anote! ¡24 al 6!
JUGADOR 2: Eh, amigo ¿qué le dije? ¡Esta noche es nuestra!
JUGADOR 4: ¡Don Rómulo, otra cerveza y pásele la cuenta a estos caballeros!
JOSÉ: Tipos felices, ¿eh?
4 DANIEL: Estos no se amargan por nada.
EUSEBIO: Ni por los vietnamitas ni por la guerra química ni por nada.
RAÚL: Estos juegan a los dados y ya está. (DESVA-

- NECER AMBIENTE)
- VICENTE: (RELATA) Otro tema frecuente de conversación, es la política.
- EUSEBIO: ...Y todo el pueblo va a votar por Galván, porque Galván... Haz el favor, hombre, no nos vengas con ese camaleón, que cuando fue ministro...
- EUSEBIO: ...fue el mejor ministro que tuvo el país. ¡Sí, señor!
- RAÚL: Pues yo les digo que si no gana Zabala, este país no tiene arreglo.
- DANIEL: Claro que sí. Eso, muy bien. El único que está con el pueblo es Zabala.
- JOSÉ: Por Dios, hombre. No me hables del comunistoide ése.
- RAÚL: Eso es lo que dicen para engañar al pueblo. Pero yo les digo que si no sale Zabala, los pobres estamos fritos.
- TODOS: HABLAN AL MISMO TIEMPO.
- VICENTE: Y todos nos trabajamos en una discusión apasionada, en la que cada uno defiende con convicción lo que cree mejor para el país.
- JUGADOR 1: ¡...Y vayan saltando afuera, que ya saqué la ...escalera! (RÍE).
- RAÚL: A ver, les vamos a preguntar a los señores. Ustedes, los del fondo, ¿qué opinan? ¿No es cierto que hay que estar con Zabala?
- JUGADOR 3: ¿Nosotros? ¡Nosotros estamos con la Generala! (RÍEN LOS CUATRO)
- JUGADOR 2: Por favor, a nosotros no nos vengán a hablar de política.
- JUGADOR 1: Nosotros de eso no entendemos nada.
- JUGADOR 4: La política. La política es para amargarse. Y nosotros queremos vivir tranquilos.
- JUGADOR 2: ¿A usted le gusta Zabala? Bueno, que gane Zabala. ¿Al señor le gusta Galván? Bueno, que gane Galván. (A SUS COMPAÑEROS)

- Este...¿a quién le toca tirar ahora?
- JUGADOR 3: A mí. Está reñido el partido, ¿eh?
- JUGADOR 1: Está lindo...
- ESTUDIO: AGITA CUBILETE.
- DANIEL: ¿Y no tendrán razón estos después de todo?
¿No son más felices así, no haciéndose problemas por nada?
- ESTUDIO: LOS DADOS RUEDAN SOBRE LA MESA
MONTA CON CORTINA MUSICAL (TEMA
DE LOS JUGADORES).
- * * * * * ESPACIO PARA PUBLICIDAD * * * * *
- CONTROL: CORTINA MUSICAL
- VICENTE: (RELATA) Yo confieso que no puedo entenderlos.
Me parece increíble que cuatro hombres pasen las horas así, pendientes del rodar de cinco cubitos de hueso. Pero debo ser yo el raro, porque cuando insinúo alguna crítica, todos los demás los defienden...
- ESTUDIO: VUELVE AMBIENTE FONDA /EN 2° PLANO, LOS CUATRO SIGUEN JUGANDO.
- EUSEBIO: ¿Y por qué? ¿Qué tiene de malo? Ellos se entretienen así. Se divierten. Es una forma de matar el tiempo.
- VICENTE: (ACCIÓN) Matar el tiempo. Qué curioso. Nos pasamos la vida quejándonos de que nunca tenemos tiempo, de que el tiempo no nos alcanza para nada...y cuando tenemos tiempo, ¿qué hacemos? Lo “matamos”.
- DANIEL: Y después de todo, ¿qué nos molestan? No se meten con nadie, no hacen mal a nadie...
7
- JUGADORES: RÍEN CELEBRANDO UNA JUGADA.
- RAÚL: Ellos son felices así. ¿No los ve siempre alegres, contentos?
- EFEECTO: CESA AMBIENTE.
- VICENTE: Sí. Nada los perturba, nada los conmueve. Recuerdo cuando la huelga grande de la construcción. Todos estábamos nerviosos, preocu-

pados. Como en el barrio hay tantos obreros de la construcción, como a la fonda vienen tantos compañeros de ese gremio, todos sentíamos el problema como propio.

ESTUDIO: En 2° PLANO LOS CUATRO JUGADORES JUEGAN.

EUSEBIO: ¡Ya van 38 días de huelga! ¡38 días! ¡Es demasiado!

DANIEL: ¡Ya en las casas de los obreros se está pasando hambre!

VICENTE: (ACCIÓN) ¿Y se sabe algo de las tratativas de mediación?

JUGADOR 3: Este... disculpen que los moleste. Se nos cayó un dado al suelo. ¿No estará por aquí? Sí, miren acá está. ¡Pero! ¡Justo un cuatro! ¡Y venírseme a caer! (A SUS COMPAÑEROS) ¡Miren qué mala suerte! ¡El 4 que precisaba para el poker!

JUGADOR 2: Hoy a usted la suerte se le vino al suelo, ¿eh? (RIEN)

JOSÉ: Estos no se hacen bilis por nada, ¿eh?

VICENTE: Oigan, ¿ustedes se enteraron de que hay huelga de la construcción?

JUGADOR 2: ¿A nosotros nos dice? Nosotros no somos de la construcción.

JUGADOR 4: ¡Bah! A qué preocuparse. Siempre que llovió paró.

JUGADOR 3: Si nos vamos a hacer problemas por cada cosa que pasa, ya estaríamos enfermos de los nervios.

JUGADOR 1: Es como dice la canción. (CANTA, MARCANDO EL RITMO CON EL CUBILETE COMO MARACA) Por cuatro días locos que vamos a vivir...

LOS CUATRO (CANTAN A CORO) ...por cuatro días locos te tenés que divertir. (RIEN).

RAÚL: Y a lo mejor tienen razón. Uno se preocupa

- por todo. Y estos, en cambio, siempre contentos, siempre de jarana.
- 8 CONTROL: CORTINA MUSICAL (“POR CUATRO DIAS LOCOS”) (RELATA) ¿Por qué, si nunca había hablado hasta ahora en mi diario de los cuatro de la mesa del fondo, hoy hablo de ellos? Porque hoy la fonda se estremeció con una noticia.
- ESTUDIO: EN 2° PLANO LOS JUGADORES JUGANDO A LOS DADOS.
- DANIEL: (ENTRANDO) ¿Supieron? ¿Supieron lo de Eusebio?
- VICENTE: (ACCION) N°. ¿Qué pasó con Eusebio?
- DANIEL: Esta tarde trabajando en la obra perdió pie y se cayó de un andamio.
- JOSÉ: No. ¡Qué barbaridad!
- VICENTE: ¿De muy alto?
- DANIEL: Cinco metros. Una caída feísima.
- JUGADOR 2: (2° PLANO) ¡Don Rómulo, otras cuatro cervecitas!
- VICENTE: ¿Adónde lo llevaron?
- DANIEL: Al Hospital Central. Yo vengo de allá.
- JOSÉ: Así que está muy grave entonces.
- DANIEL: Pronóstico reservado. Raúl y Ernesto se quedaron. Raúl prometió que ni bien hubiera alguna noticia pasaría por aquí.
- JOSÉ: ¡Qué desgracia! ¡Tan buen muchacho! ¡Tan querido por todos!
- DANIEL: Y con familia... con hijos chicos...
- VICENTE: (RELATA) La espera de noticias se hizo larga, angustiada. El mismo don Rómulo se olvidó de la fonda, del negocio, y se sumó a la rueda.
- DANIEL: ¡Ahí viene por fin!
- JOSÉ: ¿Y, Raúl? ¿Qué se sabe?
- RAUL: Está delicado. Parece que ha habido fractura de columna.
- JOSÉ: ¡Fractura de...!

- RAÚL: Pero eso no es lo peor. Si se produjo derrame, podría quedar medio cuerpo parálítico.
- VICENTE: (ACCION) ¿Ustedes pudieron verlo?
- RAÚL: No, imposible.
- DANIEL: Si está con carpa de oxígeno y transfusiones de sangre.
- JUGADOR 3: (2° PLANO) ¿Y, don Rómulo? ¿Se acuerda que hace como una hora le pedimos cuatro cervecitas?
- RAÚL: En el mejor de los casos, si sale bien, el pobre flaco va a tener para muchos meses de hospital.
- DANIEL: ¿Para muchos meses? ¿Y la familia entre tanto? ¿Cómo se arreglan?
- JOSÉ: Si vivían del jornal de Eusebio. El es el único sostén.
- VICENTE: Y hay una mujer. ¡Y hay hijos chicos!
- RAÚL: Bueno, pero para eso estamos los amigos, ¿no? Cada uno saca una parte de su jornal, y...
- DANIEL: Es lo que yo pensaba. Por el tiempo que sea.
- TODOS: APOYAN.
- JOSÉ: Bueno, y además está el seguro por accidentes.
- DANIEL: No, por ese lado desgraciadamente no hay nada que hacer.
- JOSÉ: ¿Cómo que no?
- DANIEL: El contratista es un bandido. No lo tenía en planilla. No va a poder cobrar ni un centavo.
- JOSÉ: Yo tengo un conocido en el Departamento de Trabajo. Yo me voy a ocupar de eso.
- VICENTE: Y yo conozco un abogado muy buena persona muy entendido en esos problemas. Mañana mismo le voy a hablar.
- RAÚL: Ah, una cosa muy importante. En el hospital se necesita sangre para Eusebio. Urgente. Hay que estar mañana a las 7 de la mañana en ayunas.
- DANIEL: Yo voy.
- TODOS: Y yo... / Y yo...

- JUGADOR 2: ¿Y, don Rómulo, qué pasa hoy? ¿Esas cervecitas para cuándo? ¿Para hoy o para ma...?
- VICENTE: ¿Pero no ven que don Rómulo está en otra cosa... que todos estamos en otra cosa?
- JUGADOR 1: (TRANQUILO) ¿Por qué, qué pasa?
- JUGADOR 3: ¿Pasa algo?
- JOSÉ: ¿Pero ustedes estaban todo el tiempo acá y no se enteraron de nada?
- DANIEL: ¿Dónde están, en la luna?
- JUGADOR 4: Jugando a los dados, como siempre.
- VICENTE: ¿No oyeron lo que le pasó a Eusebio?
- JUGADOR 2: ¿Eusebio? No lo ubico.
- DANIEL: Cómo no lo va a ubicar. Eusebio Ruiz. Uno flaco, que viene siempre...
- RAÚL: Esta tarde se cayó de un andamio. Está grave, en el hospital.
- JUGADOR 2: (SILBIDITO) ¡Caray!. ¿De un andamio, eh?
- JUGADOR 3: ¿Y entonces están organizando una colecta, no?
- JUGADOR 1: Si hay que contribuir con algo, ustedes avisen no más, que nosotros... (A LOS COMPAÑEROS) ¿Seguimos, muchachos? Bueno, ésta es la decisiva. Estamos 190 iguales. ¿A quién le toca?
- CONTROL: CORTINA MUSICAL (TEMA DE LOS JUGADORES).
- * * * * *
- 10 CONTROL: ESPACIO PARA PUBLICIDAD * * * * *
- CONTROL: CORTINA MUSICAL LUMINOSA ESPERANZADA.
- VICENTE: (RELATA) Noviembre 4. Después de largos meses de angustia, de incertidumbre, el otro día la gran noticia:
- DANIEL: ¡Mañana sale del hospital! ¡Le han dado de alta!
- JOSÉ: PERO, ¿y camina bien?
- RAÚL: ¿Y los brazos? ¿Mueve bien los brazos?
- DANIEL: ¿No les digo? ¡De alta! ¡Curado!
- 11 EFECTO: VA ENTRANDO AMBIENTE DE BULLICIO

ALEGRÍA ANIMACIÓN.

VICENTE: Y hoy, gran fiesta en la fonda. ¡Eusebio ha vuelto! ¡Curado!

RAÚL: ¡Es como un hermano que vuelve!

VICENTE: Juntamos todas las mesas y formamos una sola mesa grande, una mesa común. Había una alegría desbordante... Todos queríamos ser los primeros en abrazar a Eusebio.

12 (ATENUAR AMBIENTE) Algo muy profundo nos unía a todos. Todos habíamos estado unidos en el dolor y en la desgracia... cada cual había participado de alguna manera en la lucha por salvar a Eusebio... y ahora que el amigo volvía recuperado, nos sentíamos tan hermanados, tan felices...

EUSEBIO: Yo no sé, no sé cómo darles las gracias a todos. Yo sé que ustedes estuvieron yendo al hospital todos los días a preguntar por mí... José, yo sé cómo te moviste por lo del seguro de accidentes... que te pasaste días de oficina en oficina... Padre Vicente, Raúl, mi esposa me contó que ustedes pasaban todos los días por mi casa a ver si ella y los chicos estaban bien, dieron sangre... y parte de su jornal, y...

DANIEL: Bueno, ¿y qué hay con eso? Es natural.

EUSEBIO: ¿Saben lo que me dijo el médico? Que tuve mucha suerte. Que en casos como el mío, muy pocos quedan bien. Muy pocos. Que si yo salí adelante, fue por la inmensa voluntad que puse de salir. ¿Y saben de dónde me venía esa voluntad? De ustedes. De sentirme tan apoyado por ustedes.

VICENTE: (RELATA) Por eso la fiesta de esta noche fue una fiesta tan feliz. Y corrió el vino... y reíamos... y cantamos (yo había llevado mi acordeón)...

EFEECTO: ACORDEÓN/TODOS CANTAN Y RIEN

- RAÚL: Creo que nunca en mi vida viví una noche tan alegre, tan feliz como ésta.
- DANIEL: De veras.
- VICENTE: ...Y todos participamos. ¿Todos? No. Todos no. Había demasiado ruido, demasiado bulli-
cio, que si no, habría podido oírse, como todas
las noches, el choque de los dados en el
cubilete...
- 13 CONTROL: FONDO MUSICAL MELANCOLICO
- ESTUDIO: EN PRIMER PLANO, AGITAR CUBILETE Y
RODAR DE LOS DADOS.
- VICENTE: Aparte, en su mundo, los cuatro de la mesa del
fondo seguían entregados a sus dados, a sus
eternas generalas...
- JUGADOR 1: ¿Qué le anoto? ¿15 al cinco, o full?
- JUGADOR 2: Full, full.
- JUGADOR 1: ¿Cómo dice: Con este barullo no se oye nada...
no se puede jugar...
- ESTUDIO : Nuevamente sonido de dados.
- JOSÉ: ¿Y a éstos, los invitamos?
- DANIEL: No. Ellos qué tienen que ver. Esta fiesta no es
de ellos. Es nuestra.
- RAÚL: Y aunque los invitáramos, ¿querrían partici-
par? Ellos están para sus dados. Dejémoslos
con sus dados.
- DANIEL: Sí. Ellos, para quienes nuestro amigo Eusebio
es un desconocido, que no hicieron nada por
él, no podrían compartir nuestra alegría.
- RAÚL: Ni pueden entenderla, siquiera...
- ESTUDIO: QUEDA SOLO DE FONDO EL RUIDO DE
LOS DADOS.
- VICENTE: Ahí seguían con sus dados. Y pensé: no, a mí
que no me digan. Mentira. Esto no es vivir.
- JUGADOR 1: ¿Y, qué le parece, socio? ¿Nos tiramos al poker?
- VICENTE: Estos hombres tan alegres, tan divertidos,
tan despreocupados...estos hombres están
muertos. (DADOS)

JUGADOR 3: Y... más vale pájaro en mano...

JUGADOR 2: ...que chanco volando (RÍE)

VICENTE: Están al margen de todo. Voluntariamente excluidos de la vida. (DADOS)

JUGADOR 4: Escalera.

VICENTE: Sí, está bien. Al margen de las preocupaciones, al margen de las responsabilidades, al margen del dolor...(DADOS)

JUGADOR 1: Cero al as.

VICENTE: ...pero también al margen de las alegrías. De las verdaderas alegrías, de la verdadera felicidad, que solo se conoce en la fraternidad de la aventura humana...

ESTUDIO: Rodar de los dados:

JUGADOR 2: Poker.

ESTUDIO: AGITAR DEL CUBILETE Y DADO EN PRIMER PLANO.

CONTROL: SUBE FONDO COMO CIERRE MUSICAL.

LOCUTOR: Hemos compartido así otro momento en la vida de...

CONTROL: TEMA MUSICAL CARACTERÍSTICO/BAJA Y QUEDA DE FONDO.

LOCUTOR: El Padre Vicente - Diario de un cura de barrio.

CONTROL: TEMA MUSICAL - SUBE.

LOCUTOR: Una producción SERPAL escrita y dirigida por Mario César y protagonizada por Roberto Fontana.

LOCUTOR: Les invitamos a nuestro próximo encuentro con...el Padre Vicente.

CONTROL: CULMINA CARACTERÍSTICA.

Comentarios

1. Un cambio de escena hecho mediante un desvanecimiento (fade out) de las risas y el ambiente de la fonda.

2. La apreciación de Eusebio resume la opinión de los parroquianos de la fonda y muy probablemente la del oyente también a esa altura: esos jugadores son “tipos felices”, simpáticos, divertidos, dignos de envidia por su permanente alegría y despreocupación.

3. La mayoría de las cortinas se basa en un tema popular, que constituye el tema de los jugadores, y que ya apareció como introducción al comienzo del capítulo. Se imprime así continuidad y unidad musical al radiodrama y se da una descripción del espíritu de los jugadores. El tema es alegre y, sin embargo, con cierto dejo de melancolía.

4. Nuevamente la concepción corriente: son felices porque “no se amargan por nada”.

5. El típico conformismo indiferente, el “quemeimportismo”.

6. El ruido de los dados se monta con la música: un ejemplo de montaje de música y sonido.

7. “No se meten con nadie, no hacen mal a nadie”: el estereotipo que justifica la pasividad y hasta hace un mérito de ella.

8. Un recurso interesante: el mismo estribillo de la canción que hace un instante entonaron los cuatro personajes, ahora es reiterada en versión instrumental, como cortina musical que remata coherentemente la escena y acentúa la filosofía despreocupada de los jugadores.

9. Ahora los cuatro jugadores ya no aparecen tan simpáticos y divertidos. Siguen jugando como siempre, pero se percibe lo que hay en ellos de indiferentes, de vacíos, de insensibles.

10. El cambio de tema musical prepara una escena diferente. Ahora no se quiere llamar la atención sobre los jugadores, sino sobre Eusebio y sus leales amigos.

11. El cambio de escena se marca aquí al entrar in crescendo (fade-in) el ambiente de la fiesta.

12. Una atenuación convencional, pero necesaria para el pasaje que va a suceder. El oyente acepta sin dificultad esa convención.

13. Es el mismo “tema de los jugadores”, pero ahora en una variación melancólica, oscura. Tiene algo de letanía por esos cuatro hombres tan alegres, tan despreocupados, pero que “están muertos”.

14. El sonido de los dados, siendo el mismo, suena ahora irritante, agresivo; marca el vacío de sus cultores.

15. Ahora el agitar del cubilete y el rodar de los dados se escucha en primerísimo plano, como en el cine una toma en “cose-up”. Es como una palada de tierra sobre los cuatro hombres “muertos”. Luego, montado sobre el rodar de los dados, el letánico fondo sube y culmina como cierre final.

3. OTROS RECURSOS TÉCNICOS

Además de la música y los sonidos, el libretista radiofónico dispone de otros recursos de montaje. Las mismas voces humanas (locutores, actores), pueden ser tratadas con diversos efectos especiales. Describimos aquí los más usuales.

Filtros, modulaciones

A veces, necesitamos que una voz suene distinta de las otras, “en bastardilla”. Por ejemplo, una voz que viene del pasado y que se está evocando; o un personaje que está lejos, ausente, y cuyas palabras son recordadas. Es decir, personajes que intervienen en la emisión, pero que no se ubican como físicamente presentes en el escenario. Se hace necesario entonces separar, “despegar” esa voz de las demás para que el oyente perciba que ese personaje no está ahí presente como los otros, sino que se ubica en un plano imaginario. Algo análogo sucede cuando queremos diferenciar los pensamientos de un personaje (lo que piensa para sí y no dice) de sus demás palabras.

En esos casos, para distinguir esa voz, la alteramos haciéndola pasar por un filtro ubicado en la mesa de control. El filtro modifica la voz, generalmente quitándole graves y haciéndola sonar más aguda. Cuando interviene ese personaje “ausente”, ponemos en el libreto la acotación FILTRO.

Si la mesa no dispone de esta instalación, también se puede lograr un efecto similar con recursos acústicos en el estudio: por ejemplo, rodeando el micrófono de paneles, o colocando en el mismo una bocina para amortiguar el ambiente general. Con ello se logra modificar la modulación o tonalidad; la voz suena más “acolchada”, más asordinada y seca, con menos resonancia; y así se la separa de las otras voces.

Si la voz en cuestión tiene una intervención extensa en la emisión, quizá sea preferible emplear estos recursos de modulación acústica y no el filtro, pues éste da una tonalidad metálica que quita calidez y comunicatividad.

Cuando utilizamos un narrador-personaje, como en el caso de “el padre Vicente”, necesitamos que su voz cuando relata suene distinta de cuando actúa. Para conseguirlo, en la

producción de esta serie no se recurrió al filtro, sino a la diferenciación de modulaciones: al actor que encarnaba al padre Vicente decía sus parlamentos de acción desde un micrófono normal; pero cuando debía leer su diario (es decir, cuando narraba, recordaba, evocaba), el actor se desplazaba hacia un micrófono contiguo, rodeado de paneles y perfilado hacia la pared del estudio, de modo que no recogiera el ambiente. De este modo, su voz en los relatos se despega, suena diferente, un poco como en el vacío.

A veces, para acentuar aún más esa diferencia, se pone también, además de filtro o modulación, el añadido de un fondo musical: el oyente percibe que esa voz que suena con un fondo de música viene de otro lugar o de otro tiempo.

Voz telefónica

En una emisión radial se puede tratar la voz de modo que parezca que se la está oyendo por teléfono. Se utiliza este efecto en los diálogos entre dos interlocutores telefónicos: el que está “en escena” sale con su voz normal, en tanto la del otro se escucha con el timbre metálico propio de la recepción telefónica.

Como el lector ya habrá inferido, el efecto se logra haciendo pasar la voz en cuestión a través del filtro. En el libreto lo indicamos con la acotación POR TELÉFONO o más comúnmente FILTRO.

Eco (resonancia)

Otro recurso o efecto utilizable. Aunque se le llama “eco” más correctamente debiera designársele como “resonancia”. Consiste precisamente en dar especial resonancia a las voces. Se utiliza:

- a) Cuando la situación misma lo pide. Ejemplo típico, la voz del sacerdote cuando predica en una iglesia espaciosa. O un diálogo en la gran sala abovedada de un castillo. Lugares, en fin, donde es natural que la voz resuene.
- b) Como recurso artístico, imaginario, para casos semejantes a los que ya se mencionaron, a propósito del uso de filtros y modulaciones -evolución de personajes muertos, recuerdo de un hecho pasado- cuando se quiere revestir a esa evocación de especial solemnidad y grandeza: por ejemplo, dar la sensación de voces que vienen del “más allá”.

En estos últimos casos, el uso de resonancia puede resultar efectista y grandilocuente; si bien a veces se justifica, es necesaria mucha mesura en su empleo.

Se lo indica en el libreto con la acotación ECO o RESONANCIA. Muchos estudios están provistos de una instalación acústica o electrónica especial (cámara de eco) conectada a la mesa de control, que permite dar resonancia a las voces con solo operar el mecanismo. También se puede obtener efecto de resonancia mediante recursos artesanales en el estudio, pero esto es más complicado.

El productor debe tener en cuenta que el nivel de resonancia sea graduable; que sea posible dar más o menos resonancia. Y entonces, hacer pruebas hasta llegar a un nivel deseable, que no resulte excesivamente grandilocuente. El libretista también puede indicar si desea una resonancia muy intensa u otra más suave.

Advertencia importante: un problema de la resonancia obtenida mediante cámara de eco es que, generalmente, no se la puede aislar y entonces afecta a todas las voces que intervienen simultáneamente. Sirve, pues, para un monólogo (el sacerdote que predica, la voz de alguien que murió), pero no

siempre para un diálogo o para una escena simultánea. Así, en el caso de una iglesia, si queremos que la voz del predicador salga con resonancia, saldrán también con resonancia las voces de los feligreses que hablan o comentan en primer plano, lo cual, obviamente, no es natural. Si queremos reconstruir el diálogo entre Yahvé y Moisés y dar resonancia a la voz del Altísimo para revestirla de su carácter divino, no podremos evitar que la voz de Moisés en tierra salga también con resonancia. Solo estudios con instalación muy sofisticada tienen dispositivos que permiten dar resonancia a un micrófono determinado y no a los restantes que intervienen simultáneamente. Esto, evidentemente, limita el empleo de este recurso; antes de escribir su guión el libretista debe averiguar si el efecto que se propone obtener es viable.

Voz por parlante

También en la mayoría de los estudios es posible lograr que una voz salga como por un parlante o altavoz. Por ejemplo, en un hotel, en un hospital, en un tribunal; donde queremos que se oiga llamar por parlante a un pasajero, a un médico, a un miembro del jurado; en un aeropuerto, donde deseamos que se oiga el anuncio de la partida o de la llegada de un vuelo.

En nuestro libreto indicaremos este efecto con la acotación **POR PARLANTE**.

Desvanecimiento

No solo podemos desvanecer la música o el sonido; obviamente también podemos desvanecer las voces. Con eso, damos la sensación de que nos alejamos del lugar, de que el micrófono se va a otro sitio. Los europeos utilizan este recurso sobre todo para finalizar una escena y pasar a la siguiente sin poner una separación musical. El desvanecimiento ayuda a indicar que la escena ha terminado.

Su inconveniente reside en que, si las últimas palabras son importantes, no se las escucha bien; pierden fuerza y presencia. Cuando prevemos un desvanecimiento de voces no debemos, pues, poner palabras muy importantes al final, de modo que si éstas se pierden o si no se oyen muy nítidamente, ello no afecte la comprensión de la emisión, ni el “impacto” buscado por el texto. Cuando las palabras que culminan una escena son muy gravitantes (lo que suele suceder con mucha frecuencia, precisamente por tratarse del fin de la escena), es preferible no recurrir al desvanecimiento, sino poner una cortina musical; o también, si ello es posible -pero no siempre lo es- finalizar la escena con sonidos, que pueden desvanecerse sin presentar esa dificultad.

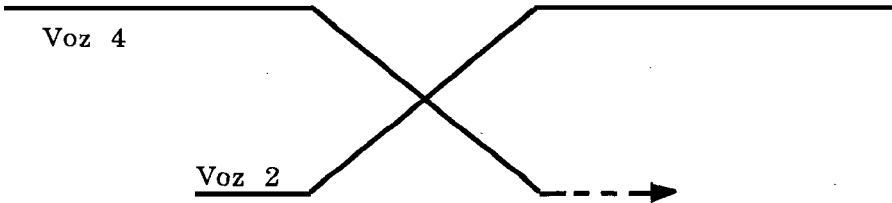
Indicamos el efecto mencionado con la acotación DESVACENIMIENTO o DESVACENER; también podemos indicar FADE-OUT.

Fundido o mezcla de voces

Así como mezclamos o combinamos dos músicas (crossfade) también podemos hacer un fundido o crossfade de voces. Se utiliza este recurso generalmente para la lectura de una carta. Deseamos que la carta se escuche en la voz del que la escribió, porque eso no solo imprimirá más variedad de voces, sino que le dará más expresividad (lógicamente el propio autor de la carta podrá decirlo con mucho más sentimiento personal que si la lee el destinatario).

Se procede de esta manera: el personaje que recibe la carta la abre y comienza a leerla. Pero a las pocas líneas, su voz se va mezclando (fundiendo) con otra voz, que pronuncia al mismo tiempo las mismas palabras: es la voz del que escribió la carta. Poco a poco, la voz del lector inicial va esfumándose o desvaneciéndose y, simultáneamente, la voz del autor de la misiva se oye cada vez más alto, hasta alcanzar el volumen normal y quedar ella sola diciendo el texto de la carta.

Grafiquemos el efecto de fundido:



Veamos cómo indicamos el efecto en el libreto. Jorge es quien recibe la carta y Luisa quien la ha escrito.

ESTUDIO SE OYE ROMPER UN SOBRE Y SACAR Y DESDOBLAR EL PAPEL

JORGE (LEE) “San José, mayo 15 de 1977. Querido hermano: te sorprenderá recibir noticias más después de tanto tiempo. 1 ¿Por qué no te he escrito hasta ahora? Quizá porque me daba vergüenza confesarme derrotada. 2 He sufrido mucho, Jorge.

CONTROL FUNDIDO

LUISA (AL MISMO TIEMPO) Te sorprenderá recibir noticias más después de tanto tiempo. 1 ¿Por qué no te he escrito hasta ahora? Quizá porque me daba vergüenza confesarme derrotada. 2 He sufrido mucho, Jorge. He tenido que luchar muy duramente contra los demás y sobre todo contra mí misma.

(etc., etc.; continúa Luisa diciendo la carta).

Más o menos hasta 1 oímos solo la voz de Jorge. Después, comenzamos a percibir la voz de Luisa, que dice al mismo tiempo las palabras. Esa voz al comienzo es débil, pero va adquiriendo cada vez mayor fuerza hasta cubrir la voz de Jorge, que entre tanto se ha ido apagando, desvaneciendo. En

2 ya no oímos la voz de Jorge, sino solo la de Luisa, que continuará el resto de la carta.

Casi no es necesario aclarar que, para lograr este efecto, el actor que hace de Jorge debe estar ubicado en un micrófono y la actriz que personifica a Luisa en otro, a bastante distancia del primero. El efecto lo logra el técnico graduando los volúmenes relativos a ambos micrófonos: quita nivel al primero a medida que va aumentando el del segundo.

Al final de la lectura, podemos hacer el efecto inverso: la voz de Luisa se va perdiendo y las últimas palabras de la carta son retomadas y leídas por Jorge, en un nuevo fundido de voces. Así finalizamos el racconto y retornamos a la situación presente: la situación del que recibió y está leyendo la carta.

Ejemplo 3: El uso del filtro

“Un trabajo para Barboza”

También de la serie “El padre Vicente” incluimos este capítulo en donde cobra gran importancia el uso del filtro como recurso para traer a escena y evocar a personajes que no están físicamente presentes en la acción. Se advertirá que no se trata aquí de un mero recurso informativo, narrativo, sino que el efecto adquiere función conceptual y expresiva: ayuda a transmitir el mensaje.

No se transcribe la apertura y el cierre del programa, ya que estos son permanentes y figuran en el ejemplo No. 2.

Serie	:	EL PADRE VICENTE
		-Diario de un cura de barrio-
Capítulo	:	No. 58
Título	:	Un trabajo para Barboza
Autor	:	Mario César (Mario Kaplún)

Producción: SERPAL
 Disco : SERPAL No. 7029 - Lado B
 Duración : 22:08

PERSONAJES:

PADRE VICENTE

BARBOZA, Domingo. Obrero. Hombre rústico. 40 años.
 MOLINA, Un empleado de la empresa de construcción,
 35 años.

BELTRÁN, Emilio ("Mono"). Constructor. Hombre
 activo, alegre, campechano. La misma edad
 de Vicente (han sido condiscípulos).

HERMANA María José. Hermana de la caridad en un
 hospital. Sensible, humana, inteligente. Unos 30
 años.

CONTROL: ÓMNIBUS MARCHANDO, TRÁFICO
 VICENTE: (RELATA) Mayo 4. Bajo el sol de la tarde, el
 bus en que regresaba del centro se abría paso
 lentamente por la avenida Independencia.
 Aburrido, distraído, yo iba mirando por la
 ven- tanilla.

CONTROL: EL ÓMNIBUS SE DETIENE, SE OYEN MA-
 NIOBRAS CAMIÓN.

VICENTE: El bus debió detenerse frente a un edificio en
 construcción, porque un gran camión volca-
 dor, cargado de arena, estaba haciendo manio-
 bras.

EFECTO: LLEGAN GOLPES REMACHANDO VIGAS
 DE HIERRO.

VICENTE: Sobre los andamios, sobre las vigas de hierro
 que relumbraban al sol, obreros que trabajan.

BARBOZA: (FILTRO). Yo no quiero robar. Yo no pido li-
 mosna. Pido trabajo.

VICENTE: Se me cruzó por la mente el rostro achinado
 de Domingo Barboza... Oí su voz, obstinada,
 insistente...

- BARBOZA: (FILTRO) Cualquier cosa, mire, de lo que sea, con tal de conseguir algo. De albañil, de peón, cargar fardos, lo que sea...
- VICENTE: Mi vista distraída fue a caer sobre un cartel al frente del edificio en construcción.
- BELTRÁN: (FILTRO) Empresa constructora Emilio Beltrán.
- VICENTE: ¡Beltrán! ¡Beltrán! ¡Sí, sí, tenía que ser él!
- BARBOZA: (FILTRO). Usted debe conocer a muchos personajes...
- VICENTE: Pero claro, si me habían dicho que al salir del colegio el Mono Beltrán se había metido en el ramo de la construcción...que con los años había llegado a constructor, a tener su empresa. Tenía que ser él. ¡Cómo no me acordé antes, cómo no pensé en él!
- BARBOZA: (FILTRO) Vea, padre, yo ando en la mala, ¿sabe? Hace 8 meses que no puedo conseguir nada. Me dijeron por qué no lo va a ver al padre Vicente... El conoce mucha gente, él le puede conseguir. No se lo pido por mí, se lo pido por mis hijos.
- EFECTO: EL ÓMNIBUS REANUDA SU MARCHA
- VICENTE: Tanto romperme la cabeza en busca de algún trabajo para ese hombre. Tanto llamar a uno y perseguir a otro sin conseguir nada. Y ni me acordé de Beltrán. Ni se me ocurrió pensar en él.
- BARBOZA: (FILTRO). No se lo pido por mí, se lo pido por mis hijos.
- VICENTE Tuve un impulso. Total, con intentar no se pierde nada... El bus ya había reanudado su marcha. Corrí y me bajé en la primera parada.
- CONTROL: PUENTE MUSICAL/FUNDE CON: RUIDOS DE LA CONSTRUCCIÓN.
- MOLINA: ¿El señor Beltrán? Sí, creo que todavía está. Sí, ahí está su coche.

- VICENTE: (ACCION) Tuve suerte, entonces.
- MOLINA: La cosa ahora es dar con él, esto es tan grande... (GRITA). Eh, Sosa, a ver si me ubicas a don Emilio. Que lo busca... (A VICENTE) ¿De parte de quién?
- EFEECTO: GOLPEAN UNA VIGA DE HIERRO.
- VICENTE: De Vicente. Del padre Vicente
- MOLINA: (GRITA) ¡El padre de Vicente! (A VICENTE) En seguida viene. Mejor espere de este lado, ahí le puede caer arena.
- VICENTE: Muchas gracias. ¿Qué tal, mucho trabajo?
- MOLINA: Y, ya lo ve.
- VICENTE: ¿No sabe si por casualidad andarán necesitando un peón?
- MOLINA: No le sé decir, pero no creo. Acá a cada rato cae alguno que pide trabajo... es un desfile. Y el capataz los fleta a todos. Así que dificulto que haya algo.
- BARBOZA: (FILTRO). De cualquier cosa, padre, de cualquier cosa. Hace ocho meses que estoy así. ¡Y no se encuentra nada!
- VICENTE: Así que... mucha gente que viene a pedir trabajo.
- MOLINA: ¡Uff! Y ...con esta situación que hay ...con esta desocupación. Dicen que es la crisis. No sé.
- BARBOZA: (FILTRO). La cosa está muy brava. Con esto de "la crisis"... Por eso le digo. Cualquier cosa. De lo que sea, no me importa con tal de trabajar.
- MOLINA: Por eso cuando mi mujer se pone quejosa, yo siempre le digo: "No te quejes, que todavía nosotros somos gente de suerte. Mal que mal tengo un trabajo seguro"...
- BARBOZA: (FILTRO). Cinco hijos, padre. Mujer y cinco hijos. Días que no comemos.
- MOLINA: Conseguir un trabajo hoy es como ganar la lotería.

- BELTRÁN: (VINIENDO) A ver, Molina, ¿quién me bus...? ¡Vicente! ¡Curita! ¡Tú! Me habían dicho “el padre de Vicente”. Y yo: ¿quién demonios puede ser el padre de Vicente? ¡y eras tú! ¡lo que menos me imaginaba! ¡Hombre! ¡Siglos que no nos vemos! ¿Qué es de tu vida, cura bandido? ¿Qué te trae por aquí?
- BARBOZA: (FILTRO). Me dijeron por qué no lo va a ver al padre Vicente... El conoce mucha gente... él le puede conseguir...
- BELTRÁN: Oye, pero mejor nos vamos a otro sitio, porque acá con todo este barullo... Acá enfrente hay un café... Molina, por cualquier cosa, estoy enfrente... (ALEJANDOSE) ¡Pero qué milagro, hombre!
- CONTROL: PUENTE MUSICAL AGIL
- EFFECTO: AMBIENTE CAFE
- VICENTE: Bueno, Mono, ¿sabes lo que te vengo a pedir como un gran favor? Un trabajo.
- BELTRÁN: ¿Qué, te aburríste de ser cura?
- VICENTE: Sí, y como ascender a obispo es tan difícil... (RIÉN) Oye, hablando en serio. Es un hombre casado, con cinco hijos. Tú no te figuras cómo están las cosas. La gente desesperada. Todos los días me caen cuatro, cinco. Que a ver si les puedo conseguir algo... cualquier cosa.
- BARBOZA: (FILTRO) Yo no quiero robar. No pido limosna. Pido trabajo.
- VICENTE: No sé qué creen, que porque uno es cura puede hacer milagros. Y uno se siente tan impotente hermano. Después de todo es el derecho más elemental del ser humano. El derecho a trabajar. A ganarse la vida. ¡El derecho a vivir! Cómo es posible que no haya trabajo, que... Pero por favor, mi viejo. Si en este país trabajo es lo que sobra.
- BELTRÁN: Pero por favor, mi viejo. Si en este país trabajo es lo que sobra.
- VICENTE: ¿Sí? Quiere decir que aquí, en tu empresa,

- tienes muchas vacantes... Formidable, entonces no te va a costar nada ubicar a Barboza...
- BELTRÁN: No, vacantes en mi empresa, no, estamos completos, pero...
- VICENTE: (MORDAZ) ¡Ah!
- BELTRÁN: Pero eso no tiene nada que ver. No te estoy hablando de mi empresa, te estoy hablando del país. Te aseguro, Vicente, que en este país no trabaja el que no quiere. Trabajo hay. Pero nadie quiere trabajar. La gente es floja, haragana. ¿Trabajar? No, eso es mucho trabajo. Prefieren andar vagando panza arriba al sol, como los lagartos. Una vergüenza. Así cómo no va a haber desocupación. Así cómo va a salir adelante este país.
- VICENTE: Mira, Mono, no vamos a discutir. Pero éste que yo te digo tiene verdadera necesidad de trabajar.
- BARBOZA: (FILTRO) No se lo pido por mí. Se lo pido por mis hijos.
- BELTRAN: Necesidad tendrá. No digo que no. Pero la cuestión es que quiera trabajar. ¡Ay, Vicente!, tú no estás en esto, tú eres cura, a tí cualquiera te viene a llorar y te conmueve. Pero yo estoy muy escamado. A veces, de lástima, tomamos a uno de éstos y ... un desastre, hermano, un desastre. No te cumplen. En seguida te empiezan a faltar. A venirte un día sí y dos no. Cobran el primer jornal y ya están en la cantina, empinando el codo. Y después lloran que no hay trabajo.
- VICENTE: Este no. Este te va a responder. Aunque sea tómalo a prueba, Mono. Por un mes, para probar. Ponlo a hacer cualquier cosa. El está dispuesto a hacer cualquier cosa.
- BARBOZA: (FILTRO) Cualquier cosa. Lo que sea.
- BELTRÁN: Sí, sí, ya conozco ese cantito. “Cualquier co-

- sa". Cuando están sin un centavo, "cualquier cosa, lo que sea". Y después, cuando les ofreces algo, nada les viene bien. En fin, Vicente, mira, por ser tú... y por el gusto que me da volver a verte después de tantos años... está bien, mándamelo, le voy a dar una oportunidad.
- VICENTE: No sabes lo que te agradezco, Mono. Se llama Barboza. Te va a venir a ver de parte mía.
- BELTRÁN: Si viene. Porque hay muchos que ni eso. Cuando por fin se les da un trabajo, ni siquiera se aparecen. En fin Vicente, ya te digo, lo hago por tí. Pero ya vas a ver...
- CONTROL: PUENTE MUSICAL.
- VICENTE: Bueno, Barboza, ¿sabe cómo ir hasta la Avenida Independencia? Perfecto. No se olvide de decirle a Beltrán que va de parte mía.
- BARBOZA: ¿Será posible? ¿Será posible, Dios mío? Mire no sé qué hacer, no sé qué hacer para... Me dan ganas de abrazarlo, de besarle las manos...
- VICENTE: Por favor Barboza. La cuestión ahora es que se porte bien y cumpla para poder quedar efectivo. Que no me haga quedar mal.
- BARBOZA: En eso puede estar tranquilo... bien tranquilo. ¡Se lo juro por mis hijos!
- CONTROL: CORTINA MUSICAL QUE PREPARA CLIMA DRAMÁTICO.
- VICENTE: (RELATA) Junio 22. ¿Qué me dio hoy por acordarme de Barboza? Pero cuando, volviendo del Oficio Catequístico, el bus tomó por la avenida Independencia, en seguida me acordé de él. Cómo le estará yendo en su trabajo - pensé-. Desde que empezó a trabajar, no volvió por la parroquia. Lógico, por no molestar. Ya pasó el mes de prueba. ¿Habrá quedado efectivo? Además, pensé, me he portado mal con el Mono... no he vuelto a verlo para agra-

- decerle el favor... Y me bajé en la esquina de la obra. Para qué.
- EFECTO: ENTRAN RUIDOS DE LA CONSTRUCCION (MÁS SUAVES).
- MOLINA: ¿Barboza, dice? (HACIENDO MEMORIA). Barboza, Barboza... Ah, sí, uno que trabajó unos días aquí el mes pasado. Pero ya no está más.
- VICENTE: (ACCIÓN) ¿Qué... ya no está mas?
- BELTRÁN: (ACERCÁNDOSE). Adiós, Vicente.
- VICENTE: (DEPRIMIDO). Hola, Mono.
- BELTRÁN: Desde allí arriba te vi llegar y bajé. ¿Venías a ver a tu apadrinado? Yo debía haberte llamado para decirte, pero no tenía tu teléfono. Y además, ¿para qué? ¿Para amargarte?
- VICENTE: ¿Pero, qué pasó?
- BELTRÁN: ¿Qué pasó? Molina, ¿tiene ahí todavía la planilla de Barboza?
- MOLINA: No sé señor. Me puedo fijar.
- BELTRÁN: Convéncete, viejo. Hay gente a la que no se la puede ayudar. No te hagas mala sangre por un tipo así, no vale la pena.
- MOLINA: (REGRESANDO) Sí, acá está, señor.
- BELTRÁN: A ver.
- MOLINA: Empezó a trabajar... empezó a trabajar el lunes 7.
- BELTRÁN: Una máquina trabajando. Ah, sí, los primeros días, un espectáculo. Al principio todos son así.
- MOLINA: Martes 8, vino. Miércoles 9, vino. Jueves 10, vino.
- BELTRÁN: Sí, vino. Pero el jueves, al cuarto día, ya empezó a aflojar. Ya empezó a trabajar a media asta.
- MOLINA: Viernes 11, vino.
- BELTRÁN: Pero dejó caer una carga de cemento. Dijo que no sabía lo que le pasaba. Que le dolía mucho

- la espalda.
- MOLINA: Sábado 12, vino.
- BELTRÁN: Vino y cobró la semana. Sábado, día de pago. Adelante.
- MOLINA: Lunes 14... lunes 14 no vino.
- BELTRÁN: Sábado día de pago... lunes no vino. ¿Vas hilando?
- MOLINA: Pero mandó a uno de los hijos a decir que no había podido venir porque estaba enfermo. Que andaba con mucha tos.
- BELTRÁN: Ahora ya no era la espalda. Era tos. ¿Mm?
- MOLINA: Siguió sin venir martes y miércoles. El jueves reapareció.
- BELTRÁN: ¿Te das cuenta? Trabaja 6 días y ya falta 3. Que había estado enfermo, con fiebre y con tos. Yo todavía puse cara de tonto como que me lo creía, y le dije: “Está bien. Lo vuelvo a tomar. Pero la última vez. Si sigue faltandodo...”
- MOLINA: Jueves 17, vino. Viernes 18, vino. Sábado 19, vino.
- BELTRÁN: De esa segunda semana solo trabajó tres días. Cobró la mitad no más.
- MOLINA: Lunes 21, vino. Martes 22, vino. Y acá figura un adelanto de 50 cóndores a cuenta de la semana.
- BELTRÁN: Ah, sí. Dijo que estaba tan atrasado en la provisión que no le querían fiar más. Que sus hijos no tenían qué comer.
- MOLINA: Miércoles 23, no vino. Y punto final. Ya no vino más.
- BELTRÁN: Ya ni siquiera mandó avisar. Así que ya ves. Todavía se fue clavándome, debiéndome plata.
- VICENTE: Pero no puede ser, no puede ser.
- BARBOZA: (FILTRO). No sé qué hacer para agradecerle. Me dan ganas de abrazarlo... de besarle las manos...

- BELTRÁN: Y no te voy a decir que era un sueldo de ministro, pero 14 cóndores diarios no está nada mal, ¿verdad? Para alguien que está pasando tanta necesidad...
- VICENTE: No puede ser. Tiene que haberle pasado algo.
- BELTRÁN: Un río de aguardiente por el gznate. Eso es lo que tiene que haberle pasado.
- BARBOZA: (FILTRO). ¿Que si voy a cumplir? ¡Se lo juro por mis hijos!
- VICENTE: Es indignante. Es de no creer. Si tú supieras la cantidad de veces que vino a pedirme, a llorarme...
- BARBOZA: (FILTRO) Cualquier cosa. Lo que sea, con tal de trabajar.
- VICENTE: Y cuando por fin se le consigue... Y que ni siquiera se haya aparecido por la parroquia a darme una explicación...
- BELTRÁN: ¿Y qué explicación podía darte?
- VICENTE: Tengo una tristeza adentro... Una tristeza y una rabia.
- BELTRÁN: No. Por qué. No vale la pena. Es una lección. Así la próxima vez, cuando alguno de esos te venga a llorar, no te vas a sentir tan conmovido. (LO PALMEA) ¿Ves ahora? ¿Ves por qué hay tantos desocupados en este país?
- CONTROL: CORTINA MUSICAL AMARGA, SOMBRÍA.
* * * * *
- CONTROL: CORTINA MUSICAL.
- VICENTE: (RELATA) Agosto 16.
- EFEECTO: SUENA TELÉFONO/LEVANTA RECEPTOR
- VICENTE: (ACCIÓN). Parroquia.
- HERMANA: (FILTRO TELÉFONO) ¿Podría hablar con el cura párroco?
- VICENTE: Con él está hablando.
- HERMANA: Aquí le habla la hermana María José del Hospital Nazareth.
- VICENTE: ¡Ah!, mucho gusto, hermana. Diga.

- HERMANA: Padre, me dijeron en la curia que esta semana usted está de guardia en el Servicio para Enfermos.
- VICENTE: Es verdad, hermana.
- HERMANA: Acá en el hospital tenemos un viejito que está muy grave. Y pide un sacerdote.
- VICENTE: Bien. Voy por allá.
- HERMANA: Lo espero, padre. Cuando llegue pregunte por mí. Pabellón de bacilares, sala 4.
- VICENTE: Pabellón de bacilares, sala 4. Bien, hermana.
- CONTROL: CORTINA MUSICAL SUAVE, NARRATIVA.
- HERMANA: Por aquí, padre... Adelante.
- EFEECTO: PASOS DE DOS.
- VICENTE: (RELATA). Atravesamos una larga sala, flanqueada de camas a ambos lados.
- BARBOZA: (DÉBILMENTE) Padre... (TOSE) Padre...
- VICENTE: Me pareció oír una voz... Alguien que me llamaba... Pero me dí vuelta y no llegué a ver a nadie... Me habría parecido... Asistí al anciano moribundo. Y al marcharme, al volver a atravesar la sala... otra vez.
- BARBOZA: Padre... (TOSE) Padre, aquí.
- HERMANA: Parece que ese enfermo lo conoce, padre. Lo está llamando.
- BARBOZA: Cómo le va, padre. ¿No se acuerda de mí? (TOSE).
- VICENTE: Francamente...
- BARBOZA: Barboza. Domingo Barboza.
- VICENTE: (IMPACTADO) ¡Barboza! ¿Usted aquí? ¿Desde cuando?
- BARBOZA: Ya van a ser tres meses.
- VICENTE: (RELATA). No se lo que quise decir, pero cómo reconocerlo. Qué flaco estaba. Qué demacrado.
- BARBOZA: Desde mayo. Me internaron el... (TOSE)... el 24 de mayo.
- MOLINA: (FILTRO). El 23 vino. Y punto final. Ya no

- vino más.
- BARBOZA: Sí, padre. Me internaron el 24 de mayo (TOSE).
- VICENTE: (ACCION) Bueno, Barbonza...
- HERMANA: Cállese, Barboza. Le hace mal.
- BARBOZA: ...cuando por fin consigo un trabajo... ¡Pucha digo!
- CONTROL: CORTINA MUSICAL DRAMÁTICA, AMAR-GA.
- EFECTO: ABRE UNA PUERTA DE HIERRO.
- HERMANA: Por aquí, padre. Por este patio se corta cami-no.
- VICENTE: Qué vergüenza, hermana.
- HERMANA: ¿Por qué, padre?
- VICENTE: Pensé tan mal de este hombre. Y ahora me lo encuentro aquí. Así. (PAUSITA) Y es muy grave lo que tiene?
- HERMANA: (SUSPIRA) Medio pulmón deshecho.
- VICENTE: (BAJO, COMO PARA SÍ). Medio pu... Tch. Pero... pero entonces no se pudo enfermar en esos días que estuvo trabajando. Eso ya tenía que venir de antes.
- HERMANA: Claro que ya venía de antes. Esos procesos bacilares son largos. Lo debe haber estado incubando un año o más. Pero cuando, después de tanto tiempo desocupado, volvió a trabajar, a hacer esfuerzos, trabajos pesados, ahí la cosa estalló.
- BELTRÁN: (FILTRO). Dejó caer una carga de cemento. Que no sabía lo que le pasaba. Que le dolía mucho la espalda.
- CONTROL: ENTRA FONDO MUSICAL SERIO.
- VICENTE: ¿Pero de qué le vino? ¿Por contagio... de qué?
- HERMANA: El médico puso en la ficha: "Proceso pulmonar agudo originado por desnutrición crónica".
- VICENTE: Desnutrición crónica.
- HERMANA: Tiene otro nombre más común. Hambre. Este hombre estuvo pasando hambre mucho tiempo.

- BARBOZA: (FILTRO) Ocho meses que no consigo nada fijo. Días que no comemos.
- HERMANA: Y así empezó el proceso.
- VICENTE: Cuando por fin consiguió trabajo, ya le llegó tarde. Ya el hambre había hecho su obra. Ya había minado su organismo.
- HERMANA: Si usted supiera padre. Este hospital está lleno de casos así. Es el círculo vicioso de la miseria. No consiguen trabajo. Desocupación trae la miseria. La miseria hambre. El hambre enfermedad. Se enferman. No pueden trabajar. Desocupación. Y así sigue el círculo... la cadena...
- BELTRÁN: (FILTRO) Te aseguro, Vicente, que en este país, si la gente no trabaja es porque no quiere. La gente es floja, haragana. Trabajo hay de sobra. Pero nadie quiere trabajar...
- VICENTE: (RELATA) Hoy no, porque no estaba con ánimo. Pero algún día de estos, bajaré en la avenida Independencia. Volveré a verte, Mono. A contarte el caso de Domingo Barboza. Tal vez te haga pensar.
- CONTROL: CIERRE MUSICAL QUE INVITA A LA REFLEXIÓN.

Comentarios:

1. Obsérvese que las frase de Barboza no aparecen en un orden cronológico, en el orden en que se supone que fueron dichas, sino que van surgiendo en la mente de Vicente por asociaciones con su situación actual, a medida que ésta se las hace recordar. Esto quita carácter fotográfico, realista, a la evocación, y le da fuerza expresiva. Se establece una especie de diálogo entre los pensamientos de Vicente y las palabras de Barboza que afluyen a su mente. A veces las frases de este último se repiten: vuelven, reiterativas, como interpelando a Vicente.

2. Como en el ejemplo anterior (“Los de la mesa del fondo”) se trata también aquí de cuestionar un prejuicio, un estereotipo corriente, muy difundido incluso entre los sectores populares. Beltrán lo expresa con las fórmulas clásicas: “trabajo hay de sobra, no trabaja el que no quiere, el que es haragán o indolente”. Aunque las precedentes confidencias de Molina lo desmientan. Es el mismo estereotipo utilizado para explicar el subdesarrollo: si hay países pobres es porque sus habitantes son indolentes y no quieren trabajar. Vicente vive dos diálogos simultáneos pero divorciados: por un lado, oye a Beltrán; por el otro, en su pensamiento, a Barboza. Y él está entre los dos, pero no puede comunicarlos: una barrera de prejuicios los separa.

3. Se reiteran las mismas protestas de Barboza, pero ahora adquieren distinto significado. Vicente las vuelve a recordar con amargura e indignación

4. El efecto de voz telefónica, ya descrito en este capítulo.

5. Barboza es ahora quien está presente, pero el filtro trae las palabras de Molina y de Beltrán. Así, el efecto cobra una nueva dimensión expresiva. El contraste entre las frases de Beltrán y la realidad de Barboza internado en el hospital subraya bien la barrera de prejuicios que hace que se ignore el drama de los marginados.

6. Es, a nivel de una historia individual, el mismo “círculo vicioso del subdesarrollo”.

7. Las últimas palabras van dirigidas a Beltrán pero también indirectamente a los oyentes que se identificaron con el modo de pensar del personaje y suelen hacerse eco fácilmente de esos mismos prejuicios. Es un llamado a la reflexión de todos.

CAPÍTULO 7

LA INFORMACIÓN EN RADIO

Una de las funciones más importantes que cumple la radiodifusión, es la de informar. Para buena parte de la población latinoamericana, la radio constituye la principal, cuando no la única, fuente de información.

Lo informativo no constituye un campo independiente de lo educativo; por el contrario, ambos están muy interrelacionados.

Buena parte de la labor del comunicador-educador consiste en transmitir información, datos, conocimientos. Si el público popular toma “actitudes erróneas” es en buena medida por desinformación. Los prejuicios emanan muchas veces de una información insuficiente o deformada. Así pues, conocer la técnica de cómo informar es necesario para todo comunicador-educador: está en la base misma de su trabajo.

Dentro de la preocupación del comunicador que se propone utilizar la radio con fines educativos, incluso la información noticiosa debe ocupar un sitio importante. Aquí no desarrollaremos la técnica de las noticias -cómo obtenerlas, cómo emitirlas, etc.- ella forma parte más bien de la técnica periodística y el lector podrá encontrarla en los buenos manuales de periodismo. Por otra parte, este libro trata de la producción de programas de radio; y los noticiosos no son propiamente programas, sino que constituyen un servicio de las emisoras. Pero sí daremos pautas sobre el tratamiento y manejo de las noticias, desde el punto de vista educativo.

Además, muchos de los principios técnicos que se abordan en este capítulo se relacionan no sólo con la información noticiosa, sino con la comunicación de información educativa en general. De modo que el lector hará bien en tomar nota de ellos, aun cuando no se proponga específicamente un objetivo informativo-noticioso en su labor radiofónica.

1. LA REDACCIÓN

Los materiales que llegan a la mesa del radioperiodista no están casi nunca en condiciones de ser leídos por micrófono, tal como han sido redactados. Ante cada material que se desea difundir, es preciso preguntarse si está escrito en un estilo que pueda leerse en tono de conversación; si está escrito para hablar y no para leer. De no ser así, hay que saber adaptarlo. He aquí algunas reglas básicas de la redacción para radio, a las que debemos atenernos, tanto para informar de una noticia como para comunicar conocimientos con fines educativos.

1. Vocabulario. Emplear palabras corrientes, de uso frecuente. Eliminar en la máxima medida posible los términos abstractos y técnicos. Y, cuando se juzgue que su uso es imprescindible, explicarlos, de modo que resulten comprensibles.

2. Longitud de las palabras. Preferir palabras cortas, de pocas sílabas. Los estudios realizados han demostrado que existe una relación entre la longitud de una palabra y la medida en que esa palabra es de uso corriente y comprendida por la mayoría.

3. Sintaxis. La estructura interna de la frase, su construcción, es muy determinante para su buena captación en radio. Prefiera siempre la construcción directa: sujeto, verbo, predicado. Evite el uso de frases subordinadas, los paréntesis, etc. Procure no poner una cláusula aclaratoria en medio de la

oración principal: mejor, divida la idea y organice el concepto en dos frases.

4. Longitud de las frases. En todos los medios masivos de comunicación se aconseja usar frases cortas. Las investigaciones coinciden en que hay una notoria relación entre la extensión de una frase y su grado de inteligibilidad y de retención. Si esto es así para todos los medios, en un medio oral como la radio adquiere aún mayor vigencia. Trate de escribir frases que en general no excedan de quince o veinte palabras. Si puede hacerlas aún más cortas, tanto mejor.

5. Manejo de cifras. Si debe dar cifras, simplifíquelas y redondéelas. No hable de un presupuesto de 5.174.218 pesos con 42 centavos. Diga "Alrededor de 5 millones".

Aun así, las cifras absolutas tienen poco valor; dice poco en radio. Es mejor manejar cifras relativas; porcentajes. Y estos, por supuesto, sin fracciones decimales. No diga el 48,81 por ciento. Diga el 49 por ciento. Y mejor aún, "aproximadamente el 50 por ciento".

Pero todavía mejor que los porcentajes son las proporciones. Mejor que decir el 50 por ciento es decir la mitad. Más gráfico que hablar del 76 por ciento es decir: las tres cuartas partes. En lugar de 31 por ciento diga "tres de cada diez"; en vez de 82 por ciento, diga "cuatro de cada cinco".

Algunos autores aconsejan también, en los casos en que hay que dar medidas y pesos, expresarlos en forma comparativa. Decir, por ejemplo, que un objeto mide tanto por tanto, es menos efectivo que decir que mide como un cartón de diez paquetes de cigarrillos; es más fácil que el oyente visualice una determinada altura si se le dice que ésta equivale a la de un edificio de ocho pisos; una distancia será mejor visualizada si se indica que es aproximadamente la que hay entre dos

ciudades que el oyente conoce; una superficie se apreciará mejor si se la compara con la de un departamento o provincia del propio país.

Un ejemplo de adaptación

Damos en la columna de la izquierda el texto de un cable, tomado al acaso, publicado en la prensa en julio de 1977; y a la derecha una posible versión para radio.

El presidente Ernesto Geisel, anulando la vigente ley de propaganda electoral, que concede anualmente dos horas de tiempo libre para transmisión por radio y televisión para propaganda política, utilizó sus poderes especiales para ordenar la suspensión del uso de estos medios a los dos únicos partidos autorizados de Brasil.

Los dos únicos partidos políticos autorizados en Brasil ya no podrán usar la radio y la televisión para su propaganda. Así lo dispuso el presidente Geisel. La ley de propaganda electoral concedía a los partidos dos horas por año en radio y TV. Para ordenar la anulación Geisel recurrió a sus poderes especiales.

Una fragosa oración de 49 palabras ha sido desglosada en cuatro frases breves y directas.

2. LA SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se considera generalmente que una emisora informa bien cuando da muchas noticias. En la perspectiva que se ubica este libro, el volumen cuantitativo de información no es el único índice que hay que tener en cuenta, ni el más relevante. Más que establecer cuántas noticias se transmiten, interesa sobre todo saber qué noticias se dan y cómo se dan.

Los contenidos

Investigaciones realizadas en cinco países latinoamericanos coinciden en señalar, en la información radiofónica, los siguientes rasgos:

- a) Preponderancias de noticias triviales e intrascendentes.
- b) Escaso interés por los aspectos económicos, las noticias relacionadas con el desarrollo, los problemas sociales, la educación y los asuntos laborales.
- c) En lo nacional, muy relativa preocupación por los problemas del interior del país y la población campesina: los noticieros están poco menos que monopolizados por la información capitalina, mientras que al interior se le concede ínfima importancia.
- d) En la información internacional, de por sí escasa, prevalencia fuertemente mayoritaria de noticias procedentes de Europa Occidental y Estados Unidos y muy poca presencia de las correspondientes a países de América Latina, así como también del Tercer Mundo y del mundo socialista.

De este diagnóstico surgen los criterios selectivos con que tendría que manejarse un buen servicio informativo. Este debería priorizar las noticias serias, que realmente importan, especialmente las que conciernen al desarrollo nacional; relevar los hechos políticos y económicos; conceder la debida importancia a los problemas sociales y a las cuestiones laborales y gremiales; dar el lugar que les corresponden a las noticias que se relacionan con la educación, así como también a las culturales, científicas y técnicas. En cambio habrá de otorgar mucho menos espacio a noticias triviales, a la información de espectáculos deportivos y a la crónica roja (crímenes, asaltos).

Otra pauta significativa estaría dada por la importancia que se le asigne, en el conjunto de la información nacional, al país y a la población rural. Y, en el campo internacional, por el interés que se les adjudique a las noticias procedentes de países Latinoamericanos y por el equilibrio que se establezca entre las distintas regiones del globo, incluido el Tercer Mundo y el área socialista.

El tratamiento de la información

Otro rasgo anotado por los estudios efectuados es la superficialidad con que se suministra la información. En la radio latinoamericana se ha impuesto la modalidad a la que muchos especialistas llaman aluvión informativo. En escueto estilo telegráfico se busca lanzar al aire en el menor número posible de minutos, el mayor número de noticias. El oyente es sometido a un bombardeo de micronoticias no ubicadas, no jerarquizadas, no explicadas, ni relacionadas. Falta el antecedente, el ordenamiento, la ubicación de cada noticia en su contexto. Como resultado, según la autorizada opinión de un prestigioso periodista, el oyente cree que escucha radio para informarse; pero es bombardeo, en realidad, más bien se lo desinforma.

Un buen servicio informativo, como un buen periódico, comenzará por poner las noticias en orden, presentándolas por secciones. Y, sobre todo, explicará cada noticia, ubicándola en el tiempo, en el espacio, en la historia. Dará de cada una sus antecedentes, sus motivaciones, su significación, sus consecuencias.

Complementará la información básica con crónicas, entrevistas y comentarios adicionales que permitan al oyente orientarse, comprender la noticia, formarse un juicio acerca de los acontecimientos que se le transmite.

De ahí el valor potencial que asignamos al formato de radio-periódico. Como ya se ha escrito en el capítulo 5, el

radioperiódico es un espacio largo -de hasta una hora de duración- bajo la dirección de un periodista capacitado, que cuenta con un cuerpo de cronistas, redactores y comentaristas y que, además de información, incluye editoriales, comentarios, crónicas, entrevistas, secciones de análisis, cartas de los oyentes, etc. Al superar la escueta lectura de los cables, un buen radioperiódico, bien diagramado y realizado puede ofrecer al oyente elementos de juicio que le permitan captar el significado de los hechos de su país y del mundo.

Ejemplo No. 4: Radiodrama periodístico

“El caso del que no pudo nacer”

Ya hemos hablado de la relatividad de los géneros en radio.

La serie “Jurado 13” puede ser considerada un programa periodístico por la temática que trata -que la acerca al radioreportaje - y es a la vez, por las técnicas que utiliza, un radiodrama.

El programa se ubica en un imaginario “tribunal del pueblo” donde se discuten distintos problemas latinoamericanos. Cada uno da lugar a un juicio, con su acusado, su fiscal, su defensor, sus testigos. Cada proceso se desarrolla en tres capítulos de 24 minutos de duración. El oyente es invitado a ser el décimo tercer jurado y a emitir él también su veredicto. En efecto, cada capítulo se inicia con esta presentación:

VOZ MUJER (POR PARLANTE) Jurado número trece, a la sala por favor. Jurado número trece, a la sala por favor.

CONTROL CARACTERÍSTICA MUSICAL / BAJA Y
QUEDA DE FONDO

LOCUTOR 1 Jurado número trece.

LOCUTOR 2 Jurado en este tribunal del pueblo, hay doce jurados y uno más: usted.

CONTROL LEVANTA CARACTERÍSTICA

En el proceso que transcribimos, se podrá apreciar cómo es posible presentar al oyente un tema complejo y una copiosa información económica, política y social, de una manera ágil, amena y accesible, utilizando la dramatización.

La obra fue escrita en 1970; los datos y cifras están, pues, atrasados. Pero lo que importa aquí no es la vigencia de los datos, sino la estructura del programa y la técnica dinámica utilizada para divulgar información y presentar un problema.

Serie : Jurado No. 13
 Capítulos : 19 y 20
 Título : El caso del que no pudo nacer
 Autor : Mario César (Mario Kaplún)
 Producción: SERPAL
 Disco : SERPAL No. 1310
 Duración : 23:46

PERSONAJES

- RELATOR
- JUEZ
- ACTUARIO
- OLMOS, Pedro. Un médico humanitario. Edad madura.
- ASUNCIÓN López de Estrella. Una madre humilde. 26 años.
- ARÉVALO, Arturo. Un médico joven, preparado. Vehemente, fogoso.
- LOCUTOR de anuncios de radio.
- FOSATTI. Joven ingeniero. Experto en datos y cifras.
- CARBONE, Miguel. Joven ingeniero agrónomo uruguayo.

- Acento uruguayo.
- SAAVEDRA, Jorge. Un prestigioso economista.
 - KENT, Stewart. Representante del Programa de Asistencia para el Desarrollo. Acento yanqui, sin exageración.

SECUENCIA I

Duración : 23:46

- OLMOS ¿Mi nombre, señor juez? Yo no tengo nombre . No tengo rostro. No tengo cuerpo. No tengo voz. Hablo con la voz que otro me presta. No existo. No soy. No me dejaron ser. No me dejaron vivir. No me dejaron nacer.
- CONTROL CORTINA MUSICAL
- JUEZ De modo que usted...
- OLMOS Sí, señor juez. Me presento ante el Tribunal del pueblo en nombre de mi defendido, a pedir justicia.
- JUEZ Usted no es de este país, ¿verdad?
- OLMOS No, señor juez. Pertenezco a otro país latinoamericano. Y mi defendido también. El caso no sucedió aquí. Pero pensé que el Tribunal del Pueblo igual me escucharía.
- JUEZ Pensó bien. Los Estados tienen jurisdicciones, fronteras. Los pueblos.... es otra cosa. Este Tribunal funciona para todo nuestro continente. Sus audiencias se escuchan en muchos países latinoamericanos. El Tribunal está abierto a todos los pueblos de América Latina.
- OLMOS Gracias.
- JUEZ Y bien: ¿quién es su defendido? ¿Cómo se llama?
- OLMOS Mi defendido no existe, señor juez. Se pudo haber llamado Juan Estrella....o José

Estrella...o María Estrella. Pero no llegó a tener nombre; ni cara; ni voz. Porque a su madre, Asunción Estrella, le aplicaron un método contraceptivo, y ...

JUEZ
OLMOS

Comprendo.

Si mi defendido pudiera hablar, diría: "A mí no me dejaron nacer. Y vengo a acusar, a reclamar por la vida que me negaron".

JUEZ

Está bien. El Tribunal del Pueblo oír su reclamo.

CONTROL
LOCUTOR

CORTINA MUSICAL

A continuación, esta emisora pasa a transmitir directamente desde el Tribunal del Pueblo.

1 ESTUDIO

AMBIENTE NUMEROSO (CONTROL, REFORZAR) SENSACIÓN TRANSMISIÓN EXTERIORES.

RELATOR

Bueno, esto hoy es un mar de gente. Cámaras de televisión, periodistas, fotógrafos. Y no solo de nuestro país. Han venido de toda América Latina. Se ve que el problema del control de la natalidad interesa a todo el continente, se está discutiendo en todas partes. Desde aquí puedo ver médicos, economistas, políticos, sacerdotes, hombres de gobierno. Hay incluso representantes de organismos internacionales, venidos expresamente de los Estados Unidos para asistir al debate. El Programa de Asistencia para el Desarrollo, con sede en Washington, ha enviado a un distinguido observador, el señor Stewart Kent, especialista en programas de control de la natalidad. En las últimas filas, se apretujan muchos sencillos padres y madres de familia, que quieren enterarse de esta tan discutida cuestión de la limitación de los nacimientos. Jurado No.13, usted es un privilegiado: hay

un lugar reservado para usted en primera fila, desde donde podrá seguir el juicio sin perder detalle. Venga.

EFECTO

TRES GOLPES DE MARTILLO

JUEZ

El Tribunal del Pueblo va a sesionar. Declaro abierta la audiencia.

2

EFECTO

UN GOLPE DE MARTILLO

JUEZ

El acusador.

OLMOS

Como usted ya sabe, el acusador no existe, señor juez. Hablará por mi voz.

ACTUARIO

¿Su nombre señor?

OLMOS

Pedro Olmos.

Actuario

¿Su profesión?

OLMOS

Médico. Médico de niños.

ACTUARIO

¿Ocupa algún cargo público en su país?

OLMOS

Ocupaba. Era director del Hospital de niños. Pero firmé con otros médicos una declaración de protesta contra la campaña de Control de la Natalidad. Me negué a retractarme. Me exigieron la renuncia.

JUEZ

Bien. Exponga su acusación, doctor Olmos.

OLMOS

No soy yo el que acusa. El que acusa es uno de los tantos niños (miles) que están dejando de nacer en mi país desde que comenzó a aplicarse en forma masiva el control de la natalidad. Escúchenlo. El viene a decirles: “Yo podría haber nacido como ustedes. Y no nací. Me despojaron del más elemental de los derechos: el derecho a la vida. ¡La vida! ¿Hay algo más grande que eso? ¡La vida! Quizá habría tenido una vida feliz. Acaso, no. O seguramente habría sido como la vida de todos: parte alegrías, parte sufrimientos. Pero habría vivido. Habría sabido lo que es la luz del sol, el afecto de un amigo, el beso de una novia”.

JUEZ

¿Y quién decidió que no viviera? ¿Sus padres,

- tal vez?
- OLMOS Esto es lo primero que debemos averiguar. He hecho venir a la que pudo ser su madre. Se encuentra en esta sala. ¿Puedo interrogarla?
- JUEZ Desde luego
- ACTUARIO La testigo
- EFFECTOS PASOS
- ACTUARIO ¿Su nombre?
- ASUNCIÓN Asunción López de Estrella.
- ACTUARIO Casada por lo tanto, ¿verdad? ¿Su edad?
- ASUNCIÓN 26 años.
- ACTUARIO ¿Hijos?
- ASUNCIÓN Tres
- OLMOS ¿Y esos hijos, sanos? ¿Normales? ¿Existe alguna tara congénita en la familia que hubiere podido hacer que el niño naciese anormal?
- ASUNCIÓN No. Doctor. Todos somos sanos, a Dios gracias.
- OLMOS ¿Y sus partos, Asunción, fueron normales? ¿Algún médico la previno de que debía evitar tener más hijos porque podría correr peligro su vida o su salud?
- ASUNCIÓN No, doctor. Soy joven y fuerte.
- OLMOS Es decir que no había ninguna razón médica para impedir el nacimiento “Y entonces -pregunta mi defendido- entonces, mamá, ¿por qué no me dejaste nacer?”
- ASUNCIÓN ¡No fui yo.....no fui yo!
- OLMOS ¿No fue usted? ¿Y quién entonces? Atienda bien lo que voy a preguntarle, señora, porque es decisivo. ¿Usted decidió que no quería tener a este hijo libremente, por propia voluntad, porque su esposo y usted lo hablaron y decidieron que no podían o no debían criar más hijos por ahora? ¿Fue usted espontáneamente a esa clínica a decir que no quería tener más hijos y a pedir ayuda? Porque si es así,

- retiro la acusación y este juicio termina aquí mismo.
- ARÉVALO ¡Ridículo, señor juez! ¡Protesto! ¡Por supuesto que la señora era libre de hacer o no lo que hizo! ¿Quién podía obligarla? ¿Cómo?
- EFEECTO MARTILLO
JUEZ Es la testigo la que debe responder. Conteste, señora.
- ASUNCIÓN Bueno. Yo vivo en un barrio pobre (yo también soy pobre...) De pronto en el barrio hicieron una clínica... hay que verla...un lujo. Blanca, reluciente...Preciosa. Una clínica...¿Cómo le dicen?
- OLMOS Materno-infantil.
 ASUNCIÓN Eso: materno-infantil.
 OLMOS ¿Y no se fijó en la placa que hay a la entrada?
 ASUNCIÓN Sí, es cierto, hay un placa, pero.....
 OLMOS Dice: “Esta clínica ha sido donada al Ministerio de Salud Pública por el Programa de Asistencia para el Desarrollo”. Siga, señora.
- ASUNCIÓN Yo fui un día con mi niña menor porque a ella le dolía la garganta. Y me la atendieron muy bien. Y me dieron la penicilina gratis. Y hasta me hicieron un regalo. Me regalaron un montón así de leche en polvo...norteamericana. Muy buena.
- OLMOS ¿Que amables, eh?
 ASUNCIÓN Después la doctora me dijo que tomara asiento, que tenía que hablar conmigo. Me preguntó cuántos hijos tenía. “Tres”. “Ya es bastante para una mujer pobre - me dijo -. ¿Sabes que ahora es muy fácil arreglar las cosas para que tú no te sigas cargando de críos? Es un crimen que sigas teniendo más hijos”. Y yo me asusté y me levanté corriendo y me fui. ¿Un crimen? ¿Cómo va ser un crimen tener hijos?
- OLMOS ¿Le contó lo sucedido a su esposo?

- ASUNCIÓN Sí. Y él se enojó y dijo que no volviera más allí, qué él no quería. Pero la doctora empezó a venir a casa cuando mi marido no estaba.
- OLMOS ¿Vino muchas veces?
- ASUNCIÓN Sí. Muchas veces. Y siempre lo mismo. Que lo pensara. Que había maneras de evitar los hijos. Me habló de unas pildoritas y de unos aparatitos. Que no dolía ni nada. Que es una barbaridad llenarse de hijos. Después yo empecé a oír las cosas que decían por la radio...
- OLMOS Debo aclarar que en mi país se está haciendo una gran campaña de propaganda a favor del control de la natalidad. Tengo grabados algunos anuncios. Escuchen éste por ejemplo...
- EFEECTO SE ESCUCHA GRABACIÓN POR PARLANTE
- LOCUTOR Sea una buena ciudadana. Cumpla con la patria. Limite los nacimientos.
- OLMOS O este otro:
- LOCUTOR Familias numerosas, familias indigentes. Solo saldremos de la pobreza si frenamos la natalidad.
- ASUNCIÓN Sí, así eran. También empecé a ver carteles por la calle. Había uno que me impresionó mucho con un chico todo andrajoso y enfermo que decía: “Mamá, ¿por qué me hiciste?” Y me empecé a asustar. Y la doctora volvía y se enojaba y decía que yo era una ignorante que no comprendía nada y que era por mi bien y por el bien de mi familia y por el bien de mi país. Que si la gente seguía teniendo hijos sin parar el país se iba a hundir en la miseria y entonces qué sería de todos..... de mis propios hijos también..... Y la doctora me dijo que si yo era buena y hacía caso me iban a regalar leche en polvo todos los días. Pero que si no hacía caso y seguía teniendo hijos que tuviera

cuidado, que quién sabe si el gobierno se enojaba y a mi marido le sacaban el salario familiar. ¿Y qué iba a ser de nosotros si nos sacaban el salario familiar? Y al final, no le conté nada a mi esposo

3
OLMOS y le hice caso a la doctora (IRÓNICAMENTE) Ya lo ve el jurado. ¡No! ¡De ninguna manera! Esta mujer no fue empujada, no fue presionada! ¡Actuó libremente, por su propia voluntad! ¿Y? ¿Resultó la cosa?

ASUNCIÓN Es cierto: no volví a quedar encinta. Pero hasta hoy me sigo preguntando si hice bien o hice mal. Doctor, ¿hice bien o hice mal?

ARÉVALO ¡Hizo bien, señora, quédese tranquila, hizo perfectamente bien! ¿Me permite, señor juez?

CONTROL CORTINA MUSICAL
= = = = = TEXTO COMERCIAL= = = = =
CONTROL CORTINA MUSICAL

RELATOR Una nueva voz interviene en el proceso.
ARÉVALO Arturo Arévalo. Médico, como mi compatriota. El colega me conoce perfectamente. Soy el Director de la Campaña Nacional de Control de la Natalidad. Vengo a este Tribunal a asumir la defensa de mi gobierno y a demostrar que esta mujer hizo perfectamente bien. Que puede estar contenta. Que ha prestado un servicio a la patria. ¿Puedo hablar, señor juez?

JUEZ Tiene la palabra la defensa.
ARÉVALO La acusación quiere conmover nuestros sentimientos con la novela del hijo que no nació. Pero yo voy a hablarles, no de criaturas ficticias, sino de cifras reales. Señor juez: en 1965 la población mundial sobrepasaba los 3 mil millones de seres humanos. Pero para el año 2.000, vamos a ser 7 mil millones. ¿Ustedes llegan a visualizar un mundo poblado por 7

mil millones? ¿Es escalofriante, verdad? Pero si el problema es grave a escala mundial, es infinitamente más grave para los países latinoamericanos. Porque América Latina es la región del mundo cuya población aumenta más rápidamente. No he venido solo. He venido con técnicos, con expertos. El ingeniero Fossatti es considerado una eminencia internacional en estos asuntos. Ingeniero, ¿Cuál es el índice anual de aumento de la población en Europa, por ejemplo?

FOSATTI
ARÉVALO
FOSATTI
ARÉVALO
FOSATTI
ESTUDIO
ARÉVALO

7 por mil.
¿El de América del Norte?

14 por mil
¿Y el de América Latina?

28 por mil.
COMENTARIOS

¡Nuestra población se multiplica el doble que la de Norteamérica y cuatro veces más que la de Europa! Europa tendrá que esperar cien años para duplicar su población, y la de mi país se duplica en 20 años! Ingeniero, ¿cuál era la población de América Latina en 1920? Eramos apenas 90 millones.

FOSATTI
ARÉVALO
FOSATTI
ARÉVALO

¿Y en 1960?

210 millones

¿Se dan cuenta? En sólo 40 años la población creció más del doble.... casi dos veces y media. Bueno, 210 millones en el 60. ¿Cuántos somos ahora?

FOSATTI
ARÉVALO

Ya hemos pasado los 300 millones.

Si seguimos multiplicándonos de esa manera vertiginosa, si no contenemos la natalidad, ¿cuántos seremos en 1980?

FOSATTI
ARÉVALO

380 millones

¿Y en el 2000? (Uno dice en el año 2000 y le parece una fecha muy remota, pero está

- ahí...los que nacen hoy estarán en plena juventud en el 2000).
- FOSATTI En el 2000, si seguimos a este ritmo, seremos 640 millones.
- ARÉVALO ¿Se dan cuenta? cada pocas décadas, estamos duplicando, triplicando nuestra población. Y si ahora tenemos los problemas que tenemos, ¿cómo será con dos veces, con tres veces más población? Eso es lo que se llama "la explosión demográfica". ¡Ese es el fantasma que amenaza precipitarnos en la miseria! Ese es el verdadero enemigo del progreso de nuestros pueblos! ¡Hay que alimentar, hay que dar de comer a todas esas bocas! Si el hijo de Asunción hubiera nacido, habría pedido de comer. Ingeniero....
- FOSATTI Para mantener apenas los niveles de nutrición actuales de nuestra población.....
- ARÉVALO ...Que ya sabemos que son bajos, que hay escasez, que hay hambre....Siga, ingeniero....para apenas poder seguir comiendo tan mal como ahora
- FOSATTI ...sería preciso duplicar nuestra producción de alimentos en los próximos 15 años y triplicarla en los próximos 25. Necesitaríamos por año 33 millones más de toneladas de cereales, fruta y leche...15 millones más toneladas de carne y azúcar....
- ARÉVALO ¡Es una montaña de alimentos! ¿De dónde los vamos a sacar? Claro, eso el doctor Olmos no lo dice. Salud. Si el imaginario defendido de mi colega viviera, querría vivir sano.
- FOSATTI Para satisfacer la demanda de salud de esa población, necesitaríamos aumentar de aquí al año 2000 la capacidad hospitalaria en 2 millones de camas.
- ARÉVALO O sea, levantar como 3.000 nuevos enormes

- hospitales. Educación. El supuesto hijo de los Estrella reclamaría aprender. No querrá ser un analfabeto. Habrá que hacer escuelas.
- FOSATTI Hoy tenemos 33 millones de niños, que ya son un problema para darles la escuela y educación a todos. Si no detenemos la marea, en el 2000 serán 5 veces más. ¡Serán 150 millones reclamando escuelas! (PAUSITA) Ahora contamos con un millón y medio de maestros y profesores. En el año 2000 precisaremos de 7 millones.
- ARÉVALO ¿Y cuánto cuesta todo eso?
- FOSATTI Bueno. Actualmente los países latinoamericanos apenas consiguen destinar a la educación 1.600 millones de dólares anuales. En el año 2000, harían falta 13 mil millones por año.
- ARÉVALO Y, doctor Olmos, usted que a toda costa quiere que sigan naciendo niños, ¿con cuántos milloncitos de dólares piensa contribuir para mantenerlos y educarlos?
- CONTROL CORTINA MUSICAL IRÓNICA
 = = = = = TEXTO COMERCIAL = = = = =
CONTROL CORTINA MUSICAL
 ARÉVALO Pero sigamos, señor juez. Sigamos el porvenir venturoso y feliz de Juan Estrella. Si logró sobrevivir, Juan va a necesitar empleo. Trabajo.
- FOSATTI Si la población de América Latina sigue aumentando a este ritmo, para el año 2000 se necesitará más de 200 millones de nuevos empleos.
- ARÉVALO ¿Cómo crear todas esas fuentes de trabajo? ¿Con qué capitales? ¿Con qué inversiones? ¿Con lo que ahorra el matrimonio Estrella que lo que ganan apenas les alcanza para vivir? Si ahora ya tenemos tantos desocupa-

dos, ¿cuántos más habrá si la población se sigue multiplicando a esa velocidad insensata? Luego, Juan necesitará casa. Techo.

FOSATTI En el próximo cuarto de siglo, harán falta 100 millones de nuevas viviendas.

ARÉVALO ¿Cien millones de viviendas? Pero eso es sencillamente utópico.

FOSATTI Por supuesto. Imposible pensar en construir las en ese lapso.

ARÉVALO Lo cual quiere decir que las villas-miseria, las barriadas de tugurios, se multiplicarán.

FOSATTI ¡En el año 2000 tendremos 91 millones de familias, 450 millones de hombres, mujeres y niños, más de las dos terceras partes de la población total, hacinadas en tugurios!

ESTUDIO COMENTARIOS

ARÉVALO ¡Y esto no es ciencia-ficción, señores! Y no hablemos del transporte, del agua, de los servicios sanitarios, de la luz eléctrica. Juan Estrella tendrá que desplazarse de un lado a otro, viajar... Querrá beber agua potable, lavarse, tener luz. O llegará el día en que nos pregunte: ¿Para qué me dieron vida? ¿Para vivir así, sin pan, sin salud, sin escuela, sin techo, sin trabajo? ¿No es mucho mejor, entonces, Juan Estrella, que hayamos hecho lo que había que hacer para que tú no nacieras? El doctor Olmos dice que es un crimen no haberte dejado nacer. ¡Yo dije que es un acto de humanidad!

ESTUDIO COMENTARIOS (LA MAYORÍA APRUEBA)
MARTILLO DEL JUEZ

ARÉVALO La señora Estrella se pregunta si hizo bien o hizo mal. Y yo le digo: “¡Hay que felicitarla por lo que hizo, señora!” ¿Qué es mejor? ¿Qué sigamos multiplicándonos, haciendo hijos para que se mueran de hambre, o limitar la natali-

dad.. que seamos menos y que nos alcance para dar un plato de comida a cada uno? Se pretende enjuiciar al gobierno de mi país por haber implantado el control de la natalidad. Yo digo que mi gobierno está cumpliendo con su deber, haciendo una obra patriótica, y que todos los países de América Latina deberían seguir nuestro ejemplo. ¿Qué otro camino, qué otra solución, frente a esta explosión, que ponerle un dique, un muro de contención, para parar la marea? ¿Que a veces usamos métodos un tanto... a presión con las madres? Pero, señores, si hoy veo a alguien a punto de suicidarse, de tirarse bajo el tren, ¿me reprocharán haberle dado un golpe en la cabeza para salvarlo? ¡Y lo que están haciendo las familias que siguen teniendo hijos sin control es suicidarse! ¡América Latina está yendo al suicidio colectivo! Y no en vano empleo la palabra suicidio . Porque si las dejamos seguir multiplicándose, llegará el día en que esas masas hambrientas, desesperadas, estallarán y arrasarán con todo. ¡El crecimiento de los países pobres es una amenaza para la paz del mundo!

ESTUDIO

APLAUSOS / CHISTIDOS / MARTILLO DEL JUEZ

JUEZ

La sala debe abstenerse de manifestaciones. Doctor Olmos: Ya ha oído usted el alegato de la defensa. ¿Desea que se le concede la oportunidad de responder en la próxima audiencia?

OLMOS
ARÉVALO

¡Por supuesto que sí, señor juez!
¿Ah, sí? ¡No sé qué podrá contestar después de los argumentos aplastantes que he dado! ¿O qué pretende el acusador? ¿Que dejemos que los pobres sigan teniendo hijos como conejos?
¡Ya oirá mi respuesta en la próxima audiencia

OLMOS

	señor defensor!
<u>EFFECTOS</u>	<u>UN GOLPE DE MARTILLO</u>
JUEZ	El Tribunal del Pueblo pasa a cuarto intermedio
<u>EFFECTO</u>	<u>TRES GOLPES DE MARTILLO / COMENTARIOS VIVACES AL RETIRARSE</u>
RELATOR	Todo el mundo se retira de la sala discutiendo acaloradamente. Me imagino que usted también tendrá para discutir, Jurado No. 13. La gente se pregunta qué argumentos podrá presentar el Dr. Olmos frente al apabullante cúmulo de datos esgrimidos por el defensor. Apuesto a que nadie se va a perder la próxima audiencia. Será hasta entonces.
CONTROL	CIERRE MUSICAL

SECUENCIA II

Duración : 23:28

LOCUTOR	A continuación esta emisora pasa a transmitir directamente desde el Tribunal del Pueblo.
<u>ESTUDIO</u>	<u>AMBIENTE (MUCHO PÚBLICO)</u>
RELATOR	En medio de una sala totalmente colmada y de enorme expectativa, está a punto de continuar este resonante proceso en torno al control de la natalidad. Existe gran curiosidad por saber qué argumentos podrá presentar el acusador, doctor Olmos, para refutar la brillante defensa que hizo en la audiencia de la semana pasada el doctor Arévalo . Sinceramente, tenemos la impresión de que Arévalo ha convencido. Al menos, esta mañana, leyendo los comentarios de los periódicos, la mayoría se pronuncia a favor del control de la natalidad. Y usted, Jurado No. 13, ¿qué piensa? ¿Está de acuerdo? No olvide que al final,

usted también tendrá que dar su fallo, de modo que esté muy atento a todo lo que se diga en esta audiencia que ya comienza.

ESTUDIO

JUEZ

TRES GOLPES DE MARTILLO

El Tribunal del Pueblo está sesionando. Declaro levantado el cuarto intermedio. Continúa la audiencia.

ESTUDIO

JUEZ

ACTUARIO

OLMOS

UN GOLPE DE MARTILLO

Tiene la palabra el acusador.

El doctor Olmos.

Sí, señor juez. Señor juez, señores jurados, yo comprendo que la defensa tiene que haberlos impresionado, impactado. “¡En América Latina está naciendo demasiada gente! Somos la región del mundo cuya población se multiplica más rápidamente...” Impresiona, ¿verdad? Asusta. Pero, para empezar: nos hablan de exceso de población. ¡Y olvidamos que casi todos nuestros países son países despoblados! De eso no se habla, de eso no se nos dice nada. América Latina es la región del mundo donde la población aumenta más de prisa, es cierto. ¡Pero también es una de las menos pobladas, más vacías, más desiertas, más necesitadas de poblarse! Me voy a valer de la erudición del propio testigo de la defensa. Ingeniero Fosatti, ¿podría pasar aquí un momentito?

FOSATTI

OLMOS

(SORPRENDIDO) ¿Yo?

Sí, usted. Aunque sea testigo a favor de la defensa, yo también puedo interrogarlo. Usted me va a ayudar. Venga.

EFECTO

OLMOS

PASOS

Usted es una eminencia en demografía. Ingeniero: ¿cuál es la densidad de la población de Europa?

FOSATTI

OLMOS

Pero no sé qué tiene eso que ver con...

No importa; tenga la gentileza de contestar.

FOSATTI Europa tiene 61 habitantes por kilómetro cuadrado.

OLMOS ¿Y América Latina?

FOSATTI 9 habitantes por kilómetro cuadrado.

OLMOS ¡61 contra 9! Somos un continente inmenso y desierto. Y nos quieren alarmar porque nace gente. ¡Si necesitamos urgentemente que nazca gente! ¿Tiene presente, ingeniero la densidad de Holanda?

FOSATTI No recuerdo exactamente. Sé que son más de 300 habitantes por kilómetro cuadrado, pero..

OLMOS Exactamente, 366. ¡Y Holanda es un país próspero! ¿Inglaterra? 316 habitantes por kilómetro cuadrado. Japón, 265. Israel, 124. Y comparemos ahora: Venezuela, 10 habitantes por kilómetro cuadrado. Brasil, 10 Perú. 9. Argentina, 8. Paraguay, 5. Bolivia, 3!

ESTUDIO COMENTARIOS

OLMOS ¡Si aquí sobra tierra, si sobra lugar para todos! ¡Si tal vez nuestra pobreza no venga de que nazcan demasiados, sino al contrario, de que todavía somos demasiados pocos, de que necesitamos ser más!

ARÉVALO ¿Me permite, señor juez?

JUEZ Diga el defensor.

ARÉVALO El problema es cómo, pobres como somos, vamos a alimentar, a educar, a dar ocupación a todos los que nacen.

OLMOS Sí, ya sé... No se impaciente, Arévalo, ya iremos llegando a eso. Pero antes, hay un montón de cosas que aclarar. Ingeniero Fossatti: Antes de la primera guerra mundial, ¿cuál de estos tres países tenía menos nacimientos? ¿Inglaterra, Alemania o Francia?

FOSSATTI ¡Francia, evidentemente!

OLMOS Entonces, según los argumentos del doctor Arévalo, Francia tendría que haber prospera-

do más, ¿verdad? Y fue exactamente al revés: era el más pobre de los tres. Y a la inversa: después de la segunda guerra mundial, Francia fomentó la natalidad. Su población aumentó a gran velocidad. ¿Y qué le pasó a Francia? ¿Se arruinó? ¡Al contrario logró el desarrollo económico más grande de toda su historia! ¿Qué concluir? Que el aumento de población, lejos de engendrar miseria, favorece el progreso económico de los pueblos.

ARÉVALO
OLMOS

¿Qué lo favorece?

¡Señores, lo que hace la riqueza de un país es el trabajo de sus habitantes! ¡El principal capital de un pueblo es el capital humano!

ARÉVALO

¡Literatura, frases! ¡Lo quiero ver, teniendo que alimentar millones de bocas más!

OLMOS

Es en los momentos difíciles cuando el hombre aguza su inventiva, se esfuerza más. Los que tienen hijos se sienten responsables de ellos y eso los agujonea a luchar para buscar el sustento... ¡los empuja a progresar!

ARÉVALO

¡Eso es pueril! es como el dicho de que cada niño trae su pan bajo el brazo.

OLMOS

Los dichos populares suelen encerrar una profunda sabiduría. Los niños no vienen con su pan bajo el brazo, pero nos dan la fuerza para salir a luchar por ese pan. Un economista tan eminente como el estadounidense Colin Clark, sostiene que el crecimiento de la población, no sólo no impide el desarrollo económico, sino que al contrario, genera desarrollo. “Hasta que la densidad de la población no alcanza un cierto nivel - dice Clark - ninguna civilización es posible”. ¡Y a pesar de eso, a nuestros países despoblados y casi desiertos, se les quiere imponer el control de la natalidad!

- ARÉVALO ¿Pero dice ese señor Clark cómo alimentar a una población como la nuestra, que está aumentando a la velocidad insensata de casi 30 por mil al año?
- OLMOS ¡30 por mil al año! Dígame, doctor Arévalo, ¿cuál sería para usted la velocidad ideal de aumento de la población de América Latina, la que nos pondría a salvo de la pobreza y permitiría el desarrollo y la prosperidad de nuestros pueblos?
- ARÉVALO Bueno... El ideal... Si usted me habla del ideal, yo diría que lo ideal sería que, gracias al control de la natalidad, pudiéramos reducir los nacimientos a la mitad.
- OLMOS Es decir, a 15 por mil. ¿Y qué le parece si bajamos todavía un poco más? Al 13 por mil. Total, ya que estamos soñando...
- ARÉVALO Ah, eso sería formidable. Maravilloso. ¡Ah, si pudiéramos...! Pero no me hago ilusiones. Desgraciadamente, es un sueño imposible. Por más campañas de control de natalidad que hagamos, la población nunca va a responder hasta ese punto.
- OLMOS Así que un país de América Latina que lograra limitar anualmente la población a sólo el 13 por mil, estaría salvado... no tendría problemas... sería el paraíso (CON ENERGÍA) ¡Por favor! Señor juez... ¡mi testigo de Uruguay!
- CONTROL CORTINA MUSICAL
 = = = = = = TEXTO COMERCIAL = = = = = =
CONTROL UN TANGO (BAJA LENTAMENTE Y QUEDA UN POCO)
- OLMOS Sucede, señores, que ese país ideal con que sueña mi colega, ya existe. Uruguay. Al sur de América Latina. Un país pequeño: menos de 3 millones de habitantes. En materia de au-

- mento de la población, una excepción... el más bajo de América Latina: 13 por mil. Tres veces menos que Venezuela, por ejemplo. Mientras en mi país cada familia tiene 4 o 5 hijos, la familia promedio uruguaya tiene 1 o 2. Si fuera cierto que la baja natalidad trae desarrollo, bienestar, progreso, Uruguay tendría que ser el paraíso latinoamericano. Bueno, vamos a ver cómo les va a los uruguayos. Ayer, por casualidad, en un café del centro, conocí a este joven. Uruguayo. Se llama Miguel Carbone. Es ingeniero agrónomo y acaba de llegar a esta ciudad. ¿De paseo, Carbone?
- CARBONE No. He venido a radicarme aquí definitivamente.
- OLMOS Abandonó su país.
- CARBONE Sí. Me fui del Uruguay. (CON PENA) Quizá para siempre. Si encuentro trabajo aquí, me quedo.
- OLMOS ¿No le gusta el Uruguay?
- CARBONE Cómo no me va a gustar. Es un país precioso. Y además, es mi país. Lo quiero del alma. Pero, ¿qué voy a hacer si allí no consigo trabajo?
- OLMOS ¡Cómo! ¿Un ingeniero agrónomo que no consiga trabajo en un país rural como el Uruguay?
- CARBONE No soy sólo yo. Si nadie encuentra trabajo allí ahora. Si todos tenemos que emigrar, irnos a buscar trabajo fuera del país. Hay menos de 3 millones de uruguayos adentro... y un millón afuera! Es una tragedia lo que estamos viviendo. Todos se van: profesionales, obreros. Los mejores, los más capaces. Nos vamos... con el corazón destrozado. Pero, ¿qué remedio?
- ARÉVALO Bueno. Emigración, gente que se va, hay en toda América Latina. ¡Es un mal general!
- OLMOS Sí, pero justamente: Uruguay está igual. No

se ha librado de ese mal. Según su tesis, Arévalo, el país con más baja natalidad de América Latina tendría que estar floreciente en pleno desarrollo. Y está tan mal como el resto. O peor.

CARBONE Peor. ¿Sabe cuál es el porcentaje de desocupación de mi país? El 15 por ciento. O más.

ESTUDIO COMENTARIOS

OLMOS ¡Pero entonces, quiere decir que la baja natalidad no arregla nada!

CARBONE No sé. Lo que sé es que estamos en una crisis pavorosa.

OLMOS ¡Pero si con esa baja natalidad, a ustedes les tendría que sobrar de todo... estar en pleno desarrollo!

CARBONE ¿Desarrollo? La producción del país está estancada. Uruguay no sólo no adelanta. Al contrario. Retrocede. Va para atrás. Los demás países de América Latina, algo progresan. Muy poco, pero algo. Nosotros... En la estadística de desarrollo económico del año 67, en el último puesto de la tabla, debajo de Haití, está Uruguay. Con signo menos.

OLMOS ¡De modo que el país de más baja natalidad de América Latina, es el país que le va peor!

ARÉVALO Será que es un país excepcionalmente pobre, sin recursos...

CARBONE No. Recursos sobran. Tierra en abundancia. Fértil como pocas en América Latina. De eso le puedo hablar con conocimiento, soy ingeniero agrónomo. Pero, ¿qué pasa? Los recursos están mal aprovechados. Por ejemplo, la tierra mal repartida.

OLMOS El latifundio. El mal de toda América Latina.

CARBONE El 4 por ciento de los propietarios acaparan el 57 por ciento de la tierra. Y no la hacen

- producir. Después, otro problema. Nuestros productos son lana, carne, cueros. Eso es lo que tenemos para vender. De eso vivimos .
- OLMOS Materias primas. ¿Y por qué no las industrializan?
- CARBONE Ah ... si por ejemplo, pudiéramos vender nuestra lana industrializada, transformada en casimir. Entonces, habría industria, habría trabajo. Pero los países ricos nos ponen barreras. No nos quieren comprar ropa hecha ni telas. Nos compran lana sucia, en bruto, tal como sale de la oveja. No nos quieren comprar calzado. Nos compran los cueros. Y a los precios que ellos fijan. Nos pagan una miseria. Las materias primas se pagan cada vez menos en el mercado internacional. En cambio, los productos industrializados que tenemos que importar, nos cobran cada vez más caros. Y entonces, no nos alcanza, y hemos tenido que salir a pedir préstamos... Y los intereses que hay que pagar por esos préstamos nos tienen ahorcados. Asfixiados.
- OLMOS Así que la crisis viene por otro lado. No son los nacimientos los que provocan la pobreza. El Uruguay también esta pobre, en crisis. A pesar de su baja natalidad. La baja natalidad no ha servido para resolver nada.
- CARBONE Al contrario. Para lo único que sirvió es para agravar nuestros males. Nos trajo otro problema más encima: el envejecimiento de la población.
- OLMOS Sí. La población de un país es como una persona: tiene edad. Hay poblaciones más viejas y poblaciones más jóvenes. La edad de una población es la edad de sus habitantes. Y, lógicamente, cuando desciende la natalidad,

la edad promedio aumenta; la proporción de viejos en el conjunto de la población se hace mayor. Cuento, Carbone.

CARBONE En Uruguay, por cada 4 uruguayos que trabajan, hay un anciano jubilado, un anciano que no trabaja y al que hay que mantener. Es una carga económica tremenda. Un peso muerto.

OLMOS Así que esos son los beneficios de la baja natalidad.

CARBONE Yo, como uruguayo, quisiera decirles a todos los latinoamericanos: ¡Cuidado, hermanos! No se dejen estafar por los propagandistas del control de la natalidad. ¡Son mentiras! Miren al Uruguay. Con bajísima natalidad, lo mismo tenemos crisis, pobreza, desocupación, jóvenes que emigran, agitación social. ¡Restringir la natalidad no arregla nada!

ESTUDIO COMENTARIOS VIVOS

CARBONE Y sin embargo... sin embargo, ¡al Uruguay, a ese país despoblado, envejecido, con la tasa de nacimientos más baja de América Latina, lo mismo le están queriendo aplicar programas de control de la natalidad!

OLMOS ¡Inaudito! Entonces, hay que pensar que el control de la natalidad no busca sinceramente mejorar nuestra situación, sino que responde a otros propósitos, a otras intenciones!

ARÉVALO (OFENDIDO) ¿A qué intenciones se refiere? ¿Qué quiere insinuar?

OLMOS Ya lo veremos. Entre tanto, muchas gracias, ingeniero Carbone. Muchas gracias por la angustiada voz de advertencia que ha venido a traernos desde su Uruguay.

CONTROL FINAL DEL TANGO

= = = = = CORTINA MUSICAL = = = = =

CONTROL CORTINA MUSICAL

OLMOS Bien, señor juez, señoras del jurado; creo que

después de haber oído a este testigo, ya no se sentirán tan seguras de que frenar la natalidad es la gran solución, como sostiene la defensa.

ARÉVALO

Y dejar que la población siga aumentando ¿qué arregla? Le pregunto por enésima vez: ¿con qué vamos a alimentar a esa población en permanente aumento? Si no ponemos un dique a la explosión dentro de 25 años tendremos el doble de bocas para llenar. ¿Y con qué? Ese es otro de sus grandes mitos, Arévalo. Pero así como recién, con el testigo uruguayo le destrocé otro mito, ahora también le voy a desinflar éste. Mi siguiente testigo, por favor.

OLMOS

Profesor Javier Saavedra.

ACTUARIO

EFECTOS

OLMOS

PASOS

Profesor, usted es un economista conocido y prestigioso. ¿Qué puede decirnos sobre los recursos de América Latina?

SAAVEDRA

Pero, doctor, si usted ya lo ha dicho: ¡aquí sobra tierra! Yo sufro cada día al pensar que en América Latina hay gente que pasa hambre... y apenas estamos aprovechando el 10 por ciento de las tierras cultivables. ¡Un verdadero crimen! 90 por ciento de tierra improductiva. ¡Con sólo hacerla producir, ya tendríamos recursos para alimentar DIEZ VECES más población!

ESTUDIO

OLMOS

SAAVEDRA

COMENTARIOS

No hace falta agregar nada más. Profesor.

Pero hay más; aun las pocas tierras que se cultivan, se las cultivan mal, con sistemas anticuados, anacrónicos. ¡Bastaría la aplicación racional de ciertas técnicas para aumentar la productividad en un 50 por ciento! O más. En Uruguay, para citar el país del joven testigo anterior, una hectárea sembrada de

- trigo rinde 8 quintales. ¡En Holanda, de esa misma hectárea están sacando 45 quintales!
- OLMOS Pero, profesor, ¿por qué tanta tierra improductiva, mal explotada?
- SAAVEDRA Ya lo dijo el joven uruguayo. Porque la tierra está mal distribuida. América Latina es la región del mundo donde más tierra está concentrada en menos manos. Eso es lo que frena el desarrollo agrícola de América Latina.
- OLMOS ¡Y en lugar de repartir y aprovechar mejor la tierra, nos dice que la solución es limitar los nacimientos!
- SAAVEDRA Vea, por ejemplo, lo que pasa en mi propio país. Según calculan las fuentes oficiales, en mi país mueren diariamente cien niños de inanición.
- ARÉVALO ¡Pues muchos más van a morir si siguen naciendo a ese ritmo!
- SAAVEDRA Sí. Pero entre tanto, en mi país, hay 15 millones de hectáreas de tierras fértiles (15 millones de hectáreas ... más que la superficie entera de Grecia) completamente desaprovechadas. Grandes latifundios. ¿Para qué las usan sus dueños? Para que pascen su ganado. Cada animal dispone de una hectárea y media para pastoreo. ¡Mientras 300 mil familias campesinas poseen menos de una hectárea cada una!
- OLMOS Y entre tanto, los niños se mueren de hambre.
- SAAVEDRA Ya ve, doctor, que no es cuestión de suprimir bocas, sino de hacer rendir la tierra lo que debe rendir. Y hablé sólo de la agricultura. ¡Pero cuántos otros recursos tenemos! América Latina posee la cuarta parte de los bosques del planeta. La reserva maderera más grande del mundo. Desaprovechada. Inexplotada. ¡Importamos madera! En nuestro subsuelo, hay

riquezas incalculables enterradas. Petr6leo, hierro, cobre, esta6o, oro, plata, zinc, plomo. Y no hablemos de los recursos del mar. El d6a que Am6rica Latina pueda explotar libremente todas esas riquezas que son suyas, podr6a ser una de las regiones m6s ricas del mundo.

6

OLMOS

Y sin embargo, nos pintan un cuadro de cat6strofe, de miseria. Y nos dicen que la 6nica soluci6n es controlar la natalidad. 6Por qu6 esa insistencia? 6Por qu6 ese empe6o? Se6or juez, aqu6 en la sala se encuentran personalidades extranjeras muy importantes, autoridades de grandes organismos internacionales. Habr6a que 6irles, pedirles una explicaci6n. Por ejemplo, est6 Mr. Stewart Kent, del Programa de Asistencia para el Desarrollo. A los desvelos de su organizaci6n le debe mi defendido el "favor" de no haber nacido. Fue en una cl6nica donada por el PAD donde... En nombre de mi defendido, yo quisiera preguntarle algunas cosas a Mr. Kent. Si 6l tuviera la gentileza...

JUEZ

Pero el se6or Kent no est6 aqu6 como testigo sino como observador.

OLMOS

Desde luego, no podemos obligarlo. Pero si 6l, voluntariamente...

RELATOR
KENT

El Sr. Kent se pone de pie. 6Hablar6 espaf1ol? Por mi parte, con mucho gusto.

RELATOR
KENT

S6, parece que s6. Pero primero tendr6a que consultar... comunicarme con nuestra sede en Washington... pedir autorizaci6n a mis superiores.

OLMOS

Muy bien. Se6or juez: solicito un cuarto intermedio para que el se6or Kent gestione esa autorizaci6n a fin de responder a mis preguntas.

JUEZ	Concedido.
<u>EFEECTO</u>	<u>MARTILLO</u>
JUEZ	El Tribunal del Pueblo pasa a cuarto intermedio.
<u>EFEECTO</u>	<u>TRES GOLPES DE MARTILLO / AMBIENTE EN SALA</u>
RELATOR	El interés del proceso sigue en aumento. La posibilidad de que el señor Kent declare en el proceso, crea una nota de expectativa. Entre tanto tenemos la sensación de que las opiniones a esta altura están más divididas. Si los argumentos del doctor Arévalo en la audiencia pasada impactaron, después de las revelaciones del doctor Olmos y, sobre todo, después de la intervención del testigo de Uruguay, muchos han quedado dudando. ¿Y usted, Jurado No. 13? Piense en todo lo que acaba de oír, porque la próxima audiencia será la del fallo.
7 <u>CONTROL</u>	<u>CIERRE MUSICAL</u>

Comentarios

1. El anuncio del locutor de que “la emisora pasa a transmitir directamente”, la ambientación sonora y el tono del relator confieren a la emisión la apariencia de una transmisión “en vivo” de exteriores y la vigencia actual de un hecho que está sucediendo en ese mismo momento y al que el oyente va a asistir. Todo ello contribuye a dar al programa un carácter periodístico. Compárese con el radioteatro corriente, en el que el narrador habla en tiempo pasado y cuenta evocativamente hechos ya sucedidos.

2. La voz del juez se escucha en un plano algo alejado, como viniendo del fondo de la sala. Como se podría apreciar en la

grabación, en la realización de esta serie se ha dado mucha importancia a la ubicación de los planos sonoros.

3. Nótese cómo el planteo del problema del control de la natalidad no se hace a partir de datos abstractos (la superpoblación, la explosión demográfica, la escasez mundial de recursos alimenticios, etc.), sino a partir de un caso humano concreto, caso por otra parte real y bien conocido por el público popular. Se establece así la relación de empatía con el oyente y se le dan elementos de identificación. Recuérdese a Lazareff: expresar “las ideas por medio de los hechos y los hechos por medio de los hombres”.

4. Adviértase la fuerza que adquieren las cifras en este pasaje, gracias a la forma en que Arévalo las maneja, reduciéndolas a proporciones (el doble, el triple, etc.) y presentándolas de modo que resulten gráficas, impactantes y fácilmente comparables para el oyente.

5. Seguramente, la mayoría de los oyentes en esta primera secuencia debe quedar impresionada por los argumentos de Arévalo y convencida de que tiene razón. Esta forma de representar el tema es deliberada: es preciso que primero aparezcan los argumentos más conocidos, los simplismos que permanentemente circulan a través de los medios masivos de difusión (la superpoblación, la escasez de recursos, el supuesto crecimiento demográfico explosivo, etc.) para luego desmitificarlos. Pedagógicamente, ello equivale a partir de la percepción ingenua de una cuestión para después, poco a poco, llegar a una interpretación crítica.

6. Véase cómo, a través de tres ágiles diálogos (uno con Fossatti, otro con Carbone, el último con Saavedra) se ha ofrecido al oyente un completo panorama informativo, donde han aparecido el dato de la densidad relativa de población, el valor económico de los recursos humanos, las teorías de Colin Clark, el caso de un país latinoamericano de baja tasa de crecimiento demográfico, el potencial de recursos y riquezas

de nuestro continente, algunas razones por las cuales esas riquezas están subexplotadas, etc. Los dos últimos diálogos constituyen ejemplos de buenas entrevistas periodísticas y el lector podrá tenerlos en cuenta al leer el capítulo dedicado a la técnica de la entrevista. El “entrevistador” (Olmos) tiene claro el objetivo, lo que desea obtener de sus “entrevistados” y lo consigue. Preguntas cortas y claras; respuestas concretas y precisas.

7. Limitaciones de espacio impiden incluir la tercera y última secuencia, en la que a través del sustancioso e incisivo diálogo entre Olmos y Kent se llega al fondo de la cuestión. Sin embargo pensamos que los dos capítulos incluidos son suficientes para mostrar cómo es posible tratar en radio un tema de por sí complejo y árido de un modo accesible y ameno; y cómo la información puede verse en un formato de radiodrama.

CAPÍTULO 8

LA ENTREVISTA

Actualmente no se concibe una programación periodística sin entrevista. Con los modernos grabadores, es posible realizarlas en cualquier momento y en cualquier lugar, para luego incluirlas en el programa. Una radio que no sale de las cuatro paredes del estudio es una radio sin vida, sin comunicación. Los oyentes no sólo esperan escucharle a usted: quieren también participar en el programa, oír a su propia gente, conocer las ideas y las experiencias de los demás. Salir a hacer entrevistas es llevar al micrófono la vida de la calle, la vida de la comunidad.

La entrevista es un diálogo; un diálogo basado en preguntas y respuestas. Resulta por lo tanto siempre más interesante y dinámica que la charla monologada. Un hábil entrevistador que sepa hacer preguntas oportunas puede lograr que el entrevistado ofrezca información y opinión en forma ágil y atrayente.

Pero acaso el mayor valor de la entrevista reside en su fuerza testimonial. Cuando oímos a un locutor determinadas apreciaciones, éstas pueden aparecer como meras opiniones sin mayor fundamento. En cambio, cuando oímos esas mismas afirmaciones hechas por un experto, por alguien que tiene conocimientos y experiencias en la materia, ellas se revisten de peso y autoridad; cobran otra fuerza de credibilidad. Lo dice alguien que sabe y lo oímos en su propia voz. Podría decirse que la entrevista tiene en radio un valor semejante al que tiene la foto en un medio impreso: es una ilustración viva, la prueba, el documento.

1. Técnica de la entrevista

La elección del entrevistado

Lograr una buena entrevista no es fácil: requiere un entrevistador capaz y un entrevistado que sea didáctico, claro, dúctil. Se necesita alguien que sepa preguntar y alguien que sepa responder.

¿A quién debemos entrevistar? Cuando se encara la radio no como un mero espectáculo de entretenimiento sino con un fin educativo y constructivo, el carácter de las entrevistas varía y con ello también el tipo de entrevistados que escogemos. Un ídolo popular, una figura de actualidad, puede estar muy de moda pero ser muy vacío. El hombre común, en cambio, puede ser mucho más importante por el aporte que está haciendo a la comunidad o por ser un verdadero experto en su campo de actividad.

El entrevistador ha de preguntarse siempre qué es su entrevistado, por qué quiere que los oyentes lo escuchen y lo atiendan. Si es sólo por tratarse de alguien popular y famoso, esa no es una razón suficiente. Si tiene algo que aportar, algo interesante que decir, entonces sí vale la pena entrevistarlo.

En todo caso, la elección de ese entrevistado tiene que tener una razón de ser, un fundamento. No hay que hacer entrevistas sólo por hacerlas, por llenar el programa. Se debe tener muy claro el objetivo que se persigue al hacer una entrevista.

Un problema que presentan las entrevistas es que muchos entrevistados tienen poca claridad de expresión, resultan confusos, oscuros; y tienen asimismo poca capacidad de síntesis, dan largos rodeos, “se van por las ramas”, no concretan. Los personajes importantes suelen abundar en consideraciones que son ajenas a los intereses comunes; los especialistas, los intelectuales, los profesionales universitarios, tienden a

dar respuestas muy técnicas, muy abstractas y complejas, que frecuentemente sobrepasan la capacidad de comprensión del oyente medio. Cifran su mensaje en un código que el oyente no maneja. Incluso la entrevista al hombre “común y corriente”, al trabajador, al campesino, al dirigente de base, con todo su indudable valor testimonial, tiene que estar muy bien estudiada y preparada para que resulte clara, concisa, precisa y educativamente útil.

Muchas veces, después de grabar una entrevista, tenemos la sensación de que nosotros podríamos haber dicho lo mismo mucho mejor que el entrevistado y con menos palabras. Es una opción. ¿Qué es preferible?: ¿que las cosas salgan dichas en forma un tanto imperfecta, pero en la voz auténtica de la gente, o más clara y ordenadamente pero sin una fuerza de esa presencia viva? Acaso una solución intermedia: la entrevista seguida de un breve comentario nuestro, que la resuma y, a la vez, la aclare y subraye las afirmaciones principales aportadas por el entrevistado.

Entrevistas grabadas y “en vivo”; en estudio y en exteriores

Generalmente, la entrevista se graba previamente, antes de ser transmitida: sin embargo, hay también entrevistas de actualidad que se irradian directamente en el momento en que tienen lugar (entrevistas “en vivo” o “en directo”).

La entrevista grabada puede ser registrada en el mismo estudio de la estación de radio o bien en exteriores. Técnicamente, la entrevista grabada en el estudio es superior: sale nítida, limpia sin ruidos, con las voces bien equilibradas de tono y de volumen. Sin embargo, las grabadas in situ suenan más auténticas, adquieren más valor de documento, trasladan al oyente al lugar donde el entrevistado vive, actúa y trabaja. Con los modernos grabadores compactos es posible obtener un sonido aceptable en exteriores, siempre, claro está, que el ruido ambiental no sea excesivo.

Aunque la grabación in situ no sea perfecta, sus imperfecciones técnicas se ven ampliamente compensadas por su realismo y su espontaneidad. Un obrero o un campesino se explayará mucho más y hablará con mayor seguridad y naturalidad en su propio ámbito de trabajo que si se lo lleva a ese sitio aislado y extraño que es para él el estudio de radio, donde se sentirá intimidado y cohibido. La entrevista en estudio es como la foto de pose tomada en una galería; la realizada en exteriores es como la instantánea, que no sale tan perfecta pero tiene mucha más vida.

En general, pues, salvo que el ruido sea excesivo, se aconseja hacer la entrevista en su escenario natural, donde el entrevistado se sienta “en su casa”; al médico rural en su centro de salud, al agricultor en su vivienda o en medio del campo, al secretario de la cooperativa en su sede; pero, como esta localización no asegura una acústica ideal, debemos poner especial cuidado en lograr un resultado técnicamente aceptable, aprendiendo a usar bien el grabador y el micrófono. Tenemos que cuidar que la instantánea no nos salga “velada”...

Técnica de la grabación en exteriores

1. Provéase de un buen grabador compacto de cinta abierta (Uher Report o similar) o de un grabador o cassette de muy buena calidad y en perfectas condiciones.

2. Procure que su grabador tenga cuenta-vueltas, este dispositivo facilitará enormemente su trabajo en el momento de editar la entrevista (“editar” es seleccionar los pasajes más significativos y eliminar los menos relevantes). Es conveniente también que el grabador esté provisto de tecla de pausa: ello permite evitar que salga en la grabación el ruido del “click” cada vez que tenga que detener o reanudar el registro.

3. Independícese de la corriente eléctrica y de los cables, utilice su grabador con pilas o, mejor aún, con batería recargable. Pero cerciórese siempre, antes de ir a la entrevista, de que las pilas tienen carga suficiente o de que la batería está bien cargada (la mayor parte de los grabadores tienen indicador de carga).

4. Casi todos los grabadores a cassette vienen con micrófono incorporado. Este tipo de micrófono favorece la naturalidad de la entrevista, porque como no se lo ve ni se lo nota, cohibe menos al entrevistado. Pero, como es multidireccional, tiene el inconveniente de recoger mucho ruido ambiente. Sólo puede ser utilizado, pues, en recintos silenciosos y tranquilos. En la calle o en recintos ruidosos debe utilizarse el micrófono externo, de tipo unidireccional.

5. Si se halla en un recinto cerrado, procure hacer la entrevista sentados a una mesa. Siente al entrevistado junto a usted (y no frente a usted ni a un costado) y pose el micrófono sobre la mesa, en medio de los dos. De ese modo el micrófono tomará bien tanto la voz del entrevistado como la suya. El micrófono debe estar a unos 20 cms. de distancia de la boca de los que hablan; si la mesa es baja, ponga unos libros para levantarlo. No mueva el micrófono mientras graba; ubíquelo bien y luego, durante la grabación, manténgalo fijo y quieto.

6. En recintos cerrados grandes, ubíquese en un ángulo del mismo y no en el centro, de ese modo, atenuará la resonancia.

Prefiera un ángulo “acolchado” (con cortinas, con tapizados, incluso con sacos de arpillera si se halla en un cobertizo), que absorba la resonancia en lugar de rebotarla. (Los que graban deben colocarse de espaldas al ángulo; en otras palabras, el micrófono debe quedar mirando hacia el ángulo).

7. Si la entrevista se realiza al aire libre, cuélguese el

grabador al cuello por medio de la correa (para así quedar con las manos libres), colóquese junto al entrevistado (no frente a él ni de costado) y mantenga el micrófono externo a unos 20 cms. de distancia de la boca del que habla. Empuñe el micrófono con firmeza, sin deslizar la mano sobre sus paredes, ya que esos manipuleos originan ruidos sumamente molestos, que ensucian la grabación.

8. Antes de iniciar el registro de la entrevista haga con él una pequeña grabación de prueba, para asegurarse de que el micrófono está a una distancia adecuada, ni demasiado lejos (la voz saldría débil y poco audible) ni excesivamente cerca (la voz saldría confusa por saturación del sonido).

9. Tenga cuidado de los ruidos no audibles (por ejemplo, equipos eléctricos cercanos, ventiladores o acondicionadores de aire).

Entrevistas individuales y colectivas

Una entrevista es generalmente individual, se entrevista a una persona. Pero también puede ser grupal o colectiva. Por ejemplo, se puede entrevistar a varios dirigentes de una cooperativa o sindicato, a un grupo de campesinos, a una delegación, etc. Ello abre otro camino interesante y expresivo al diálogo.

Entrevistas improvisadas y entrevistas preparadas

Las entrevistas pueden ser:

- a) Espontáneas, con poca o ninguna preparación
- b) Preparadas, a base de un esquema previamente combinado con el entrevistado
- c) Completamente escritas

El primer tipo, sin preparación, suele ser utilizado en entrevistas de interés actual, con personas que se lleva ante el micrófono casi sin previo aviso. Por ejemplo, en ocasión de una reunión, de una asamblea, etc. Es también el caso de la entrevista breve, tipo encuesta, al “hombre de la calle”. Sin embargo, aun en estos casos, el entrevistador no debe librarse a la total improvisación. Debe procurar informarse previamente sobre el asunto para poder prever las preguntas que hará, de modo que éstas sean oportunas y concretas.

En el extremo opuesto, tenemos la entrevista previamente escrita. Es un recurso al que se puede echar mano con entrevistados que necesitan una particular ayuda profesional. Muchas personas, aunque de grandes conocimientos, no son buenos expositores, no tienen facilidad de palabra, se ponen nerviosos ante el micrófono y se desenvuelven mejor con un texto preparado. El entrevistador escribe sus preguntas, se las pasa al entrevistado y éste a su vez escribe sus respuestas. Se asegura de este modo una entrevista conceptualmente precisa y completa. El método permite asimismo medir bien el tiempo, dándonos la tranquilidad de que no quedarán aspectos importantes sin mencionar y de que cada punto tendrá una extensión proporcional a su importancia.

Pero, pese a estas ventajas, la entrevista escrita no es muy aconsejable, pues al tener que ceñirse a preguntas totalmente establecidas de antemano y a respuestas prefijadas, resulta demasiado rígida. Y, sobre todo, se pierde la necesaria impresión de espontaneidad: suele notarse demasiado que el entrevistado está leyendo

Las entrevistas preparadas se ubican en un punto intermedio entre las espontáneas y las escritas. No son tan improvisadas como las primeras, ni tan pre-elaboradas y rígidas como las últimas. Una entrevista preparada es aquella en que se discute previamente con el entrevistado el esquema de la entrevista y se preparan sucintas notas y apuntes para la

misma. El entrevistador conversa previamente con su entrevistado y concerta con él una sucesión de preguntas básicas que faciliten un desarrollo interesante y completo.

Este sistema es el más frecuente y recomendable. Al discutir con el entrevistado el plan de la entrevista y el orden en que van a ser formuladas las preguntas principales, éste tiene la oportunidad de revisar el temario y asegurarse de que las preguntas le darán pie para abordar los aspectos fundamentales del tema. Si advierte que falta una pregunta importante, pide al entrevistador que la incluya. Como está advertido de lo que le va a ser preguntado, puede, sin llegar a escribir íntegramente sus respuesta, hacer algunos apuntes recordatorios, anotando las palabras claves de los conceptos que desea verter y los datos más significativos que se propone mencionar. Así se previene el riesgo de que, llegado el momento de grabar la entrevista, el nerviosismo le haga olvidar alguna cuestión importante. Una entrevista bien preparada es la que tiene más posibilidades de resultar clara, ordenada, ajustada al tiempo disponible y, a la vez, con la necesaria dosis de espontaneidad y naturalidad.

2. Condiciones de una buena entrevista: recomendaciones para lograrla

1. Prepararse previamente. Antes de ir a la entrevista, documéntese, investigue. Lea sobre el tema, estudie publicaciones del entrevistado y/o de otros autores, acopie información. Un buen entrevistador debe tener un conocimiento general del tema que le permita hacer preguntas adecuadas.

Usted representa al profano, al lego; pero no es usted mismo un profano ni debe serlo. Debe saber algo sobre el tema acerca del cual va a preguntar. Si va a la entrevista sin saber nada de la cuestión y se pasa todo el tiempo haciendo preguntas desenfocadas, el entrevistado y los oyentes se aburrirán e impacientarán.

2. Tener claro el tema y el objetivo. Sobre todo, usted debe ir a la entrevista con un objetivo claro, sabiendo lo que quiere sacar del entrevistado, lo que se propone conseguir. ¿Para qué es la entrevista? Si no puede responder con precisión a esa pregunta, su entrevista fracasará irremisiblemente.

Como sucede con todo programa de radio, en una entrevista no se deben mezclar muchos temas, ni introducir varios asuntos diversos. En vez de saltar de un tema a otro y tocar varias cuestiones superficialmente y en desorden, en una buena entrevista hay que concentrarse en un solo tema y en unos pocos aspectos centrales del mismo.

No se trata de oír hablar a una persona, por interesante que ésta sea, por mucho que sepa y por muchas que sean las cosas que puede decir sobre diversos temas, sino de brindar información sobre un tema dado. En la radio de mero entretenimiento, se entrevista a una persona y se la hace hablar de muchas cosas. En radio educativa, no se trata de hacer una entrevista a..., sino de hacer una entrevista sobre... El protagonista no es el entrevistado sino el tema. Primero determine el tema sobre el cual interesa informar; luego, seleccione a la persona o las personas que pueden ofrecer información sobre ese tema.

3. Preparar al entrevistado. Una entrevista totalmente improvisada está condenada al fracaso. El entrevistado puede irse por las ramas, salirse del tema que importa, extenderse demasiado en detalles, no concretar, etc.; y, si bien tenemos el recurso de editar posteriormente, no hay edición que pueda remediar una entrevista frondosa, inconexa, confusa, imprecisa, dispersa. La preparación previa con el entrevistado para programar la entrevista y concretar las preguntas y las respuestas básicas es, pues, imprescindible.

Dentro de esa preparación, si usted en el curso de la entrevista se propone pedir a su entrevistado datos precisos,

cifras, etc., conviene que se lo advierta, de modo que él pueda afrontar previamente algunas notas breves, a fin de tenerlas a mano en el momento de la grabación.

4. No ensayar la entrevista. Preparar la entrevista con el entrevistado no significa ensayarla con él, una entrevista nunca debe enfocarse antes. Conviene definir con el entrevistado el tema y el enfoque general de las preguntas, conversar un poco con él, etc.; pero no oír todas las respuestas por anticipado. De otro modo, se perderá toda la espontaneidad y la entrevista sonará ficticia, artificial, representada.

Por otra parte, si la entrevista se ensaya, no le quepa duda de que el ensayo saldrá mucho mejor que la grabación. En el momento de grabar, el entrevistado casi nunca repetirá las cosas sabrosas, las expresiones gráficas que le surgieron espontáneamente la primera vez; por pudor a repetirse, deseoso de expresarse de un modo más pulido y académico, dará respuestas rebuscadas, acartonadas. Así, la grabación, que es la que escuchará el público, resultará un pálido reflejo del ensayo privado, que sólo usted pudo disfrutar.

Prepare, pues, la entrevista con su entrevistado; pero no deje que esa rápida preparación se convierta en un largo ensayo. Si el entrevistado comienza a extenderse y a anticiparle las respuestas completas, deténgalo y recuérdale que aún no están grabando y que usted quiere oír esas respuestas sólo en el momento de grabar y no antes.

5. Ponerse al nivel del oyente medio. Gert Wolff observa con razón que en toda entrevista hay, no dos participantes, sino en realidad tres: el entrevistador, el entrevistado... y el oyente. Este último, aunque no participe directamente, tiene en verdad la parte más importante. La entrevista se hace para él. Más aún: en cierto modo la hace él, él es en realidad el que entrevista y pregunta. “El entrevistador es la boca del oyente”, dice Wolff.

Como entrevistador, usted representa, pues, al oyente medio; debe tener una idea de lo que a ese oyente medio le gustaría preguntar al entrevistado. Es, una vez más, una cuestión de empatía. ¿Qué preguntaría su oyente? Pregúntese usted mismo.

Al hacer las preguntas no conviene dar la impresión de que se ignora el tema o de que se está muy poco informado acerca de él; pero tampoco se debe adoptar una actitud de suficiencia que dé a entender que uno sabe tanto (o quizá más) que el propio entrevistado. Cuando entrevista a un experto, el entrevistador debe asumir el papel de un hombre medianamente informado y de experiencia que está conversando con un especialista y hacerle las preguntas que ese hombre le haría. (Sin embargo, a veces también es bueno recordar que ciertas cosas que el oyente, por desconocimiento del tema, no preguntaría, puede revelar un aspecto nuevo y esclarecedor de la cuestión).

Ahora bien, sí es importante que usted sepa ponerse en el lugar del oyente, es igualmente importante que el entrevistado a su vez se adapte a su auditorio. Los expertos tienden a emplear un vocabulario técnico altamente especializado; consciente o inconscientemente no hablan para el público sino con el pensamiento puesto en sus colegas, ante los cuales quieren acreditar su rigor académico y su erudición. Al preparar la entrevista, es necesario hacerle ver al entrevistado que esta vez no se está dirigiendo a sus colegas ni a sus alumnos de la universidad, sino a una audiencia amplia. Y que el esfuerzo para ser entendido por la mayoría y el empleo de términos accesibles, aunque no sean los rigurosamente exactos de su disciplina, son pequeños sacrificios que bien valen la pena si, gracias a ellos, el oyente común accede a una mejor captación del asunto tratado.

6. Establecer un ambiente distenso. Haga que el entrevistado se sienta cómodo, a gusto, distendido. Recuerde

que usted está habituado a hablar ante un micrófono, pero que a los no-profesionales ese adminículo suele provocarles un verdadero trac. No instale el grabador en el último momento, inmediatamente antes de disponerse a grabar; déjelo colocado desde el principio, haga sentar al entrevistado frente a él mientras conversan y preparan la entrevista, de modo que se vaya habituando a su presencia.

Aproveche la conversación previa con el entrevistado para “ablandarlo”, aflojarlo, ambientarlo; establezca con él una relación cordial, hágalo sentir en confianza.

Y, ya en la entrevista, haga las preguntas con amabilidad y con tacto. Recuerde que está entrevistando a una persona, a un ser humano, y no a una máquina de dar respuestas.

7. Presentar al entrevistado. Antes de comenzar el diálogo con el entrevistado, es importante presentarlo al público; decir quién es, qué hace, qué títulos y antecedentes tiene que lo acreditan como autorizado para hablar sobre el tema. De ese modo, el oyente sentirá que vale la pena oír y atender la entrevista. Al hacerlo, cuídese de enunciar correctamente el nombre del entrevistado, su título, su cargo o función.

Algunos periodistas prefieren no incluir en la grabación esa presentación, sino hacerla en el estudio, en el momento en que la entrevista va a ser irradiada; dicen haber comprobado que el oírse presentar pone nerviosos a algunos entrevistados y los lleva a adoptar un empaque solemne y protocolar.

8. Tono coloquial. Lleve la entrevista en un tono coloquial, natural, de conversación. A veces incluso se aconseja que el comienzo del diálogo sea un tanto intrascendente antes de entrar en el tema de fondo. Ello ayuda al entrevistado a distenderse.

9. Ser fluido; encadenar las preguntas. Haga todo lo posible para que el diálogo transcurra con fluidez. Evite las discontinuidades, los baches, las vacilaciones, los silencios, así como los saltos abruptos y las desconexiones. El entrevistador tiene que descubrir en cada respuesta algo que le dé pie para hacer la pregunta siguiente. Por lo tanto, no debe sujetarse rigidamente al texto de las preguntas preparadas; el cuestionario sirve como guía y esquema, pero en el momento de realizar la entrevista, a medida que se oye cada respuesta, hay que ser hábil para modificar el enunciado de las preguntas, de modo que cada nueva pregunta aparezca como suscitada o sugerida por la respuesta anterior. Esto confiere a la entrevista no sólo mayor fluidez y apariencia de naturalidad, sino también mayor claridad: el oyente sigue mejor el hilo del diálogo y advierte cómo se enlaza, cómo se relaciona cada punto con el que le precedió.

Articule la entrevista; encadénela; sea fluido. Converse. Evite los largos silencios. Pero cuidado, ser fluido no significa hablar por hablar. No se deje llevar por su facilidad de palabra; no intercale frases vacías sólo para cubrir un bache. Pocas cosas tan negativas para una entrevista como un entrevistador locuaz, de palabra fácil, pero sin contenido.

Por otra parte, si bien es preciso evitar las pausas demasiado largas, que quitan ritmo a la entrevista, tampoco es natural una entrevista “tipo ametralladora”, sin ninguna pausa. Obliga al oyente a un esfuerzo de atención excesivo. Si usted está dialogando realmente con el entrevistado, lo natural en todo diálogo es escuchar primero la respuesta, pensar un instante en lo que se acaba de oír y sólo entonces hacer la pregunta siguiente. Lo cual, de paso, da tiempo al oyente para asimilar y “masticar” la respuesta. En cambio, si inmediatamente después de cada respuesta se dispara una nueva pregunta sin un segundo de pausa, se nota demasiado que el entrevistador ya conocía la respuesta y/o que no está atendiendo a lo que dice su entrevistado sino tan sólo cumpliendo mecánicamente su papel.

10. Interrumpir justificadamente. Deje hablar a su entrevistado; no lo interrumpa a cada momento. Hágalo sólo para ayudar a la fluidez de la entrevista o para clarificar un término técnico o un punto oscuro que necesita un mayor desarrollo para ser bien comprendido. Pero en esos casos, no vacile en interrumpir (amablemente, claro está). Si se desea que la entrevista resulte provechosa para el oyente, no dé nunca por sobre entendidas las explicaciones difíciles. Cuando el entrevistado use un concepto o un término técnico poco corriente, pídale que lo explique, que lo aclare, que dé algún ejemplo ilustrativo, etc.

Asimismo, si el entrevistado está haciendo un rodeo demasiado largo y entrando en detalles excesivamente técnicos, interrúmpalo cortésmente y hágale una nueva pregunta para que vuelva al tema y concrete su respuesta.

11. Mantener el dominio de la entrevista. En todo momento, usted debe ser el que lleve el timón. Cuando usted ya obtuvo lo que necesitaba, detenga al entrevistado y pase elegantemente a la pregunta siguiente. Naturalmente, hágalo con tacto, sin cortarle en la mitad de una frase. Pero hágalo.

12. No hacer preguntas dirigidas. Evite las preguntas dirigidas que ya contienen la respuesta. Un error común entre entrevistadores inexpertos es el de preguntar y responderse ellos mismos, sin dejar al entrevistado otra alternativa que la de manifestarse de acuerdo. No haga nunca afirmaciones disfrazadas de preguntas; no haga este tipo de preguntas que sólo pueden ser respondidas "sí" o "no". En general haga preguntas abiertas; preguntas que empiecen por qué, dónde, cuándo, cómo, por qué.

Sólo se justifica hacer una pregunta dirigida cuando el entrevistado, aun versado en el tema, se pone nervioso, tarda en ir al grano, se desvía del tema y necesita ayuda. En ese caso, una pregunta de este tipo puede ayudarlo a recordar la

cuestión, retomar el hilo del tema y salir adelante. Pero, una vez logrado ese “sí” o ese “no”, agregue inmediatamente: “Bien; explíquenos ahora por qué sí” (o por qué no).

13. Ser sobrio. No hay peor entrevistador que el que se siente estrella de la entrevista. Su tarea no consiste en lucirse ni en expresar sus propias opiniones: usted no se está entrevistando a sí mismo. El buen entrevistador no se autopromueve, no se pone en primer plano. Se ubica en un papel modesto. Su función es preguntar brevemente, dejar hablar al entrevistado y saber escucharlo, para así poder aclarar, resumir, subrayar. Un entrevistador que ocupe más del quince o veinte por ciento del tiempo total de la entrevista, es un mal entrevistador. La personalidad que debe ponerse de relieve es la del entrevistado y no la suya.

14. El trato al entrevistado. El entrevistado debe ser tratado amablemente y con respeto y no ser sometido a un juicio ni expuesto al ridículo o a la humillación, ni aun accidentalmente. Sea cálido, amistoso, cordial; demuestre interés en la entrevista y estima por la persona de su invitado. (Naturalmente, en la entrevista indagatoria, polémica, admitte otras reglas de juego; pero ella constituye otro género, como ya se ha señalado en el capítulo 5. Aquí nos estamos refiriendo a la entrevista informativa).

Sin embargo, tampoco se trata de ser complaciente con el entrevistado hasta llegar a la obsecuencia. Si usted acepta y deja pasar sin cuestionarlas, contradicciones, exageraciones o afirmaciones notoriamente inexactas, no estará cumpliendo bien con su función de representar al oyente y, con toda razón, éste dejará de tenerle confianza.

15. Preguntas cortas. Las preguntas deben ser cortas y concisas. No deben demandar respuestas demasiado extensas, porque eso no ‘permite establecer el ritmo de un verdadero diálogo. Sobre todo es importante que la pregunta inicial

no exija una densa parrafada por respuesta. Es mejor subdividir esa primera pregunta en dos o más.

16. Una pregunta por vez. Nunca debe preguntarse más que una sola cosa por vez. Si se hacen varias preguntas juntas, la entrevista se torna desordenada y confusa.

17. No hacer preguntas demasiado amplias y generales. Si, como ya se ha señalado, no debe hacerse preguntas que sólo puedan ser respondidas lacónicamente con un “sí” o con un “no”, tampoco es indicado apabullar al entrevistado con preguntas de una amplitud y un grado de generalidad tales que le exigirán para responder a una sola de ellas, dar toda una conferencia:

Una vez hemos oído preguntarle a un economista “qué opina de la inflación mundial”. Ante preguntas semejantes, el pobre entrevistado se queda paralizado, sin saber por dónde empezar. En un programa rural cuyo tema era “el trabajo” se comenzó preguntándole a un campesino “qué decía de su trabajo” (!). Seguramente ese campesino tenía cosas muy interesantes que decir, pero la pregunta lo anuló y no supo qué responder.

Cuando prepare su cuestionario, póngase en lugar del entrevistado y pregúntese si usted sería capaz de responder a cuestiones tan amplias. En lugar de hacer una pregunta tan general, prepare una serie o sucesión de preguntas que permita al entrevistado ir por partes, gradualmente.

18. Escuchar atentamente. Hay entrevistadores que no escuchan al entrevistado y se distraen mientras responde; piensan que, como ya tienen las preguntas previstas, no necesitan atender a las respuestas. Por el contrario, es de suma importancia que se concentre y preste la máxima atención a las respuestas de su interlocutor. Ello le permitirá subrayar con breves comentarios, afirmaciones importantes

de las mismas. Además, es harto frecuente que el entrevistado se adelante a alguna pregunta que usted tenía programada. Si usted no lo escucha con atención, caerá en el error de preguntarle cosas que él ya había dicho.

19. Procurar ejemplos. Los ejemplos dicen más al oyente y son más gráficos que las conceptualizaciones abstractas. Pida ejemplos a su entrevistado. Es bueno que él refiera también alguna anécdota ilustrativa. Todo eso se puede establecer y combinar en la preparación previa, para que no tome de sorpresa al entrevistado.

En cambio, no le pida enumeraciones detalladas, ni listas de cifras. Si él, por propia iniciativa, comienza a darlas, por supuesto, algunas pocas cifras redondas y elocuentes pueden ser útiles; pero no una larga sucesión de guarismos.

Recuerde que los porcentajes son más expresivos que las cifras absolutas y las proporciones comparativas aún más que los porcentajes.

Y a propósito de listas y datos: evite cuidadosamente que, cuando el entrevistado consulte sus notas, se oiga el crujido de papeles. Si en todo programa de radio ese ruido es contraindicado, en una entrevista lo es aún más. Se pierde totalmente la impresión de diálogo espontáneo.

20. Resumir y subrayar. Una de sus funciones útiles como conductor de la entrevista es la de ir subrayando y resumiendo los datos más importantes que da el entrevistado. Acuse el impacto de esos datos; póngalos de relieve repitiéndolos.

De vez en cuando, antes de pasar a una nueva pregunta, recapitule brevemente el contenido de las respuestas precedentes. Esto facilita la comprensión del oyente. No olvide la ley de la redundancia.

21. Regrabar sólo en caso de extrema necesidad. Los entrevistados deben ser advertidos de que es posible detener el grabador en cualquier momento y que la grabación puede ser corregida e incluso totalmente rehecha en caso necesario. Pero, en la práctica, no es conveniente abusar de esta posibilidad. Sólo ante errores o defectos muy graves es aconsejable volver atrás. La repetición de la entrevista o de parte de ella entraña el riesgo de endurecimiento, de pérdida de espontaneidad. Si el defecto o error es pequeño es preferible no detenerse.

22. ¿Cuánto debe durar una entrevista? En casi todos los formatos de radio, nuestro gran enemigo suele ser el tiempo. En entrevistas, mucho más. Nunca disponemos del tiempo para que el entrevistado se extienda y diga todo lo que querría decir de útil e importante.

Algunas entrevistas están condenadas de antemano al fracaso porque se les asignan dos o tres minutos y en casi todos los casos ese tiempo resulta totalmente insuficiente. Trate de combatir esa tendencia de la radio moderna; luche para que se le conceda a su entrevista un tiempo mínimo razonable. Una entrevista de tres minutos puede ser frustrante, porque se pasan los tres minutos sin haber logrado llegar a decir nada importante y porque todo resulta estrecho, seco, duro; una entrevista de diez o doce minutos puede resultar, en cambio, fascinantemente ágil, porque da tiempo para decir cosas que importan y decir las cálida, comunicativamente.

Sin embargo, una entrevista tampoco puede durar una hora. Hay que ajustarla a un tiempo razonable. Por lo tanto, es preciso planificarla bien para que, en el tiempo asignado, entre:

- a) lo importante, lo básico, lo central del tema;
- b) la reiteración y explicación de eso importante;
- c) lo anecdótico, lo gráfico, los ejemplos que ilustran el tema;

- d) lo humano: la calidad de una conversación, de una comunicación; la personalidad del entrevistado.

Procure que la entrevista grabada se aproxime lo más que sea posible al tiempo real que debe durar. Es cierto que la grabación da la facilidad de editar posteriormente la entrevista, esto es, de abreviarla hasta ajustarla al tiempo establecido; pero editar es una tarea larga y engorrosa. La edición puede insumirle horas. Si usted necesita 5 minutos de entrevista, grabe 8, pero no grabe 30. Prevenga al entrevistado el tiempo real de que se dispone y pídale su cooperación para ajustarse todo lo posible a ese límite.

23. Pensar en el oyente. Mientras graba su entrevista, tenga siempre en mente al oyente. Pregúntese constantemente: ¿Esto ha quedado claro; se entendió? ¿Esto otro ha quedado suficientemente subrayado? Y, sobre todo, ¿esto es interesante? ¿El oyente se mantiene escuchando con interés? Recuerde que la entrevista no se hace para dar una satisfacción al entrevistado ni a usted; se hace para el oyente.

24. Dejar un saldo. No se trata tan sólo de lograr una entrevista fluida, interesante, entretenida. La entrevista tiene que servir para algo, dejarle algo al oyente: una información, un conocimiento, un concepto. Y una inquietud, algo nuevo en que seguir pensando.

La edición de la entrevista

Luego de grabada la entrevista se la edita para quitarle todo lo que esté de más, imprimiéndole así mayor concisión y agilidad; y en caso necesario, para ajustarla al tiempo previsto. Si el entrevistado ha hecho rodeos o consideraciones secundarias, se descarta todo lo superfluo y se deja tan sólo lo esencial. Si dio alguna respuesta vaga, confusa, que obligó a reiterar la pregunta, esa primera respuesta fallida se suprime; y con ella, por supuesto, la pregunta repetida.

Pero al editar, hay que tener cuidado de no suprimir tanto que la entrevista pierda todo lo que ella tenía de espontáneo. Largos baches, silencios excesivos, defectos gruesos, deben ser suprimidos; pero no hay que eliminar del todo las pequeñas pausas, algunas vacilaciones, algunas rectificaciones; en fin, aquellas cosas que confieren a la entrevista el aire de una conversación informal.

En el momento de editar, usted apreciará lo importante que es tener un grabador con contador de vueltas. Este dispositivo permite localizar rápidamente los fragmentos de la entrevista que se desea conservar y aquellos que se desean suprimir. De otro modo, esta localización se hace sumamente engorrosa. (Son también útiles los grabadores más sofisticados, con tecla de memoria).

Al editar, hay que evitar discontinuidades en la exposición del tema. Un pasaje puede ser suprimible por carecer de interés; pero, si se lo omite, el pasaje siguiente puede resultar incomprensible por ser continuación del anterior o estar referido al asunto. Es necesario, pues, revisar los fragmentos seleccionados para verificar si conservan ilación y sentido por sí mismos. A veces, para poder eliminar un pasaje sin quitarle significación al que le sucede, se hace necesario intercalar una breve explicación, a modo de puente, en la voz del locutor, o reformular la pregunta de tal manera que permita comprender la respuesta.

Hay que evitar asimismo que se noten los cortes. Un corte puede notarse si, para empalmar dos fragmentos, se inserta entre ellos una pausa de silencio inerte, sin ambiente (es decir, un pedacito de cinta virgen). Cuando hay que empalmar dos fragmentos, es preciso hacerlo con un pedazo pequeño de cinta, con ambiente registrado en el mismo lugar donde se efectuó la entrevista.

CAPÍTULO 9

CÓMO SE PROYECTA UN PROGRAMA DE RADIO

1. El proyecto: la estructura programática

Nos proponemos realizar un programa de radio. ¿Por dónde empezar?

Lo primero es establecer el proyecto, el plan del programa.

Y estamos entendiendo aquí por programa no una emisión, una audición, una unidad de tiempo, sino una serie, un conjunto de emisiones que tendrán una temática común, que estarán agrupadas bajo un mismo título permanente -el título del programa- que adoptarán un mismo formato, que tendrán una misma duración y se irradiarán periódicamente, siempre los mismos días a la misma hora. Eso es un programa: una serie, un conjunto de emisiones.

Proyectar un programa involucra, pues, crear una estructura, encontrar la idea del programa; definir el carácter de la serie, su temática, su contenido; su título, su género o formato, sus características distintivas. Y, ya establecidos estos aspectos, fijar también su duración, su horario de transmisión, su periodicidad o frecuencia, etc.

Lo primero: el objetivo

En todo manual de comunicación social, se nos dirá que un

mensaje emitido por un medio de comunicación debe responder a ciertas preguntas básicas. Todos conocemos esa serie ya clásica de preguntas: quién dice qué, a quién, dónde, cómo y cuándo.

Sin duda, para proyectar un programa de radio tenemos que poder responder a todas ellas: definir el contenido del programa, el público al que se lo destinará, la emisora por la que será irradiado, el formato o género, el horario. Pero hay aún una pregunta previa que los manuales no lo mencionan, pero que es prioritaria: además de saber qué vamos a decir a quién y dónde, cómo y cuándo lo diremos, es preciso ante todo saber para qué lo vamos a decir; para qué haremos el programa. Definir su objetivo.

En radio de entretenimiento, un programa se ajusta por sí mismo. Si llena un espacio y es capaz de mantener entretenida a la audiencia, ya es motivo suficiente para darle cabida. En la perspectiva educativa en que nos ubicamos, un programa sólo se justifica si tiene una finalidad, si llena una necesidad. Si le sirve al oyente, si le aporta y le deja algo. Si le ayuda a enriquecerse en términos de reflexión y de conciencia crítica.

Sólo si usted tiene un propósito claro y definido, si es capaz de explicar con claridad y concreción para qué quiere hacer su programa, qué se propone aportarle al oyente, su proyecto tiene razón de ser.

Caracterización de la audiencia

Al mismo tiempo, es fundamental determinar a qué sector de público nos proponemos dirigir el programa. A veces, esa caracterización de la audiencia es incluso previa al proyecto mismo.

Normalmente, no hacemos un programa educativo para

toda la audiencia posible, sino para atender las necesidades de un sector determinado. ¿A quién va destinado nuestro programa, para quiénes lo hacemos? ¿Para una audiencia adulta, juvenil o infantil? ¿Para un auditorio ciudadano o campesino? ¿Para público de un nivel de instrucción alto, medio o bajo?

Ello determinará los contenidos del programa, sus características, el lenguaje que emplearemos e incluso será decisivo para la fijación del horario.

La estructura formal

Ya sabemos para qué hacemos nuestro programa (objetivo), de qué nos proponemos a hablar (contenido) y a quién queremos dirigirnos (destinatario). Ahora, es imprescindible encontrar una idea, una forma, una estructura, una personalidad propia para el programa.

Por ejemplo; “Jurado N° 13” nació con una temática bien definida: presentar problemas sociales y humanos comunes a los pueblos de América Latina. Pero esta caracterización de sus contenidos no es suficiente para decir que estamos en presencia de un programa de radio. Además de ellos se le dio una forma, una personalidad, una estructura radiofónica propia. Se creó un radioteatro periodístico. Los temas se desarrollaron en forma de juicio oral; las emisiones se presentaron como transmisiones directas de exteriores; el oyente fue invitado a juzgar y a actuar como imaginario jurado, etc.

En un proyecto para radio hay que pensar y encontrar todas esas características formales que confieren al programa personalidad y atractivo. Además de saber qué vamos a decir, para qué lo vamos a decir y a quién se lo vamos a decir, es preciso hallar cómo lo vamos a decir de una manera original, interesante y, a la vez, pedagógicamente eficaz.

Esa estructura formal casi nunca brota de la noche a la mañana. A veces, lleva semanas y hasta meses encontrarla. Pero hasta que no se la logre, el proyecto no estará maduro desde el punto de vista radiofónico.

Y luego, hay que encontrar un buen título para el programa. No es lo mismo ponerle a un programa “Problemas de América Latina” que titularlo “Jurado N° 13”. No es indiferente denominarlo “Canciones latinoamericanas con mensaje” o llamarlo “Cantos con sabor a vida”. Busque hasta dar con un buen título. Hágase una lista de todos los títulos que se le vayan ocurriendo hasta hallar uno original y expresivo.

La consistencia del proyecto

Generalmente, para concretar un proyecto, escribimos un guión-piloto que sirve de muestra o modelo para toda la serie. En este libreto-piloto plasmamos las características formales del programa y él nos sirve de prueba para saber si la idea concebida “funciona”: si resulta radiofónica y pedagógicamente eficaz.

El guión-piloto es útil e incluso necesario; pero con todo, no basta. Puede suceder que, cuando nos pongamos a escribir la serie, descubramos a los pocos guiones que estos rápidamente van perdiendo interés; que habíamos logrado un piloto muy bueno, pero que ya no podemos seguir manteniendo el mismo nivel de calidad y alimentando el programa durante muchas emisiones.

Ello puede sucedernos por dos motivos:

a) Porque nos quedamos sin tema. La temática se nos agotó rápidamente. Creíamos que íbamos a encontrar muchos asuntos para tratar, pero nos engañamos. La temática era en realidad sumamente limitada.

b) Porque la estructura, la forma escogida, era adecuada para tratar el tema inicial que vertimos en el guión-piloto y luego sirvió para desarrollar unos pocos temas más; pero resultó demasiado limitante y constreñida, disfuncional, para enfocar la mayor parte de los temas previstos. Por ejemplo, habíamos resuelto que el programa tendría forma de juicio oral, y después descubrimos que los temas que nos proponíamos presentar, en su mayoría, no se prestaban para ser expuestos en esa forma. Toda estructura, por buena que sea, es limitante: se presta espléndidamente para tratar ciertos temas, pero nos cierra el camino para incluir otros. Y las hay especialmente limitadas.

Por ello, al proyectar el programa, es de fundamental importancia no conformarse con un buen libreto piloto, sino planificar todas las emisiones de la serie -o al menos un buen número de ellas- con el máximo posible de concreción, para asegurarnos de la consistencia y viabilidad del proyecto. Es menester comprobar que existen temas y material suficiente para escribir, no tres o cuatro emisiones, sino muchas; y que la estructura formal elegida es lo suficientemente funcional y flexible como para adaptarse a los diversos contenidos programados.

Sólo si usted puede describir un considerable número de emisiones, precisando el contenido de cada una de ellas y su tratamiento, dentro de la estructura formal escogida, láncese a hacer el programa.

2. Horario, duración, frecuencia

La duración del programa

Hay programas que se proyectan y nacen sin fecha fija de término; pueden durar en el aire muchos meses, incluso años. Por ejemplo, un programa de actualidad basado en entrevis-

tas puede tener una muy larga permanencia: siempre habrá temas que tratar, personas que entrevistar.

Otros, en cambio, por razones presupuestales o de limitación temática, se proyectan con una extensión determinada: veinte emisiones, o treinta, o sesenta. Se determina que el programa dure tres meses, o seis, o un año. En esos casos, hay que tener presente que no es conveniente proyectar programas de muy corta vida. En efecto, la experiencia ha demostrado que existe para todo programa de radio una especie de "barrera del sonido" que es necesario atravesar; y que se tarda cierto tiempo en conseguirlo.

Por bueno e interesante que sea un programa, sólo después de bastantes emisiones comienza a popularizarse y a conquistar sintonía. Todo programa es como una semilla que necesita un tiempo de irradiación para germinar y dar fruto. De ahí que una serie que conste de unas pocas emisiones, por excelente que sea, puede significar un esfuerzo perdido, cesa antes de haberse impuesto. Cae en el vacío, porque aún no alcanzó a pasar "la barrera del sonido".

En general, no vale la pena proyectar un programa que no tenga como mínimo alrededor de treinta emisiones; o, en términos de tiempo, una permanencia menor de seis meses.

La duración de cada emisión

¿Cuántos minutos debe durar cada emisión? Aquí debemos enfrentarnos a dos tendencias erróneas.

Hasta hace unos años, existía la tendencia a medir la importancia de un programa de radio por su longitud. Aun hoy subsiste esa concepción entre aquellos que no conocen de radio: un educador tradicional se sentirá postergado si no se le asigna por lo menos un espacio de media hora. En los comienzos de la radio, las charlas instructivas eran verdade-

ras disertaciones que duraban hasta treinta minutos.

Posteriormente se comprobó que un programa de este tipo era mejor cuanto más conciso; que cinco minutos eran suficientes. Se vio que la charla radiofónica no era un medio ideal para dar información exhaustiva, sino un inspirador de ideas. Por lo tanto, no necesita durar quince o veinte minutos, ni contener una información detallada, inútil por otra parte ya que ésta, oída por radio, raramente puede ser recordada y retenida. Hoy, los buenos hombres de radio saben que la única medida del valor de un programa está dada por el interés de su contenido y la buena calidad de su producción y no por los minutos que dura. El radio-comunicador debe ser un buen redactor, capaz de sintetizar las informaciones sin hacerlas perder significación.

Actualmente, nos enfrentamos a la tendencia inversa, pero igualmente equivocada. Hoy existe en radio un prejuicio generalizado contra los programas “largos”. Se piensa que un programa es mejor cuanto más corto sea. Existe un exagerado culto a la brevedad, a la que se exalta como un mérito decisivo. Se invoca el “ritmo” de la radio moderna; se teoriza sobre la idiosincrasia del oyente de radio actual, quien se afirma, no soporta programas extensos. Se confunde ritmo con fugacidad.

Buen ejemplo de esta tendencia es la proliferación, en los últimos años, de esos programas ultra-breves, de dos o tres minutos de duración, llamados “microprogramas culturales”. Son bien cuestionables, por cierto, el valor y la eficacia de esa seudocultura administrada en pildoritas, que sólo puede dar una noción asaz superficial y banal de los temas que pretende abordar. Por su rutinaria estructura, estos programas resultan, pese a la brevedad, poco atractivos y aburridos; al punto de que la mayoría de los oyentes cambia de emisora cuando comienza a oír en la voz de un locutor engolado que “Ludwig van Beethoven fue un gran compositor alemán que

nació en Bonn el 16 de diciembre de 1770". Ciertamente, un buen documental sobre Beethoven de media hora de duración, radiofónicamente bien realizado, no sólo puede aportar mucho más a la cultura del oyente, sino captar infinitamente más su interés y mantenerlo pendiente del receptor.

En resumen, la duración de la emisión debe estar en relación directa a su interés y calidad. Si el realizador sabe poner en ella contenidos valiosos, presentarlos con recursos ágiles e imaginativos -esto es, con auténtico ritmo- y establecer una relación de empatía con el oyente, no debe temer que su programa resulte demasiado largo -dentro de límites razonables, claro está-. Si, por el contrario, el programa es rutinario y poco atractivo, por corto que sea siempre resultará excesivamente extenso. La cuestión no reside, pues, en la cantidad de minutos, sino en ganarnos el derecho a cada minuto, justificándolo por el interés y la calidad de lo que ponemos dentro de él.

Por otra parte, se debe tener en cuenta la idiosincrasia del público destinatario. En general, el campesino tradicional de casi todas las regiones de América Latina es pausado y paciente; incluso gusta de los programas más bien largos y agradece que se le hable con cierta lentitud, porque ese es su propio modo de hablar. Un hombre de radio de República Dominicana produce un programa diario de una hora de duración y asegura que las investigaciones realizadas han demostrado que esa duración no sólo es bien aceptada por los oyentes sino que constituye incluso una de las causas principales del éxito y la eficacia de su programa. En zonas metropolitanas, en cambio, el público suele tener un temperamento más inquieto y nervioso. Una vez más se ve, pues, la conveniencia de conocer y estudiar bien nuestra audiencia destinataria para establecer nuestro proyecto.

En general, se considera que para charlas, la duración normal debe ser de cinco minutos; programas más variados y

complejos (vg. reportajes, radiodramas), la extensión debe situarse entre quince y treinta minutos; y, excepcionalmente, radiodramas, muy interesantes y bien hechos pueden durar 45 y hasta 60 minutos. Para radioperiódicos y radio-revistas, que constan de varias secciones, se aconseja una duración entre treinta y sesenta minutos.

La elección del horario

La hora de transmisión es decisiva; se debe efectuar un cuidadoso estudio de la audiencia destinataria para determinar el horario en que la mayor parte de los interesados pueda oír el programa. Si se quiere llegar a un público rural, un programa transmitido a las 9 de la mañana o a las 4 de la tarde será inoperante, el campesino a esa hora está en plena labor agrícola. Si el programa busca suscitar una reflexión, ubicarlo a la hora en que la gente está comiendo puede significar su fracaso.

Una vez fijado el horario, es fundamental que éste sea constante: siempre los mismos días y a la misma hora. En caso contrario, el público no se podrá acostumbrar a sintonizarlo.

La emisora

La elección de la emisora también debe ser hecha en función de la índole del programa y en función del público destinatario. Un programa que suponga una audiencia de alto nivel de instrucción, no tendrá éxito en una emisora de tipo popular; un programa destinado a sectores populares no logrará su objetivo si se lo ubica en una emisora de programación elitista.

La frecuencia

En este aspecto, tenemos cuatro posibilidades. Nuestro programa puede ser:

1. Diario (todos los días de lunes a sábado o de lunes a viernes).
2. Día por medio (lunes, miércoles y viernes o martes, jueves y sábados).
3. Bisemanal (lunes y jueves o martes y viernes. Pero no lunes y viernes, porque entonces una emisión quedará demasiado distanciada de las otras).
4. Semanal.

Programas de periodicidad más espaciada (quincenales o mensuales) no son aconsejables: no se los recuerda, a menos que se vuelva a preceder cada emisión de una intensa promoción.

Dentro de esas cuatro opciones, elija para su proyecto la mayor frecuencia que le sea razonablemente posible. Tenga en cuenta que cuanto más prolongado sea el lapso entre una emisión y la siguiente, menor será la posibilidad de nuclear una audiencia permanente. Es mucho más difícil que el oyente recuerde los días de transmisión de un programa espaciado y que se cree en él el hábito de sintonizarlo. Siempre que le sea posible, pues, y en la medida en que ello no vaya en detrimento de la calidad, procure ofrecer su programa diariamente, o, al menos, tres veces por semana. El recurso de grabar las emisiones puede, en ciertos casos, permitirle realizar una serie cuya elaboración insuma más tiempo y luego, una vez escrita y grabada, emitirla con la frecuencia deseable.

Programas especiales, de gran envergadura, se ubican generalmente en la frecuencia de una vez por semana.

3. La puesta en marcha del proyecto: las emisiones “cero”

Cuando se va a lanzar un diario o una revista nuevos, se suele editar primero un “número cero” que no se distribuye

al público, pero que sirve para aceitar los engranajes internos de la producción, pulir la publicación, advertir y corregir defectos. Es muy recomendable adoptar también esta práctica antes de lanzar al aire un nuevo programa de radio: grabar uno o más programas piloto, de prueba.

Para programas informativos y de actualidad (sobre todo si son de frecuencia diaria), hacer y grabar las emisiones durante una o dos semanas previas, a título experimental, sin irradiarlas, es casi imprescindible. No sólo permite analizar el programa desde el punto de vista de su agilidad y su eficacia didáctica, ajustarlo y corregirlo, sino también asegurar que los distintos servicios (recepción de informaciones, obtención de entrevistas, etc.) fluyen con la normalidad y la puntualidad requeridas. De ese modo, el día que el programa comienza a transmitirse, sale de la manera deseada, sin sorpresas ni tropiezos desagradables.

Para que la experiencia sea válida, la (o las) emisión(es) cero deben realizarse en las mismas condiciones en que el programa se irradiará, con los mismos plazos y tiempos reales. No hay que engañarse a uno mismo concediéndose en la producción experimental más tiempo o más facilidades que las que se dispondrán realmente cuando el programa comience a irradiarse. Hemos oído muy buenos pilotos.... pero que insumieron varios meses de producción. Cuando el programa se iniciaba con su frecuencia real, el hermoso esquema se desmoronaba. Si su programa va a ser transmitido diariamente, produzca cada una de sus emisiones cero en 24 horas, no en 48 ni en 72.

Conviene hacer escuchar estas emisiones cero a personas expertas y a grupos de destinatarios, a fin de recoger sus reacciones, sus observaciones, sus críticas. Ello nos orientará mucho para mejorar gradualmente el programa antes de su lanzamiento público.

PARTE III

EL GUIÓN

CAPÍTULO 10

LA ELABORACIÓN DEL GUIÓN PRINCIPIOS BÁSICOS

Salvo casos excepcionales, las emisiones de radio no se improvisan, sino que se emiten sobre la base de un texto previamente escrito. Aun en la charla o comentario, si bien el ideal sería que el comentarista pudiera improvisar su charla con desenvoltura y en forma ordenada y lógica, de cien personas sólo hay una o dos que puedan hacerlo así.

Por otra parte, en radio, donde el control del tiempo es muy estricto, si no escribimos y dimensionamos el material, corremos el riesgo de que nos sorprenda el final de nuestro espacio sin haber llegado a desarrollar nuestro tema.

Y, cuando pasamos a formatos más complejos (dialogados, dramatizados), que exigen la intervención de varias voces e inserción de música y sonidos, el guión se torna, obviamente, imprescindible.

1. EL ESQUEMA PREVIO

La documentación

Generalmente, un programa educativo no surge de nuestra imaginación, sino de un estudio previo del tema. Tenemos que investigar, documentarnos. Leer libros y artículos, consultar a especialistas en la materia. Hacemos una serie de notas o fichas con los puntos centrales del tema que nos

proponemos desarrollar. Reunir datos concretos, ejemplos ilustrativos, casos, hechos. (Ya sabemos que, en radio, los ejemplos, tienen mucha más fuerza que las abstracciones). Con la información seleccionada, ordenándola, elaboraremos una sinopsis que será el germen conceptual de nuestro guión.

La otra fuente inspiradora para escribir nuestros guiones es más amplia. Es la vida misma. La observación atenta y sensible de lo que pasa a nuestro alrededor. Salga a la calle, recorra las barriadas populares, converse con la gente, grabe esas conversaciones para luego, en su casa, escucharlas y reflexionar sobre ellas. Vaya al campo, hable con los campesinos. En una palabra, inméjase en la realidad, indague sobre el terreno los problemas que vive el pueblo. Incluso en programas sobre temas informativos, no se quede sólo con los datos de libros o entrevista con el técnico. Vaya a buscar al médico rural en su puesto sanitario. Palpe el aspecto humano en cuestión.

La selección de los contenidos

Una vez reunido y ordenado el material, comienza la tarea radiofónica propiamente dicha. Lo primero es seleccionar, determinar con claridad cuál es el contenido, el mensaje central que se quiere comunicar; tener una idea clara de lo que queremos decir. Por obvio que esto parezca, muchos programas de radio fallan, resultan confusos y poco significativos, porque la idea central no fue determinada con claridad.

Luego, dosificar ese contenido. Si se trata de un programa seriado, habrá que dividir el tema y determinar cuál va a ser la idea central que nos proponemos comunicar en cada una de las emisiones. Elegir la idea básica, el leit-motiv, la imagen generadora de cada emisión. Pero aun si el tema va a ser tratado en forma unitaria, en la única emisión, ésta debe ser construida siempre sobre la idea vertebral, sobre una imagen generadora central.

Recuerde que todo programa de radio implica una selección de contenidos. Usted nunca podrá decir todo sobre el tema dado; tendrá que escoger, revelar uno o dos aspectos que considere fundamentales. Lo esencial es que ese par de ideas básicas queden claras para el oyente, sean desarrolladas con la necesaria redundancia y lo motiven para una reflexión fecunda.

La elaboración del esquema

Pero no se lance a escribir el guión todavía. Antes, escriba un breve esquema. Aclárese usted mismo por dónde va a empezar; qué va a poner después, cómo va a ir su tema, qué sucesivos pasos irá dando y cómo irá encadenándolos; y cuál va a ser la conclusión final.

Hasta que no tenga un esquema claro, no se ponga a escribir. Es posible que, dispuesto a realizar el guión, el esquema previo lo vaya modificando, enriqueciendo. No hay que atarse rígidamente a él. Pero aun así, con todo lo que tiene de provisorio, es imprescindible.

Una de las razones por las cuales es imprescindible el guión, se relaciona con la necesidad de dimensionar los tiempos. En radio, el tiempo es nuestro gran tirano, no se lo puede eludir. Nuestro guión tiene que durar tantos minutos y ni uno más. Al hacer su esquema, asigne a cada parte o escena un determinado "minutaje" y compruebe si la suma total corresponde al tiempo real del que dispone para su programa; en caso contrario, reajuste el plan de tiempos, suprima alguna cosa, abrevie, sintetice. Y luego, al escribir su guión, trate de ceñirse a esa distribución de tiempos. Si no trabaja a base de un plan, las primeras secciones le saldrán excesivamente largas y el resto ya no le entrará. Tendrá que apretarlo demasiado. Y, sobre todo, se quedará sin el espacio requerido para desarrollar debidamente la conclusión final, que es fundamental.

Escribir un guión de radio es una pequeña labor de arquitectura para lograr que todo lo importante tenga cabida y, a la vez, los distintos elementos del programa se encadenen y se traben unos con otros fluidamente. Por eso es imprescindible visualizar el **totum** del guión antes de empezar a escribirlo; partir de un plan previo, de una sinopsis de la emisión.

2. LA REDACCIÓN

Ahora sí, nos entregamos de lleno a la redacción del guión. Vamos a escribir para la radio, esto es, para un medio oral; tenemos que verter los contenidos seleccionados en lenguaje radiofónico. Veamos lo que esto implica.

El estilo

En primer lugar, un estilo coloquial. Quizás su programa llegue a miles de personas. Pero no escriba para la multitud. Escriba para un solo oyente. Converse con él como si estuvieran a solas y no hubiera nadie más escuchando.

Recuerde que, cuando el oyente escuche la emisión en la intimidad de su hogar, no se sentirá parte de una muchedumbre. Es necesario que él se sienta el destinatario personal del programa. Visualice la emisión radial, no como una plaza pública o un enorme estadio, sino como un ámbito pequeño e íntimo.

El lenguaje: escriba escuchándose

Aunque esté escribiendo su guión, no se olvide nunca que el lenguaje hablando es diferente al escrito. Debemos poner por escrito nuestro texto; pero él está destinado, no a ser leído con la vista como un texto impreso, sino a ser oído. Tiene que sonar con la sencillez, la naturalidad y la espontaneidad del lenguaje hablando. Incluso, a veces, con las imperfecciones del lenguaje hablando.

El mejor consejo que puedo darle es: escriba escuchándose. A medida que escriba, lea en voz alta lo que va escribiendo. En ocasiones, incluso, adelántese, porque pronuncie primero la frase y luego escríbala. Díctese a sí mismo. (Aun corriendo el riesgo de que, si llegan a entrar en su escritorio sus familiares o sus compañeros de trabajo, conciban ciertas dudas sobre el estado de sus facultades mentales). Escuche cada frase, pruebe cómo suena. Sienta su ritmo oral, sonoro. Si le suena pesada, larga, artificiosa, con vericuetos, con idas y venidas, rehágala, divídala en dos o más frases cortas y directas. El oído le dirá dónde ubicar con más naturalidad el sujeto, el verbo, el predicado; si un adjetivo suena con más fuerza y belleza verbal anteponiéndolo al sustantivo o colocando después de éste. Oiga no sólo las palabras, sino también las inflexiones, los énfasis, los matices; busque no sólo los vocablos más sencillos también los más cálidos auditivamente.

Si está escribiendo un diálogo, oiga hablar a los distintos personajes. Capte los sabrosos matices del hablar popular y reproduzcalos. Hágase un fino observador del habla corriente. Procure que el diálogo suene natural, auténtico. Ensaye hasta lograrlo. Eso es ser guionista de radio.

La sintaxis

Sin embargo, esta diferencia entre el lenguaje hablado y el escrito no nos dispensa de saber gramática y redactar correctamente. Hay guionistas que redactan mal, que tienen mala sintaxis. Eso es una carencia seria. Lo que resulta de ello no es una buena reproducción del lenguaje hablando, sino una exposición confusa, difícil de entender, enredada - en síntesis - un estruendoso ruido en la comunicación. También hablando hay personas que se expresan claramente y otras que resultan poco menos que ininteligibles, usted debe escribir como las primeras y no como las últimas.

Una condición sine qua non para ser guionista es saber

redactar bien; tener una redacción clara y segura. Dominar las reglas de la construcción gramatical. Si en algún caso -sobre todo al escribir diálogos- el libretista altera deliberadamente la corrección sintáctica para reproducir mejor el estado de ánimo de un personaje, una cosa es que lo haga ex profeso y otra muy distinta es que simplemente redacte mal. Si quiere dedicarse a escribir para radio -igual que si desea ser periodista- empiece por pulir su sintaxis y adquirir una redacción correcta.

La puntuación

Exista una puntuación gramatical, propia del lenguaje escrito y otra fonética o prosódica. En radio, debemos usar ambas. Por ejemplo: a veces debemos poner comas donde la gramática no las preceptúa, porque indican pausas que de hecho hacemos al hablar; y, aunque no sean gramaticalmente correctas, ayudan al locutor o actor a pausar bien. Vg.: la gramática no admite la coma antes de y; no obstante, en ocasiones, en un guión radial conviene ponerla para ayudar al lector. Veamos:

ALBERTO Estábamos ahí, tan cerca uno de otro, y sin embargo tan lejos...

Pero peor que escatimar las comas es ponerlas en exceso. Hay guionistas que ponen comas en cualquier parte, sin ningún sentido. Eso desorienta y confunde al lector.

También los hay que casi no usan el punto y en su lugar ponen coma, es decir, separan con comas frases que deberían separar con un punto. Así:

RELATOR El día estaba caluroso, decidieron no salir, estarían mejor en casa, se quedarían a la sombra de los árboles leyendo.

Si gramaticalmente esto es incorrecto, radiofónicamente resulta aún más inconveniente. En un guión de radio, los signos de puntuación son una guía para el locutor; si están mal puestos, éste confundirá fatalmente el sentido de las frases. El buen guión radial tiene más puntos que comas, porque en el lenguaje radiofónico es básico escribir con frases cortas.

Es corriente en la conversación dejar las frases inconclusas. En esos casos utilizamos los puntos suspensivos. Pero hay autores que, para dar sensación de expresividad oral, culminan casi todas las frases -frases completas- con puntos suspensivos. Incluso en radio reportajes, donde el texto es descriptivo, siembran de ellos su guión:

RELATOR 1 En esta región se encuentra el paso ferroviario más alto del mundo...

RELATOR 2 Aquí el ferrocarril sube a la altura de 4.950 metros sobre el nivel del mar...

RELATOR 1 La región constituye también una de las más importantes reservas mundiales de cobre... La producción alcanza las 150.000 toneladas anuales...

Esto es ilógico y no tiene la menor utilidad para el locutor; por el contrario, lo molesta y confunde, ya que no sabe cuándo debe respetar los puntos suspensivos y cuando no. Este uso - y abuso - arbitrario de los puntos suspensivos es sólo un vicio efectista (posiblemente derivado de la mala redacción publicitaria) y como tal, debemos evitarlo.

En resumen, en un guión de radio puntuamos de una manera ad hoc, fonética y no gramatical. No escribimos para publicar, sino para que el actor o el locutor pueda interpretar bien, pausar correctamente. Pero esa puntuación prosódica

también debe responder a la lógica del habla y no ser arbitraria. La forma de lograrlo es, nuevamente, escribir escuchándonos. El oído nos dirá dónde conviene poner una coma fonética; dónde poner un punto y no una coma; dónde debemos poner realmente puntos suspensivos.

El uso de las preguntas

Use mucho de la interrogación. Acuérdesse de Sócrates y del método socrático. Si antes de haber una afirmación, se plantea una serie de preguntas, el oyente podrá seguir mejor el razonamiento; comprender qué está buscando usted, acompañarlo en esa búsqueda. Y, cuando llegue la afirmación a modo de respuesta, él estará mejor preparado para asimilarla. Haciéndonos preguntas, logramos que el oyente nos siga en el proceso de razonamiento, lo dinamizamos para la reflexión, movilizamos su mente, establecemos un diálogo con él.

A veces, deje la pregunta flotando en el aire, sin dar la respuesta. Haga que sea el oyente el que responda. No afirme, cree interrogantes, deje planteadas preguntas que le lleguen y lo hagan pensar. A menudo, es más pedagógico suscitar preguntas que hacer afirmaciones.

En un radiodrama no podemos hacer preguntas directamente al oyente; son los personajes los que se preguntan unos a otros o a sí mismos. No importa, indirectamente estaremos planteándole esas preguntas al oyente. El se identificará con la situación y asumirá esas preguntas como propias.

En cambio, sea muy parco y sobrio con las frases de admiración. Elimine el énfasis declamatorio, las frases ampulosas y discursivas, las hipérbolas, la adjetivación recargada.

Los momentos decisivos

Todo el desarrollo del guión debe ser bueno y mantener permanentemente el interés. Pero hay dos momentos capitales: el comienzo y el final.

Los minutos iniciales son decisivos. Si su emisión no logra captar de entrada el interés del oyente, éste apagará el receptor o cambiará la estación. Y todo su esfuerzo posterior será en vano. Esfuércese por encontrar un buen arranque, original e interesante. No se conforme hasta haberlo logrado. Es necesario que los primeros minutos persuadan al oyente de que vale la pena seguir escuchando.

Comience generalmente por algo que se le sea familiar al oyente, algo con lo cual él pueda identificarse. Háblele de cosas que él conoce y siente. Si va a tratar de la parasitosis, no empiece con una descripción científica de la enfermedad; evoque a los niños de barriguitas hinchadas. El oyente seguramente ha visto esos niños y ellos le inquietan. A partir de allí, seguirá con interés el reportaje. Si va a plantear el problema de la dependencia tecnológica, no inicie el guión con datos estadísticos ni con referencias a multinacionales o a royalties; hable del caso de los obreros de una fábrica cercana que se han quedado sin trabajo, porque una moderna máquina superautomática vino a reemplazarlos. Observe cómo comienza la discusión sobre el control de la natalidad en “El caso del que no pudo nacer” (pp. 240 ss). No por la explosión demográfica mundial, sino por el caso de Asunción Estrella.

El otro momento clave de un guión es el final, porque es lo que le queda al oyente, lo que él va a recordar más de toda la emisión. No termine sus guiones de cualquier manera. Trabaje mucho los finales. Procure que las últimas frases sean elocuentes, penetrantes, ricas en significación. Ello sólo lo podrá lograr si primero ha hecho un buen esquema. Usted debe saber desde el comienzo a dónde quiere llegar, a qué

conclusión se propone arribar, cuál es el mensaje que desea dejar. De ese modo, usted irá preparando el final a lo largo de todo el guión, sembrando elementos que luego recogerá en las últimas líneas.

El final debe ser vigoroso, pero por eso mismo breve y sobrio. Frases cortas, concisas. A veces, diez palabras serán suficientes para cerrar el guión; y esas diez palabras tendrán más fuerza que quinientas. Trabaje sus finales de modo que sugieran más que lo que dicen. No diga todo, deje que el oyente complete el cuadro.

El dominio de los recursos técnicos

Algunos guionistas creen que para escribir libretos de radio, no necesitan conocer de montaje. Para eso -piensan- están el director del programa y el técnico, que se encargarán de producir la emisión y ponerla al aire.

Serio error. Repitamos una vez más que el montaje radiofónico no sólo se compone de palabras, sino también de música y efectos sonoros. El guión de radio no es sólo texto, sino también el plan de una estructura sonora, de una "banda de sonido" para utilizar la terminología del cine. El guionista debe indicar con la mayor precisión posible los sonidos, los comentarios musicales. Y para eso es preciso que los conozca.

El que quiera escribir para radio debe estar familiarizado con todo el proceso de la realización y conocer la técnica de producción. Sólo así dominará todas las posibilidades y recursos del medio (lo que se pueden hacer) y también las limitaciones (lo que no se puede hacer). Se aprende a hacer radio - e incluso a escribir para radio - sobre todo en el estudio, viviendo y oyendo como se montan los programas.

Un guionista que no conozca de producción sería como un

compositor de música que pretendiera escribir una obra sinfónica sin conocer los instrumentos de la orquesta, las posibilidades y limitaciones de cada uno.

La parte IV de este libro (“La realización”) no está sólo destinada a los que quieran aprender dirección, sino también a los guionistas.

Una exigencia del oficio

Un buen guión no sale casi nunca al primer intento. No se escribe de un tirón. Reescriba mucho. Rehaga. Solemos creer que los grandes escritores, los genios literarios, lograban sus obras maestras de un impulso. Si viéramos sus manuscritos, nos llevaríamos una gran sorpresa, comprobaríamos que es más lo tachado que lo que ha quedado en pie.

No se conforme con la primera versión; exíjase. Haga un primer borrador; tache, rompa, cambie, reescriba, rehaga pasajes o páginas enteras. Páselo a limpio y, al hacerlo, corrija, modifique el borrador, mejórelo. Luego, relea ese segundo texto y aun en él cambie las palabras, modifique frases, suprima pasajes innecesarios, añada otras cosas.

No sin cierta ironía, Luis Ramiro Beltrán dice que un gran secreto profesional reside en esto. Para adaptar nuestra escritura a las necesidades de la educación popular -explica- “El único recurso que se conoce no sale de la máquina de escribir tras el primer empeño. Escriba espontáneamente la primera vez. Luego, analice y vuelva a escribir. Corte, recorte, revise el orden de las ideas, piense en qué forma podría usted mejorar su texto. Revise y reescriba hasta quedar satisfecho” (o realmente satisfecho -añadiríamos nosotros-, ya que nunca lo quedará del todo).

Suele pensarse que el principiante necesita reescribir mucho, pero que cuando se adquiere el pleno dominio del oficio,

el guión sale a vuelapluma (O a vuelamáquina). No es así. El escritor fogueado, si tiene una auténtica vocación de servicio, tacha y rehace tanto como el novel. A medida que adquiere más madurez, se torna más autocrítico, más exigente consigo mismo. Su madurez le sirve para lograr mejores guiones, productos más perfectos y acabados, no para hacerlos más rápido.

3. LA LECTURA CRÍTICA

Si queremos formar conciencia crítica en el oyente, lo primero es tenerla entre nosotros. Si queremos problematizar, cuestionar a nuestro destinatario, lo primero es problematizarnos y cuestionarnos a nosotros mismos.

A nivel de ideas teóricas, podemos tenerlas muy “avanzadas”, muy “progresistas”; pero, en un guión de radio, manejamos diálogos, hechos, personajes, situaciones concretas, ejemplos, expresiones, modos adverbiales, imágenes; y nuestras intenciones pueden verse traicionadas o desvirtuadas cuando las llevamos al guión. Nuestro propósito explícito puede ser dejarle un determinado mensaje al oyente; y sin embargo, implícitamente, sin advertirlo, podemos transmitirle otro diferente y hasta opuesto.

¿Por qué? Porque dentro de nosotros mismos también hay prejuicios subconscientes, como los hay en el oyente. Somos producto de una educación, de una sociedad que nos ha formado; hablamos un lenguaje que lleva implícitas significaciones, connotaciones. Llevamos grabados dentro de nosotros una serie de estereotipos, de clisés mentales. Todo eso que está en nuestro subconsciente se nos disparará automáticamente y lo volcaremos en nuestro guión. A menos que estemos alerta y seamos críticos, podemos terminar reforzando los patrones culturales que ya existen en el oyente en lugar

de contribuir a cambiarlos.

Para poner solo un par de ejemplos elementales: ¿cuántas veces hemos convenido en que “la caridad bien entendida empieza por casa” sin advertir todo el contenido egoísta, individualista, anticomunitario, de ese refrán corriente? ¿Cuántos educadores exhortan a sus alumnos a estudiar para “progresar y triunfar en la vida”, “para llegar a ser alguien”, sin darse cuenta de que están identificando el progreso y el ser con el dinero, el ascenso social individual y la conquista de bienes materiales?

Tenemos, pues, que ser muy críticos de nosotros mismos y de nuestro guión. Revisar la escala de valores que tácitamente manejamos. Buscar y exigir la máxima coherencia entre nuestro pensamiento y las formulaciones (palabras, imágenes, símbolos, situaciones) que tratamos de verter en el guión.

La vigilancia de los objetivos

A veces, el resultado final es tan fallido que el mensaje mismo queda desvirtuado y traicionado. Quisimos decir una cosa y, en realidad, sin darnos cuenta, dijimos otra. Nos propusimos dar un mensaje cuestionador, liberador y en cambio dejamos un mensaje conformista, quietista. No porque el oyente haya “entendido mal”, sino porque nosotros, insensiblemente, nos dejamos llevar y construimos el guión de tal manera que los valores del statu quo adquirieron más fuerza que los valores de cambio.

Aunque éste puede parecer un caso límite, sucede con mucha más frecuencia de lo que se sospecha. Es necesario que meditemos y revisemos bien nuestro plan o esquema; y luego, sometemos el guión a una prueba objetiva para comprobar si hemos logrado permanecer fieles a la fidelidad propuesta. Este test lo podemos hacer con un grupo representativo de la audiencia destinataria. Leámosle el guión -sin comentarios

previos, que puedan influir en él y condicionarlo, sin prevenirle antes de la intención que tuvimos al escribirlo- y veamos cuáles son sus reacciones espontáneas. ¿Qué entendieron, a qué conclusión llegaron, qué mensaje les quedó?

En su defecto, podemos someter el guión a la crítica del equipo de compañeros con el que trabajamos. O, si esto tampoco es posible, nos queda el recurso de la autocrítica personal. Preguntémonos: ¿cuál era el mensaje que nos proponíamos transmitir? ¿Hemos logrado transmitirlo realmente, plasmarlo en el guión, o lo hemos perdido de vista por el camino?

Los mensajes secundarios; la ley de la congruencia

Pero, sin llegar a este caso extremo, que equivale a un fracaso total, podemos -y ello es aún más frecuente- incurrir en inconsecuencias parciales.

Sucede que nunca transmitimos un solo mensaje a la vez, sino siempre paralelos. Mensajes paralelos que pueden entrar en colisión con el principal y anularlo en buena medida.

Como señala Osorio, “todo mensaje lleva consigo una serie de mensajes secundarios. Pausas, tonos, titubeos, música y fondo, subrayados musicales. Estos elementos facilitan o entorpecen enormemente la captación y la recepción del mensaje. Para que la faciliten, es necesario cuidar la armonía de todos estos mensajes secundarios, para que todos transmitan el mismo contenido. Es lo que se ha dado en llamar la **ley de congruencia** de los mensajes”. Nos expresamos a través de símbolos, de imágenes, de frases hechas, etc. Cada una de ellas tiene su propio nivel de significación y lleva subyacente un mensaje secundario, congruente o no con el mensaje central.

Por ejemplo, nos tocó oír una vez una emisión en que se buscaba exaltar la afirmación de los valores culturales nacionales. Pero, sin duda, el libretista no se preocupó de indicar el carácter de la ambientación musical de su guión. No le dio importancia a la música, a la que sólo atribuyó una función mecánica de separación entre párrafos del texto. La dejó en manos del técnico. Y éste rutinariamente, puso una conocida melodía de película norteamericana -tal vez porque fuera la que tenía más a mano- el tipo de música convencional que él solía poner siempre en esos casos; o quizá porque, a su gusto, “quedaba muy bonita”.

No es difícil imaginar las representaciones de “american golden dream” que, a nivel consciente o subconsciente, aquella melodía suscitó en los oyentes, enfrentados así a dos mensajes antagónicos. La música actuó como mensaje secundario incongruente. Toda la afirmación de una cultura nacional contenida en el texto era simultáneamente negada por el comentario musical, que generó un fuerte “ruido” ideológico, una interferencia de significados.

Un autor de radiodramas, que se consideraba sinceramente muy comprometido con el pueblo, quedó impactado cuando un investigador hizo un análisis de contenido de sus guiones y comprobó que en ellos el 80 por ciento de sus protagonistas “buenos” y “positivos” eran profesionales universitarios, esto es, personas blancas, cultas, de alto nivel social. En cambio ni un solo de sus personajes protagónicos era mestizo, obrero, campesino.

Un ejemplo ilustrativo

Tuvimos no hace mucho oportunidad de escuchar una emisión dedicada a los campesinos, producida por una escuela radiofónica de un país centroamericano. El guión planteaba la independencia nacional y la lucha contra el colonialismo económico; y las vinculaba con la necesidad de implantar en el país la reforma agraria.

Pero la emisión tenía las siguientes características, estaba hecha en forma de diálogo entre un locutor de dicción culta y un campesino (representado por un actor). El locutor era el que sabía las cosas, el que entendía lo que estaba pasando en el país, y lo explicaba. El campesino era un poco tonto, ignorante; preguntaba constantemente cosas obvias y recibía las revelaciones de su amigo docto con expresiones de agradecimiento, asombro y alborozo. Por supuesto, nunca lo cuestionaba.

Además, quizá para hacer el programa más entretenido y divertido, el guionista había hecho del campesino un personaje “pintoresco”, cómico, hasta un poco ridículo. Saldo: la elección de los personajes y la relación entre ellos anulaba en gran medida la intención del autor. Resultaba un mensaje paternalista y autoritario: el sabihondo de la ciudad desasmando al campesino atrasado. Al dar a éste rasgos cómicos, el guionista había cedido a un típico clisé ideológico urbano sobre el campesino, tan frecuentemente pintado como el rústico que hace reír por su torpeza e ignorancia.

Pero eso no era todo. Para hacer la emisión más “amena” se la interrumpía en la mitad para pasar un disco, una canción “muy buena”, según comentaba el locutor, un corrido -por añadidura mexicano, no nacional- cuya letra decía:

La mujer que quise me dejó por otro;
 les seguí los pasos y maté a los dos.
 Yo no fui culpable porque estaba loco,
 loco por los celos y loco por su amor. (sic)

Probablemente, el responsable del programa no asignaba la menor importancia a esa canción que se intercalaba y dejó que el encargado de la discoteca pusiera “un disco cualquiera de éxito popular”, sin reparar en que estaba dando paso a un mensaje secundario pronunciadamente incongruente con el mensaje principal, referido a la reforma agraria y a la liberación campesina.

Creemos que el ejemplo es ilustrativo y habrá servido para demostrar por qué y en qué medida debemos ser críticos de nuestros guiones y cuidar todos los aspectos para que sean coherentes con el objetivo perseguido. Particularmente los principiantes, que son los más expuestos a caer en la trampa de las incongruencias, absorbidos por la factura técnica y formal del guión, que aún no dominan plenamente, pierden fácilmente de vista el conjunto significativo.

4. COMO SE DIAGRAMA EL GUIÓN

La función del libreto

El libreto o guión es, como ya hemos dicho, algo más que un texto: es “la estructura auditiva codificada por escrito; el proyecto de la dimensión sonora” (Osorio); “la pauta del mensaje sonoro” (Beltrán). Es el esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende el texto hablado, la música que se va a incluir y los efectos sonoros que se insertarán, e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada cosa. Sólo con esa **guía** detallada (de ahí su nombre de **guión**) es posible producir buenos programas y evitar toda confusión, toda improvisación, a la hora de su montaje.

La emisión se produce sobre la base de este libreto. Cuando usted escribe un guión, está escribiendo una obra literaria y educativa, pero al mismo tiempo un instrumento de trabajo para todos los que han de intervenir en su producción: director, musicalizador, técnico, operador, locutores, actores, sonidista, cronometrista. Cada uno de ellos recibirá una copia del guión y cumplirá su parte de acuerdo con sus indicaciones. Ellas han de permitirle saber lo qué debe hacer antes de la grabación o transmisión y durante la misma; y cuándo debe hacerlo. De ahí la necesidad de que usted escriba y diagrame su guión en forma precisa, ordenada y detallada.

Normas para el diagramado

El libreto se diagrama a dos columnas: a la izquierda, una pequeña, de unos doce espacios; y a la derecha, la columna principal.

Los nombres de los locutores o personajes que deben hablar, escritos en letras mayúsculas, se ubican en la pequeña columna de la izquierda; y a continuación, a la derecha, lo que ese locutor o personaje debe decir, esto es, el texto o parlamento correspondiente.

RAQUEL	¿Y Elsa, Pedro?
PEDRO	Elsa, lamentablemente, no pudo venir.
ELISA	¿Hoy tampoco?
PEDRO	Tito, el nene más chico, está con mucha tos y no se lo podía dejar solo.
RAQUEL	Qué lástima, ya van tres reuniones que se pierden.
PEDRO	Ella lo sintió muchísimo, se quedó muy triste, porque dice que nuestras reuniones le hacen mucho bien. Pero ustedes saben, cuando hay niños...

Cuando se desea indicar una inserción musical, se pone en la columna de la izquierda la palabra CONTROL y a la derecha la indicación correspondiente en mayúsculas y subrayada:

CONTROL CORTINA MUSICAL: "CARNAVALITO",
POR H. DIAZ (CHARANGO).

O bien:

CONTROL CORTINA FESTIVA, POPULAR (FADE-IN
SOBRE LAS ULTIMAS PALABRAS,

PASA A PRIMER PLANO Y QUEDA DE FONDO).

Los sonidos también se indican de la misma manera, en mayúsculas y subrayados, sea que se trate de efectos sonoros pregrabados, u operados por el técnico en su mesa mezcladora:

CONTROL VIENTO FUERTE, HURACANADO

Cuando se trate de efectos producidos en el estudio, en cuyo caso en la columna izquierda pondremos EFECTO o ESTUDIO:

EFECTO PASOS RAPIDOS (DE 1° A 2° PLANO / ABRE PUERTA

En el texto de los parlamentos se pone, cada vez que resulte necesario, acotaciones de modo, inflexión o dirección de la voz, tales como (NERVIOSO), (ALEGRE), (ALEJÁNDOSE), etc. Se las marca con mayúsculas y entre paréntesis, pero sin subrayarlas:

GONZALEZ (EN PRIMER PLANO, A LUCHO) Pero veamos esas plantas.

EFECTO PASOS EN TIERRA, DE 1° A 2° PLANO
GONZÁLEZ (AHORA EN 2° PLANO; CON TONO DE SUAVE RECONVENCIÓN) Con el corazón en la mano: ¿cuánto hace que no cura esas plantas? (AMIS-TOSO) Pero la verdad, ¿eh?

También se acota en la misma forma, con la indicación (TRANSICIÓN) -o abreviado: (TRANS)- cuando se quiere hacer notar al actor que debe dar un cambio de entonación dentro del mismo parlamento:

LUISA Por favor, basta. No hablemos más. Ya estoy cansada de eso, ¿entiende? (TRANS.) ¿Vino alguien esta mañana?

De la misma manera se marcan las pausas requeridas dentro de un parlamento, indicando en medio del mismo (PAUSA) o, si se la desea breve, (PAUSITA).

Estas convenciones mecanográficas (nombreS, columnados, mayúsculas, paréntesis, subrayados) responden al propósito de que cada participante ante el micrófono identifique rápidamente su parte y sepa cuándo actuar y cómo hacerlo; en qué momento detenerse para dar paso a otro participante o a una cortina musical o a un efecto sonoro; y qué palabras dentro de sus parlamentos son textos que debe decir y cuáles corresponden a indicaciones o a acotaciones.

El resto del guión, es decir, el texto propiamente dicho, se escribe en letras corrientes.

También se suele subrayar algunas palabras que merezcan énfasis especial:

GONZÁLEZ:¿Todo como yo se lo indiqué? ¿Esta seguro? Vamos a ver, amigo Lucho: ¿cuándo sembró usted?

Esta práctica de subrayar las palabras que deseamos sean enfatizadas o acentuadas, es conveniente.

Una frase leída oralmente puede variar mucho de sentido según sea la palabra tónica de la misma; esto es, aquella sobre la cual se pone énfasis o el acento. Aun sin cambiarle ninguna palabra, un texto puede ser totalmente desvirtuado por el locutor o el actor por tomar como palabra tónica la que no le corresponde.

A veces, cuando todavía se desea un énfasis mayor, se escinde una palabra para sugerir una pronunciación marcada de la misma:

RAMÍREZ Eso es, Juan, eso es: ivo-lun-tad! Mucha voluntad.

Numeración de líneas. Cuando el guión es copiado para distribuirlo entre el personal que intervendrá en su producción, la mecanógrafa respeta toda las indicaciones del original, pero además agrega todo detalle importante: numera las líneas en forma correlativa. Ubica esta numeración sobre el margen izquierdo de cada hoja:

.....

282 MÉNDEZ Pero es que es urgente...

283 VICENTE Urgente o no urgente, yo no lo firmo. Ya vamos
284 a hablar cuando me levante.

285 MÉNDEZ Pero...(TRANS.) Está bien, padre. Buenas noches.

286 VICENTE Buenas noches.

287 EFECTO PASOS ALEJÁNDOSE /PUERTA, ABRE Y
288 CIERRA

289 DA. CLARA (TRAS UNA BREVE PAUSA) Pobre Méndez.
290 Debe haberse ido muy corrido.

291 VICENTE (MOLESTO CONSIGO MISMO) bueno, ¿por
292 qué me trae a firmar una cosa que hasta un niño
293 se da cuenta de que... ? ¡Caramba! ¿No se ve que
294 así yo...?

295 CONTROL ENTRA EN FADE-IN COMENTARIO

296 MUSICAL AGITADO, NERVIOSO, FUNDE CON

297 CAMPANADA DE RELOJ DANDO LAS DOS

298 VICENTE (ALTO, LLAMANDO) ¡Doña Clara! ¡Doña
 Clara!

.....

Esa norma de enumerar las líneas es sumamente práctica. Durante los ensayos y la grabación, ahorra una enormidad de

tiempo: todo el mundo encontrará inmediatamente el lugar en que se comienza o se reanuda el pasaje que debe repetirse, modificarse o cortarse, el error de lectura o el defecto de entonación que se desea corregir. Le bastará al director en cada caso indicar simplemente el número de línea correspondiente.

Pero no es necesario que el guionista enumere las líneas en su original. Ello le significará una tarea engorrosa y además inútil, puesto que difícilmente sus líneas coincidan exactamente con las de la copia definitiva que hará la mecanógrafa. Bastará indicarle a esta última que añada la numeración al copiar el guión

Terminología del guión

Bocadillo: una intervención breve de un actor o locutor; una réplica rápida. Media línea, una línea, tal vez dos.

Parlamento: un texto largo, continuado, de varias líneas, en boca de un mismo locutor o personaje.

Pie: las últimas palabras del bocadillo o parlamento precedente. En el ejemplo transcrito *ut supra*, las palabras de Vicente “Ya vamos a hablar cuando me levante” son el pie para Méndez, para que éste diga su bocadillo de la línea 285. Cuando en los ensayos se retoma o se repite un pasaje, es común que el actor, para poder decir su réplica con la entonación adecuada, pida a su compañero: “Dame el pie”. Y éste le dice las últimas palabras de su parte. Cuando se corta un pasaje, el director advierte: “El pie para X ha cambiado: ahora es...” (y lee las últimas palabras del bocadillo o parlamento inmediatamente anterior al pasaje suprimido).

Otras normas prácticas para el guionista

El reparto. Al comienzo del guión, el autor pone una lista de locutores y personajes que intervienen. Para orientar

mejor al director y a los intérpretes, conviene que añada una breve descripción de cada personaje: su edad, su psicología, su modo de hablar, su nivel sociocultural, su acento y otras características especiales, si las tiene.

Los signos ortográficos. No todas las máquinas de escribir traen los signos de abrir interrogación (¿) y admiración (¡). Como son fabricadas en países donde esos signos no se emplean, es común que los omitan. Sin embargo, en la grafía española esos signos existen, y no gratuitamente. En radio son sumamente útiles y necesarios, ayudan mucho a la correcta lectura del locutor y el actor.

En otros idiomas no se los necesita porque la pregunta y la admiración se denotan mediante una construcción distinta de la frase y la entonación interrogativa o admirativa se marca sólo al final de la misma. En cambio, en español lo único que da la pregunta y la admiración es la inflexión de la voz y ésta afecta toda la entonación de la frase, desde el comienzo. De ahí la importancia de estos signos en un medio oral como es la radio.

Si no los tiene en su máquina, hágalos colocar. Y acostúmbrese a ponerlos siempre en sus guiones. (Obviamente, es así mismo necesario que la dactilógrafa que hará las copias disponga también de ellos en su máquina).

3. **El espaciado.** Al escribir su original en la máquina, hágalo siempre a doble espacio. Ello le permitirá intercalar correcciones manuscritas. Deje también un margen bastante ancho a la izquierda para hacer agregados a mano.

4. **El duplicado.** Ponga un papel carbón en la máquina -o un par de ellos- y saque una o dos copias extra de su original. Es una pequeña molestia, pero ampliamente justificada. Un original puede extraviarse accidentalmente, tras-papelarse, etc., si no hay duplicado, todo el trabajo se habrá

perdido. Pero además al entregar su original, el duplicado le queda como elemento de consulta, si necesita releer el guión para escribir otro posterior que continuará el mismo tema, lo tendrá a mano sin tener que esperar a que se lo termine de copiar. Por último, este duplicado permite ir adelantando la producción (la selección del reparto, el montaje musical y sonoro) mientras la mecanógrafa prepara las copias definitivas.

Las correcciones manuscritas que haga en su original, hágalas también en el duplicado.

El cálculo del tiempo. Una pregunta muy corriente que hacen los principiantes es cuántas páginas debe tener su guión para adecuarse a la duración fijada.

En realidad, es imposible calcular el tiempo por el número de cuartillas. Una página de bocadillos cortos, de media línea cada uno de ritmo ágil y rápido, puede durar un minuto o un minuto y medio; una página de parlamentos extensos y que deben ser dichos lentamente, puede insumir de tres a cuatro minutos. Sólo la larga práctica y el instinto nos enseñará a medir el tiempo de nuestros guiones. Y aun así, alguna vez erraremos en el cálculo.

Si el dato le orienta, tenga en cuenta que, en idioma español, hablando a velocidad normal, decimos promedialmente una 150 palabras por minuto. Así pues, por ejemplo, una charla de cinco minutos debe tener alrededor de 750 palabras. Pero además en emisiones con montaje, es preciso tener en cuenta el tiempo que utilizan la música y los efectos sonoros, tiempo muy variable.

A modo de guía, en programas dialogados, calcule para cada página tamaño oficio a doble espacio, con margen normal y escrita a máquina de tipo pica (standard), alrededor de dos minutos y medio. Para una charla corrida de cinco minutos, escriba una página y media. Pero tenga en cuenta lo aleatorio de estas estimaciones.

CAPÍTULO 11

EL GUIÓN DE UNA CHARLA O MONÓLOGO

LOCUTOR Amigos agricultores, buenos días. En este espacio de la Central Nacional de Cooperativas -CENACOP- continuaremos hoy refiriéndonos a los planes cooperativos de producción.

Hoy nos ocuparemos de la comercialización de las cosechas dentro de los planes cooperativos.

Recientemente, la Dirección Administrativa de CENACOP, con el fin de ordenar las operaciones de comercialización de las cooperativas afiliadas al sistema y asegurar a los socios una liquidación remunerativa dentro de plazos de tiempo adecuados, ha implementado una serie de disposiciones...

.....

¿Continuaría usted escuchando una charla como ésta? Entonces, no escriba charlas así.

¿Por qué no funciona esto en radio? Porque suena a lenguaje escrito, no hablado. No establece una comunicación personal con el oyente. Resulta intemporal, impersonal, formal. Se reconoce inmediatamente la típica redacción del técnico o del funcionario administrativo.

¿Cómo habría podido plantearse la charla de otro modo, en lenguaje radiofónico?

GARCÍA No hay peor cosa que andar con una duda adentro y tragársela. El domingo, en el mercado, me encontré con mi compadre Julián medio como desorientado, como despistado. “Dígame, García, usted que anda en eso . . . hablando en serio . . . ¿resulta eso de entregar el maíz a la cooperativa? ¿Conviene? ¿Qué seguridad tiene uno de cobrar sus pesitos? Porque por ahí andan diciendo que se tarda mucho en cobrar. Y que al final, el precio que se saca no es seguro”.

Bueno, un montón de socios me están preguntando lo mismo; así que les prometí que hablaría sobre eso por la radio. Vamos al asunto. ¿Cómo es esta cosa de vender por medio de la cooperativa?

¿Qué ha cambiado aquí? Que ahora estamos contando una historia y, a través de ella, estableciendo una relación de empatía con el oyente; dialogando, conversando con él. Estamos partiendo de una referencia a la vida cotidiana del que escucha o del que habla, de una experiencia común. No se arranca de lo que le interesa decir a la Dirección Administrativa de CENACOP, sino de lo que le interesa saber al oyente.

El contenido que se va a comunicar es el mismo: la forma de pago del maíz asignado a la cooperativa. El autor de la primera charla y el de la segunda van a explicar el mismo asunto, tenían en sus manos el mismo material para desarrollar; pero el primero se limitó a verter ese material “en bruto”, tal como lo recibió; mientras el segundo lo trabajó, lo elaboró radiofónicamente para convertirlo en una conversa-

ción de persona a persona. La charla se despojó de su empaque solemne, de su formalidad; se humanizó, se hizo vivencial.

1. EL TRATAMIENTO RADIOFÓNICO

La aparente sencillez de un género difícil.

Se suele creer que escribir una charla es, en radio, “lo más fácil, lo más simple”; que no exige mayor técnica ni elaboración. Basta tener algo que decir, alguna cosa que comunicar; y decirla.

Es cierto que el formato charla ofrece ventajas considerables. Es el medio más directo de comunicar una idea. Y el de más bajo costo de producción: se necesita una sola voz.

Pero también puede ser el más aburrido. Y el menos eficaz. “No hay nada más fácil que oír una sola voz sin escuchar lo que está diciendo”¹. Justamente porque dispone de un único recurso -una sola voz- y no ofrece todas las posibilidades de variedad de un diálogo, la charla exige más de la atención y la voluntad del oyente, que puede distraerse fácilmente. El guionista tiene que hacer un esfuerzo mayor para llegar a la audiencia.

Producir una buena charla no es fácil. No es solo cuestión, como suele creerse, de reunir el material y ordenar los contenidos que nos proponemos comunicar. Igual que en cualquier otro programa de radio, es necesario poner imaginación y creatividad; encontrar la manera de comunicar esos contenidos en forma atrayente, capaz de captar la atención y el

1. HUGH BARRETT Y BRIAN WELSH: *The Talk*, in *A Handbook for Scriptwriters of Adult Education Broadcasts*, tomo 1. The Friedrich-Ebert-Stiftung. Bonn-Bad Godesbert. 1973. En el presente capítulo, recogemos varios certeros enfoques de este trabajo.

interés del oyente. El cómo es tan importante como el qué. Es menester que nuestra charla se convierta en un mensaje personal, que establezca un lazo de comunicación con el oyente; que tenga color, vida; que maneje una prosa atractiva y vívida; que despliegue imágenes auditivas que hagan gráfico el tema y lo hagan ver y vivir al oyente.

Otras pautas para escribir una buena charla

Claridad. El charlista radiofónico no puede ver a sus interlocutores ni percibir sus reacciones como en una reunión; no sabe si está logrando o no su propósito de ser atendido y entendido. Por otra parte, ellos no pueden hacerle ninguna pregunta para aclarar posibles dudas, ni pedirle que repita alguna frase. Debe, entonces, realizar un máximo esfuerzo por expresarse con transparente claridad. Prever las dudas que pueda despertar en su auditorio y adelantarse a ellas; imaginar las reacciones de sus oyentes y responder a las mismas.

Sea claro y sencillo. Escriba para que todos lo entiendan. Piense en su público. Nunca pierda de vista para quién está escribiendo, ni se olvide para qué escribe usted.

Simplificación. Nos dirigimos a una audiencia profana y no fuertemente interesada en el tema científico, económico, etc., que queremos tratar. En una charla radiofónica, necesariamente breve, no podemos dar una información profunda y extensa. La charla sirve para motivar, para despertar una inquietud, no para ofrecer una exposición detallada de un asunto. Se impone, pues, una simplificación. Es ciertamente una limitación; pero no hay más remedio que asumirla.

Escriba sus charlas para motivar, no para exponer. Simplifique los contenidos. Haga un esfuerzo por ser simple, sin caer sin embargo en la trivialidad, ni en la superficialidad. Sinte-

tice. Diga lo importante de una manera comunicativa y sacrifique lo que no es tan importante. Concrétese a una idea central y desarróllela en forma clara y convincente.

Reduzca los datos al mínimo. Dado el corto tiempo de que usted dispone, es preferible que el oyente retenga dos o tres aspectos salientes a abrumarle con un montón de detalles de los cuales él no recordará después ninguno.

Motivación. Las primeras frases son decisivas. Es preciso captar desde el comienzo mismo el interés del oyente, para que siga escuchándonos y atendiéndonos. Para ello, lo mejor es partir de lo conocido, lo cotidiano, lo familiar. Póngase en el código experiencial del oyente. Arranque de lo que le interesa al oyente, no de lo que le interesa a usted o a su institución. En el primer ejemplo, el locutor partía de las disposiciones administrativas adoptadas por CENACOP; en el segundo, de las preguntas y dudas del compadre Julián.

Ejemplificación. Válgase siempre de ejemplos. Délos en abundancia. Humanice su tema. Cuente hechos, casos.

Lenguaje. Tan sencillo y accesible como sea posible. Palabras simples, familiares. Si tiene que nombrar productos químicos, especies vegetales o animales, enfermedades humanas, plagas de cultivos o de ganado, etc., emplee siempre el nombre popular dado en la zona y no la fórmula química o el nombre científico. Prescinda de tecnicismos en la mayor medida posible. Usted no está hablando para sus colegas profesionales sino para el público. Y cuando sea imprescindible utilizar una expresión técnica, tradúzcala, explíquela.

Sintaxis: Frases cortas y directas.

Estilo. Sea coloquial e informal. Personalice su charla, dele calidez, hable de persona a persona. A un oyente o a un pequeño grupo de ellos, no a una gran audiencia.

Involúcrese a usted mismo en la charla. E involucre al oyente con el que está conversando.

Escriba en estilo de conversación. No se ponga solemne. No eche discursos. No trate de imitar al empaque de los locutores profesionales. Siga siendo “usted mismo”.

Modestia. No se ponga en magister. No dicte cátedra. No adopte un tono de superioridad. Póngase en el oyente; recuerde que usted tampoco nació sabiendo; que a usted también le costó aprender las cosas que ahora sabe y aceptar y convencerse de las cosas de las que ahora está convencido. Al escribir su charla, reviva ese proceso de aprendizaje, recuérdese antes de y durante la adquisición de ese conocimiento o esa convicción y ayude al oyente a hacer ese pasaje y a superar las dificultades que alguna vez tuvo usted también.

Manejo de datos y cifras. Pocos datos, pocas cifras. Y esas pocas, elocuentes, significativas. Y siempre redondeándolas. Recuerde lo ya visto en capítulos anteriores; es mejor porcentajes que cifras absolutas y aún mejor proporciones que porcentajes. Haga que el oyente visualice las magnitudes con comparaciones gráficas.

Reiteración. Ya lo hemos señalado: la radio es un medio fugaz. El oyente no puede “volver atrás” para releer lo que no captó en una primera lectura. Reitere; repita los puntos oscuros. Diga más de una vez lo mismo con otras palabras más sencillas. Ponga ejemplos. Y al final de la charla, recalque la idea principal.

¿Usar música?

Para “aliviar” la monotonía del monólogo, suele usarse -y abusarse- del recurso de cortar la charla con cortinas musicales, intercaladas entre párrafo y párrafo. Con lo cual, lo que se consigue en realidad es hacerla aún más monótona y

mecánica. Los cortes musicales dentro de una charla resultan artificiales, le quitan la naturalidad de una conversación que fluye espontánea; interrumpen la plática sin integrarse en ella; y distraen del tema que se está desarrollando. Para impedir la monotonía, lo importante es escribir una charla fluida, creativa, vivencial, personal. Si lo es, las interrupciones musicales están fuera de lugar. Si no lo es, la música la torna aún más convencional.

Menos justificable aún es el fondo musical continuo, puesto por debajo de la voz del que habla. Solo sirve para distraer del mensaje que se quiere comunicar.

2. EL MONÓLOGO DRAMÁTICO

En una charla hablamos directamente al oyente. Pero también con una sola voz podemos crear un personaje que hable a un interlocutor imaginario. Este ya es un recurso expositivo dramático. Establece una situación, un escenario.

Al igual que la charla, el monólogo dramático tiene la ventaja de su bajo costo de producción: necesita un solo actor. Y es un formato que abre posibilidades radiofónicas muy interesantes y dignas de ser exploradas.

Con la salvedad de ilustres excepciones -tales como, en teatro, el célebre monólogo "Ser o no ser" de Hamlet- nadie habla solo, consigo mismo. Pero en cambio puede hablar con un interlocutor invisible (o mejor, en términos de radio, inaudible). Hay excelentes ejemplos literarios: el monólogo del Gran Inquisidor en "Los Hermanos Karamazov" de Dostoyevski, en el cual el anciano inquisidor habla a su prisionero -Cristo- que permanece todo el tiempo silencioso. Y teatrales: en "Antes del desayuno" de O'Neill, la mujer, personaje único de la pieza, habla a su esposo, que está en el baño, afeitándose; en "La voz humana" de Cocteau, es una

mujer que habla por teléfono con su amante. Solo se oye lo que ella dice a su interlocutor, físicamente ausente. Podemos crear recursos similares en radio.

En Uruguay, durante muchos años, hubo un excelente y original programa humorístico monologado: “El peluquero”, de Arthur N. García (Wimpi). Un peluquero, locuaz y charlatán como suelen serlo los de ese oficio, hablaba a su cliente mientras le cortaba el pelo o lo afeitaba. Le comentaba mezcladamente cosas de política, temas de actualidad, hechos sucedidos en el barrio; le contaba asuntos familiares, etc. Las prolongadas pausas o silencios, que parecen ser tan contraindicadas en radio, resultaban curiosamente valoradas en el soliloquio; por momentos el peluquero cesaba de hablar para concentrarse en su trabajo, dejando una frase por la mitad para retomarla luego o pasar abruptamente a otro tema. Durante aquellos silencios, solo se oía el activo clic-clic de la tijera o el raspar de la navaja. La diaria charla del peluquero a su impasible cliente duraba diez minutos; y constituyó uno de los programas más divertidos y originales de la radiodifusión.

Otro recurso con ricas posibilidades es el epistolar: una carta a alguien, como en el ejemplo que proponemos a continuación. Algo semejante se puede lograr también con la moderna modalidad de enviar cassettes personales a modo de cartas habladas: podemos imaginar a un personaje que graba y remite a un familiar o amigo un cassette -o una sucesión de ellos a lo largo de un cierto tiempo- y componer con este cassette o fragmentos de cassettes una historia, sea dramática o humorística. Puede tratarse siempre de los mismos personajes; o en cada emisión de un remitente diferente dirigiéndose a un destinatario también diferente.

El ejemplo N° 5: El monólogo dramático

“Cartas a una conciencia”

Esta serie es definida así por su propia autora: “Un programa de radio que intenta hacer una reflexión, usando la forma íntima y personal de una carta; dando la sensación de un amigo con el que se conversa. Su objetivo es hacer que los oyentes tomen conciencia de los hábitos mentales y prejuicios que muchas veces están implícitos en sus actitudes. Y en la responsabilidad personal y colectiva que cada uno de nosotros tiene en la sociedad”.

Cada emisión, de una duración de cinco minutos, consiste, pues, en una carta, escrita en cada caso por un personaje distinto (hombre o mujer) a un destinatario también distinto.

Naturalmente, estas cartas no han sido escritas para ser leídas por un locutor, sino para ser dichas por una actriz o un actor que le dé expresividad y fuerza al texto, aunque siempre dentro de un tono íntimo y coloquial.

El ejemplo es útil para mostrar cómo podemos imprimir interés radiofónico a un programa limitado al recurso de una sola voz -una charla, en definitiva- si ponemos creatividad, si logramos contar una historia; si conseguimos humanizar la charla, personalizarla, darle vida y color, poblarla de imágenes auditivas, convertirla en un diálogo vivencial.

Serie:	CARTAS A UNA CONCIENCIA
Emisión:	35
Autora:	Ana Hirsz
Producción:	SERPAL
Edición:	SERPAL, Munich-Bogotá (2 tomos)
Duración:	aprox. 5'

LOCUTOR Esta es otra página viva de la serie...

CONTROL TEMA MUSICAL; BAJA Y QUEDA
 LOCUTOR “Cartas a una conciencia”

CONTROL LEVANTA TEMAS Y DESVANECE

MARINA Querida María Delia:

Vuelvo de tu casa con un desasosiego muy grande.

1 Yo no sé, hija querida, si tengo razón o no, pero estoy preocupada. ¿Por qué no hablo contigo directamente? No sé, posiblemente porque no vea claro y tema decir cosas inexactas. Creo que el escribirte me permite ir reflexionando al mismo tiempo, y posiblemente lo que te llegue así será algo más claro y sereno que lo que sentí al salir de tu casa.

2 Mira, María Delia, yo sé que soy vieja y que en mis tiempos se educaba de otra manera a los niños. Lo sé y por eso mismo nunca me inmiscuí en la educación de mis nietos. Creo no haberte incomodado nunca con consejos ni con opiniones, ¿verdad? Pero ahora, es distinto; ahora creo que debo hablar, porque me parece que lo que estás haciendo, les hace mal a los niños. Y sé, icómo no lo voy a saber!, que los quieres demasiado para querer hacerles mal.

El televisor, ya lo sé, es algo incorporado a la vida de la familia, casi un miembro más. Los niños y los adultos pasan muchas horas de su vida ante ese aparato que ha llegado a ser tan necesario que su sola ausencia, aunque sea temporal, perturba la vida de la familia. Bueno, creo que eso es muy serio. Pero en fin, no quisiera hablar ahora de la televisión, ni de su contenido, ni del efecto que produce. Creo que no es el momento. Además, puede ser que yo realmente ya sea demasiado vieja, demasiado de otra época para entenderlo, ni del efecto

que produce. Creo que no es el momento. No, no es de eso de lo que te quiero hablar, sino de lo que están haciendo con los niños y el televisor. Cuando los niños volvieron del colegio, comenzaron a jugar. Y claro, comenzó a llenarse de ruido la casa. ¡Bendito ruido, el de los juegos y las risas de los niños! Pero tú te impacientaste, te pusiste nerviosa. Comenzaste a gritarles que se callaran, que no corrieran, que estropearían los pisos. Los chicos paraban un rato... pero claro, en seguida olvidaban tus rezongos y volvían a sus juegos. Entonces, tú airada, prendiste el televisor, buscaste “un programa para niños” y ahí los plantaste. Claro, no hubo más ruidos en la casa salvo el de los tiros, los gritos, la música estrepitosa que salía del televisor.

Los niños se habían aquietado, absortos ante la pantalla que les ofrecía un remedio de vida y de movimiento que tú les habías impedido. Entonces me llevaste a otro cuarto y me dijiste: “Ahora se van a quedar tranquilos y podremos conversar”. Pero yo ya no tenía ganas de conversar. Yo no podía entender que, después de las horas de quietud de la escuela, después de las tareas que habían hecho, tú no comprendieras la necesidad de juego y de movimiento que tenían tus hijos.

Díme, María Delia, ¿tú te has olvidado completamente de tu infancia? ¿Ya no recuerdas tu vuelta de la escuela... cómo corrías, cómo reías, cómo chiveabas? ¿No te das cuenta que eso les es indispensable a los chicos; que sin eso no se desarrollan ni física ni síquicamente? Tú no puedes, simplemente, por evitarte el ruido, impedir a tus hijos lo que su naturaleza les exige hacer. Es que las fuerzas, las ener-

gías que no gastan normalmente, las desgastarán malamente. Y ellos y tú, a la larga, sufrirán las consecuencias. Piénsalo, mi querida. Y perdóname que esta
 3 vez contra mi costumbre, me haya metido en lo que me importa y mucho.
 4 Mi amor por ustedes me da derecho. Tu madre.

CONTROL TEMA MUSICA /QUEDA DE FONDO

LOCUTOR Así habló esta carta... una más en la serie “Cartas a una conciencia”, presentada por SERPAL. Hasta pronto.

CONTROL LEVANTA TEMA MUSICAL

Comentarios

1. Ya el comienzo anticipa una historia, la comunicación de una experiencia.

2. Marina no se pone en magister; no da una opinión drástica. Solo comunica una inquietud.

3. No hay agresividad, sino afecto: “Piénsalo, querida”. Algo indispensable para que una charla cuestionadora llegue al oyente, sea aceptada por él y lo induzca a una reflexión.

4. Compárese el efecto de esta “carta” al de una charla convencional, dada por un sicólogo que diera consejos a las madres sobre el mismo tema. ¿Cuál cree usted que sería más oída y más eficaz?

CAPÍTULO 12

EL GUIÓN DE UN RADIO-REPORTAJE

Ya hemos definido el radio-reportaje como una monografía radiofónica sobre un tema dado. Un programa de radio-reportajes trata un tema en cada emisión. Y lo trata con cierta amplitud, en sus diversos aspectos y desde distintos ángulos. Se vale para ello de una variada gama de técnicas y recursos auditivos: diferentes voces, - de estudio o de exteriores- ya en exposición directa, ya en forma de entrevista o de discusión; sonidos, música, etc.

Junto con el radiodrama, se puede considerar al reportaje radiofónico como el formato más eficaz, desde el punto de vista educativo; uno de los que más pueden contribuir a ampliar los horizontes y la visión del oyente adulto.

En el capítulo 5, al tratar de los diferentes formatos, ya hemos descrito con cierta extensión las principales características del radio-reportaje (pp. 171 ss.). Aquí ampliaremos y complementaremos esas nociones y nos detendremos en la factura técnica del guión para un reportaje, con inclusión de ejemplos; pero dando por su puesto que el lector tiene presente lo ya dicho entonces - no estará de más que lo repase - a fin de evitar repeticiones innecesarias.

1. EL GÉNERO

La temática

De los ejemplos enumerados en el capítulo 5, el lector ya habrá podido inferir que los temas que se pueden tratar en forma de radio-reportaje son prácticamente ilimitados.

La temática es inagotable: temas de actualidad local y nacional (el alza de los precios, el éxodo del campesinado a la ciudad, la escasez de viviendas); de la actualidad internacional (la crisis del petróleo, la OPEP, el antagonismo sino-soviético, la proliferación de armas nucleares); reportajes históricos (el sueño de Bolívar de una América confederada, la vida cotidiana en el Imperio de los Incas); biografías (Einstein, Artigas, Bartolomé de las Casas, Ho-Chi-Min); reportajes sobre una región, un país, una ciudad, una aldea; sobre un plan de gobierno o sobre una nueva ley; sobre un problema educativo (la deserción escolar) o sanitario (la desnutrición infantil).

De hecho, pues, casi no hay tema que no pueda ser enfocado a través de un radio-reportaje. Es cuestión de permanecer bien informados, de estar atentos a lo que pasa en nuestro país y/o en el mundo y tener sensibilidad y olfato para encontrar asuntos que respondan al interés general.

Un consejo, sin embargo: de temas “importantes”, grandes, complejos, abstractos, no siempre salen los mejores reportajes. Conviene evitar las intelectualizaciones y reducir el alcance del tema, delimitarlo, concretarlo, ponerlo a “escala humana”.

La frecuencia

Un reportaje puede ser una emisión especial, ocasional, con motivo de un determinado acontecimiento (el aniversario de

un hecho histórico, la llegada al país de un visitante ilustre, el homenaje a un hombre público o a un gran escritor que acaba de morir). Pero, normalmente, es un programa estable, de frecuencia semanal, que presenta un tema diferente cada semana.

Temas para alimentar el programa no nos han de faltar; el problema es producir un reportaje por semana. A poco que el programa asuma una estructura compleja, con inclusión de varias entrevistas y de un buen acopio de información, es casi imposible investigar el tema, reunir la documentación, conseguir a los entrevistados, grabar y editar las entrevistas y escribir el guión en ese lapso. Generalmente, se necesita disponer de quince días. Para poder cumplir con la frecuencia semanal, hay dos posibles soluciones:

- a) Adelantar los guiones: sólo una vez escritos todos o al menos algo más de la mitad de ellos, iniciar la irradiación del programa (obviamente, esta solución no es aplicable si los reportajes giran en torno a temas de actualidad inmediata: perderían vigencia antes de que les llegue la hora de salir al aire).
- b) Formar dos equipos de trabajo que se turnan, de modo que mientras uno entrega su guión, el otro ya está produciendo el siguiente.

El primer paso: la investigación, la documentación

Si todo buen programa de radio educativo exige una investigación previa, en el caso de un radio-reportaje esta exigencia se torna ineludible.

Una vez determinado el tema, hay que acudir a expertos que puedan asesorarnos, a lecturas, a consultas; reunir muchas fichas. Hay que procurar no sólo los datos un tanto fríos, abstractos, conceptuales, que puedan proporcionar los

especialistas (economistas, sociólogos, médicos, ingenieros, agrónomos, estadígrafos), sino también los aspectos periodísticos, los ejemplos ilustrativos, las referencias humanas del asunto.

Muchas veces hay que ir a documentarse sobre el terreno: visitar las cárceles, si nuestro tema es el régimen penitenciario, los hospitales si vamos a ocuparnos de la asistencia sanitaria, los barrios marginales si nos proponemos abordar la crisis de la vivienda popular. Irnos al campo si vamos a enfocar el problema del minifundio y de las tierras agotadas por la excesiva explotación.

2. EL REPORTAJE A BASE DE ENTREVISTAS

El segundo paso: la grabación de entrevistas

Un reportaje a base de entrevistas es un montaje. Por lo tanto el guión se escribe al final, sólo después de que el material de notas que se va a incluir (entrevistas, declaraciones, testimonios, etc.) ha sido grabado y seleccionado.

Antes de producir el material, se puede -y se debe- hacer un primer esquema, un primer esbozo provisional de la emisión; pero el guión definitivo solo se puede escribir a posteriori, con los fragmentos grabados ya en la mano.

¿Quién se encargará de hacer las entrevistas? Si el guionista tiene buenas condiciones de entrevistador y dispone de tiempo para ello, lo ideal es que él mismo las grabe: nadie más indicado que él, que tiene claro el plan global de su reportaje y una visión de conjunto del tema, para saber lo que necesita obtener de cada entrevistado. En su defecto, otros programas de reportajes integran un equipo de trabajo con el guionista y uno o dos periodistas que se encargan de las entrevistas. Puede ser también el mismo locutor del programa.

La edición

Una vez reunido el material grabado (entrevistas, declaraciones), hay que seleccionarlo. La edición constituye parte fundamental de la realización de un reportaje. Este toma su forma cuando lo editamos, esto es, cuando escogemos los trozos mejores de las distintas grabaciones efectuadas y eliminamos lo irrelevante, lo confuso. Y no sólo descartamos “lo que no sirve”: muchas veces tenemos que sacrificar también partes buenas e interesantes, pero que no caben dentro del tiempo de que disponemos o que nos apartarían demasiado del tema central.

La economía del tiempo juega como un factor decisivo. Es muy frecuente que tengamos una hora o una hora y media de material grabado y el tiempo total disponible para nuestra emisión nos obligue a quedarnos sólo con quince minutos. A veces, de toda una entrevista utilizamos una sola frase.

Editar es también decidir en qué orden vamos a presentar el material seleccionado. El desarrollo del tema debe ser sumamente claro, pedagógico, ordenado. Tenemos que disponer los fragmentos escogidos en el orden más didáctico y a la vez, el que dé lugar a una progresión más interesante. Por supuesto, no tendremos en cuenta para nada el orden cronológico en que grabamos las entrevistas: puede que, al ordenar los fragmentos, la entrevista o declaración que grabamos primero sea la que vaya última.

A veces, de una entrevista seleccionamos un solo fragmento; otras veces tomamos tres o cuatro pasajes significativos. Y esos tres o cuatro pasajes los editamos juntos, formando un solo bloque, o bien los distribuimos en distintos momentos de la emisión. En esa distribución tampoco seguimos necesariamente el orden original de la entrevista grabada: tal vez lo que el entrevistado dijo al principio, a nosotros nos convenga

ponerlo en la tercera o en la cuarta de sus sucesivas intervenciones a lo largo de la emisión.

También tenemos el recurso de repetir algún breve pasaje significativo: una frase muy elocuente, por ejemplo, puede aparecer dos o tres veces en el curso del reportaje, reiterando, subrayando o contraponiéndose, creando un contraste con otras declaraciones.

Lo importante, pues, es proceder con una gran libertad al “armar” los pasajes seleccionados; reordenarlos en función de la eficacia didáctica y del ritmo periodístico de la exposición.

Ejemplo No.6: La edición

“El enemigo oculto” (resumen)

En un taller de radio dentro de un curso realizado por CIESPAL en 1977, se produjo en forma experimental el radio-reportaje que se reseñará a continuación. El tema era: la parasitosis.

Previamente a la edición y la confección del guión, los participantes grabaron, en distintos lugares de Quito y en una zona rural, un total de trece entrevistas que totalizaban más de una hora. Luego, decidieron editarlas y ordenarlas de acuerdo con el siguiente plan:

- 1.- Introducción: caracterización de la enfermedad, su descripción, sus síntomas.
- 2.- La magnitud del mal; sus consecuencias.
- 3.- Las causas.
- 4.- Lo que se está haciendo para combatirlo.
- 5.- Resumen y conclusiones.

En función de este esquema, la emisión tuvo el desarrollo que se describe a continuación en forma resumida y abreviada:

1. **RELATOR** A lo largo y a lo ancho del Ecuador, deambulan los niños con sus barriguitas hinchadas. Niños con caritas tristes y el pelo descolorido. Estamos seguros de que usted los ha visto. (...) Posiblemente usted no lo sepa, pero dentro de esas barriguitas hinchadas se encuentra un enemigo oculto que mina sus vidas y los puede conducir a la muerte. Descubra con nosotros quién es ese enemigo . (...) Vayamos hasta Mulaló, una pequeña población ubicada en la falda del volcán Cotopaxi, en la provincia del mismo nombre. Doña Sara María Chalco es una de las moradoras de este lugar. Vive en una choza con piso de tierra, donde se duerme, se cocina y se crían animales domésticos.

2. **Transcripción No. 1:** conversación con la campesina (1 min. 10 seg.) Refiere que tiene a una de sus pequeñas hijas - 2 años - muy enferma: se le hincharon la barriguita y los pies, tiene “asientos” (diarrea), mucha fiebre. Pero no sabe de qué está enferma la niña. A una pregunta de la entrevistadora, dice que sus otros hijos también se enferman de “asientos” muy a menudo.

3. Relator: breve comentario y enlaza con

4. **Transcripción No. 2:** entrevista con el médico del subcentro de salud cercano, Dr. Corzo. Primer fragmento (25 seg.) Explica que las madres le traen a sus hijos porque “les duele la barriga”, pero no saben que están enfermos de parasitosis; no saben lo que es la parasitosis.

5. Relator: breve comentario y analiza con

6. **Transcripción No. 3:** otro pasaje con el Dr. Corzo (20 seg.) Expresa que no sólo los niños son los afectados; también los adultos padecen el mal, pero como soportan mejor el dolor, no vienen a consultarlo.

7. Relator: se pregunta qué es la parasitosis; qué quiere decir esta palabra.

8. **Transcripción No. 4:** explicación de un médico (57 seg.) Explica en forma sencilla qué significa el término y los síntomas más corrientes de la enfermedad. Indica cómo operan los parásitos en el organismo y que incluso pueden provocar la muerte.
(Cortina Musical: música andina ecuatoriana).
9. Relator: se pregunta si serán muchos los que padecen parasitosis.
10. **Transcripción No. 5:** fragmento de la entrevista al director del Centro de Salud de El Camal, en la periferia de Quito (48 seg.) “Es una gran mayoría de la población ecuatoriana; yo diría que el cien por ciento”. Toda la población está expuesta a la acción de los parásitos, pero las personas bien alimentadas y que pueden vivir en un ambiente higiénico los vencen más fácilmente; mientras que los que no pueden comer lo suficiente y habitan en zonas sin agua potable ni alcantarillado, son fácil presa de los parásitos.
11. Relator: enlaza con
12. **Transcripción No. 6:** tercer fragmento entrevista al médico rural (10 seg.) Confirma que, en el campo, la parasitosis constituye el problema número uno.
13. Relator: hace notar que las opiniones coinciden y que el problema es de suma gravedad.
14. **Transcripción No. 7:** conversación con José, un niño de diez años que vive en El Camal, barrio marginal de Quito (16 seg.) Cuenta que a tres de sus seis hermanitos les han salido “cuicas” (parásitos).
15. Relator comenta las consecuencias de la parasitosis en los niños “los hermanitos de José están siempre tristes y cansados, casi nunca juegan y sus maestras los castigan diariamente porque no cumplen las tareas escolares. Los parásitos los están consumiendo y no les queda energía para jugar; mucho menos para estudiar”.
16. **Transcripción No. 8:** entrevista con el Dr. Troncoso, funcionario del Ministerio de Salud - primer fragmento (13 seg.) asevera que la parasitosis es uno de los mayores

problemas sanitarios con que se enfrenta Ecuador.

17. Relator constata la coincidencia de opiniones y enlaza con:

18. **Transcripción No. 9:** cuarto fragmento entrevista al médico de Mulaló (15 seg.) Explica el proceso posterior de la enfermedad: la parasitosis provoca una desnutrición, que origina a su vez una anemia aguda. La persona termina muriendo de anemia; pero el origen fue la parasitosis.

19. Relator: concluye que esta enfermedad “nos está arrebatando gran parte de la fuerza laboral del Ecuador”.

20. **Transcripción No.10:** médico (12 seg.) Da datos estadísticos. La mitad de las muertas que ocurren en el Ecuador se debe a la parasitosis.

21. RELATOR Este enemigo nos arrebató la vida de uno de cada dos ecuatorianos.

CONTROL TIC-TAC DE RELOJ / BAJA Y QUEDA DE FONDO

RELATOR Cada quince minutos muere un ecuatoriano víctima de parasitosis.

CONTROL SUBE TIC-TAC-DE RELOJ Y DESVANECE

22. **Transcripción No. 11:** quinto fragmento de la entrevista con el Dr. Corzo (18 seg.) Declara que en Mulaló el índice de mortalidad infantil por parasitosis alcanza al 80 por ciento. Empalma con sexto fragmento (28 seg.) Señala que la parasitosis es aún más que endémica: es pandémica. Constituye una pandemia, puesto que afecta a todos los grupos de población de todas las edades. (Cortina musical: música andina ecuatoriana)

23. Relator se pregunta el por qué de esta pandemia; por qué hay tanta parasitosis. Cuáles son las causas.

24. **Transcripción No. 12:** séptimo fragmento entrevista con el médico rural (25 seg.) Respuesta: falta de condiciones mínimas de higiene; carencia de agua potable, consumo de aguas contaminadas; ausencia de alcantarillado y de servicios higiénicos.

25. Relator: "En el área rural, de cada doce viviendas sólo una tiene agua potable; y una de cada 35 casas posee alcantarillado".
26. **Transcripción No. 13:** fragmento de la entrevista a un médico del área suburbana de Quito (35 seg.) Menciona como causas las mismas que indicó su colega rural, a las que agrega las condiciones socioeconómicas en que vive la población: hacinamiento - familias de hasta ocho personas viviendo en una sola pieza -, viviendas insalubres.
27. Relator comenta brevemente y enlaza con
- 28 **Transcripción No. 14:** octavo fragmento entrevista con el Dr. Corzo (12 seg.) "Si curamos de parasitosis a un niño, a los tres meses estaremos curándolo nuevamente"
29. Relator: "Es casi inútil intentar curar con medicinas a quien va a regresar nuevamente a su medio infectado: fatalmente volverá a contraer el mal. Este es el círculo vicioso de la parasitosis, ante el cual el médico se declara impotente".
(Cortina musical: tema andino ecuatoriano)
30. Relator se pregunta qué se está haciendo para combatir este nefasto enemigo.
31. **Transcripción No. 15:** segundo fragmento entrevista Dr. Troncoso del Ministerio de Salud (25 seg.) Expresa que lo único realmente efectivo para erradicar la enfermedad son los planes de saneamiento del Instituto de Obras Sanitarias (agua potable, alcantarillado, servicios higiénicos).
32. Pero -comenta el relator- estos planes son a largo plazo. En lo inmediato, la única acción es la del Ministerio, con su Plan de Salud Rural.
33. **Transcripción No. 16:** continúa el Dr. Troncoso (15 seg.) con una breve información sobre los centros y subcentros de salud que existen en el país.
34. Relator acota que, empero, hay muchas personas que no concurren a estos centros porque desconfían de los edificios blancos y de los médicos.

35. **Transcripción No.17:** diálogo con una lavandera de la periferia de Quito (38 seg.) Dice que tiene hijos enfermos “de gripe”. Sin embargo, ante otra pregunta, dice que los niños tienen “cuicas”. No; no los ha llevado al médico porque éste “saca la plata”.
36. Relator: Además de este testimonio, quisiéramos también olvidar, aunque sin éxito, un rótulo que vimos en la puerta de uno de los centros rurales de salud que visitamos. En letras grandes decía “NO FIO”.- Hace una referencia a la automedicación: la gente se receta por su cuenta los productos que se publicitan por los medios de comunicación.
37. **Transcripción No. 18:** otro pasaje del diálogo con la lavandera (20 seg.) Dice que está “curando” a su hijos con una pastillas que compró en la farmacia. Menciona la marca. Es un producto que hace mucha publicidad (y que en todo caso es para gripes, no para diarreas provocadas por parásitos).
38. Relator recuerda que, de todos modos, frente a las parasitosis, los medicamentos son sólo un parche. Hace un resumen de la emisión y enuncia unas conclusiones. “La solución no está en la medicina, sino en una transformación global que permita a todos alimentarse bien y que lleve la higiene, el saneamiento y el agua potable a esos millones de ecuatorianos que hoy carecen de esos servicios indispensables” ¹.

Algunos Comentarios. De las trece entrevistas que se grabaron, se utilizaron ocho, de las cuales se seleccionaron 19 fragmentos. Sobre un total de más de una hora de material grabado, estos fragmentos utilizados suman apenas ocho minutos y medio.

1. El equipo que produjo esta emisión piloto estaba integrado por Ramiro Mac Donald II (Guatemala), Dixie Vaca y Mercy Castro (Ecuador). Freddy Sandoval (República Dominicana) y Edmundo Maldonado (Venezuela). Dentro del VII Curso Internacional de Periodismo Científico y Educativo de CIESPAL, dirigió el taller de Radio el autor de este libro.

De la entrevista al médico rural se tomaron ocho pasajes que se fueron distribuyendo oportunamente a lo largo del reportaje. Sin embargo, conviene indicar que esos ocho pasajes no llegan a durar entre todos tres minutos, cuando la entrevista grabada original tenía 17.

1. Estos datos dan idea de lo que significa editar.

Casi no es necesario señalar, por otra parte, que las entrevistas no fueron incluidas en el orden cronológico en que se grabaron; y que dentro de aquellas de las que se tomaron varios pasajes, tampoco se conservó en su inserción el orden de las distintas frases. Cada fragmento, pues, fue tratado como una unidad independiente y reubicado según un plan, un orden. Editar un reportaje de este tipo es como armar las piezas de un rompecabezas.

En otro orden de cosas, el lector habrá advertido cómo el reportaje arranca de una imagen conocida y familiar al oyente (los niños de barriguitas hinchadas); cómo permanentemente propone referencias humanas (lo diálogos con la campesina, con el niño, con la lavandera; la descripción de los hermanitos de José, el rótulo NO FIO a la puerta del centro rural de salud); la forma gráfica y simplificada en que maneja las cifras estadísticas (cfr. Pasajes 20, 21 y 25).

3. LA ESTRUCTURA DEL GUIÓN

Ya tenemos las entrevistas grabadas y editadas. Llegó el momento de escribir nuestro guión. Podemos optar entre dos estructuras:

a) En secciones. El radio-reportaje en secciones o misceláneo se asemeja en su estructura a la radio-revista o magazine; con la diferencia de que todas las secciones -charlas, entrevistas, crónicas, comentarios, números musicales- están referidas al mismo tema.

Reléase el ejemplo de la emisión con motivo de la visita del presidente de Y que se describe en la página 174.

b) **Unitario.** No hay secciones; el reportaje fluye como una unidad. “El enemigo oculto” que se acaba de resumir ut-supra ejemplifica este tipo de reportajes. Dentro de él, también podemos optar entre dos variantes, según la finalidad que persigamos.

1. **El reportaje descriptivo.** Se propone informar sobre una cuestión, dar una visión del asunto, un panorama del material recogido. Muchos reportajes son descriptivos por la misma naturaleza del tema que tratan: por ejemplo, un reportaje sobre una región, o sobre la construcción de una represa, tendrá a describir, a contar lo que está pasando, a informar de lo que se está haciendo -sin que ello excluya necesariamente, desde luego, matices críticos y cuestionadores si hay lugar a ellos-.

Pero también temas de otra índole pueden ser presentados con este tratamiento. Vg. si se enfoca el estancamiento de la producción agraria en el país, un reportaje de este tipo se basará sobre todo en un diagnóstico de la situación: datos, hechos. El objetivo central será llamar la atención sobre la baja productividad del agro. Si incluye opiniones, lo hará sin tomar partido. Un dirigente campesino señalará al latifundio y a la injusta distribución de la tierra como causas principales de la baja producción; en tanto un empresario agrícola la atribuirá a la política oficial en materia de fijación de precios, que desestimula la inversión. El autor del reportaje se considera tan sólo un cronista; adopta una cierta neutralidad frente a las diferentes posiciones (aunque ya se sabe que esa neutralidad es siempre relativa); deja que sea el oyente el que saque sus conclusiones.

2. **El reportaje interpretativo.** Aquí, además de dar una información, el propósito es tratar el tema didáctica-

mente, llevar al oyente a una reflexión crítica. Se presentan los hechos, como en el caso anterior; pero a través de una determinada visión, de una determinada interpretación, y ordenados en función de esa óptica. El autor no se pone en cronista, sino más bien en comentarista.

El reportaje descriptivo presenta los hechos notorios; si no indaga, no profundiza en su causas; el interpretativo se compromete en una explicación, se propone probar algo, demostrar algo, ir al fondo de la cuestión. Al primero le interesa sobre todo el qué; al segundo, el por qué.

Dentro de esta segunda modalidad, se destaca el modelo que hemos denominado “pesquisa periodística” (enquete, inchiesta) Adopta la forma de una indagación, de una investigación. El periodista quiere averiguar algo, encontrar la explicación de un hecho y organiza su reportaje para llegar a ese resultado.

Para decirlo con la tipología de Freire, un reportaje-pesquisa parte de la “conciencia ingenua” para llegar a la “conciencia crítica”. Va de lo simple, de lo inmanente, de la percepción evidente de la realidad inmediata, a un cuestionamiento de esa realidad. Incluso muchas veces parte de la percepción deformada y falseada, del prejuicio corriente, para confrontarla después con los datos que el oyente no conoce y que la pesquisa va revelando. En ese sentido, puede decirse, para usar una expresión actual, que son programas de contrainformación.

Ejemplo No. 7: La estructura de reportaje-pesquisa

“Detrás de la noticia” (resumen)

En lo que respecta al trabajo de edición y montaje, el presente ejemplo es de factura mucho más simple y lineal que el anterior. Sin embargo, ilustra bien el armado de pesquisa

periodística, a la vez que muestra cómo pueden hacerse eficaces programas de este tipo con recursos limitados y medios artesanales.

La duración de la emisión era de 20 minutos; y al igual que en el caso precedente, no se transcribe aquí la totalidad del guión sino una descripción resumida de su estructura².

1. PERIODISTA Cuando usted lee una misma noticia en dos periódicos distintos y la encuentra tan diferente, usted debe sentirse muy confundido. Y posiblemente debe preguntarse dónde está la verdad. Ese mismo descontento y esa misma inquietud la siento yo cuando redacto una información para el periódico donde trabajo. Cuando mi jefe me apura, me ordena rehacer lo escrito, me corrige, me sugiere, me da ideas... Cuando se cierra la edición en unos minutos más y no he terminado, cuando el espacio dentro del periódico es demasiado corto..., pienso en usted, que quiere conocer la verdad, y no me siento contento. ¿Quiénes intervienen... dónde está la causa del problema... cómo se produce la noticia... qué opina el pueblo?, son las preguntas que usted se hace y no le son respondidas. En este programa intentaremos ir descubriendo los entretelones de la noticia. ¿Me acompaña?

CONTROL

TEMA MUSICAL CARACTERÍSTICO
(ÁGIL, NERVIOSO, RÍTMICO) / BAJA Y
QUEDA DE FONDO

2. Como el anterior, este ejemplo corresponde a un guión experimental producido dentro de un curso - taller de radio dirigido por el autor. En el presente caso, el curso tuvo lugar en Lima, Perú, en 1974, en el marco de un proyecto del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo).

PERIODISTA Detrás de la noticia.
 CONTROL SUBE TEMA MUSICAL Y DESVANECE
 SOBRE

2. Voz de un informativista de radio que lee una noticia: comerciantes de Lima han sido encarcelados y sus comercios clausurados por especular con alimentos de primera necesidad. Cross- fade con voz de un locutor que pasa un anuncio del gobierno en el que se exhorta a la población a denunciar a los acaparadores y especuladores.
3. Ante estas noticias, la periodista empieza por plantearse si realmente el costo de la vida está subiendo tanto; si hay especuladores y quiénes son. Luego describe vívidamente el escenario de la primera entrevista.
4. **Transcripción No. 1:** en un mercado popular. El testimonio del público consumidor: fragmentos-editados y ensamblados- de entrevistas a amas de casa (1 min. 30 seg.) Todas se quejan y protestan por el alza vertical de los precios. “Todo ha subido bárbaramente, los salarios no alcanzan; están especulando con la vida de los niños, con el hambre del pueblo”. Opinan que los minoristas no tienen la culpa; que los especuladores son los comerciantes grandes, los mayoristas.

(Cortina musical ágil)

5. La periodista propone, pues, ir en busca del mayorista, señalado como el responsable. Para poder encontrar más claramente la pista del alza de precios, la indagación se concentrará en un producto: el atún enlatado, que ha sufrido una fuerte subida. Nuevamente hace una gráfica descripción del comercio donde se desarrolla el diálogo.
6. **Transcripción No. 2:** en un comercio mayorista.

Entrevista al comerciante (3 min.) Declara, que, como todos los mayoristas, él se provee de atún a través de las compañías comerciales que distribuyen este producto. En su caso, menciona concretamente dos: la Distribución E...y la L... Manifiesta que, de golpe, le han aumentado el precio casi al doble. El sigue vendiendo a los minoristas con el mismo margen de utilidad -el 10 por ciento- de modo que no es responsable de la subida. Se queja del clima adverso que se le ha creado con motivo de la campaña del gobierno contra los especuladores. “Ahora hasta me da vergüenza ser comerciante. Yo nunca he especulado, no acaparo, no tengo capital para hacerlo. Compro y vendo”. El alza de los precios está en las grandes empresas que fabrican y comercializan.

(Cortina musical ágil)

7. Frente a esta respuesta, la periodista se resuelve a visitar a una de las mayores empresas productoras de conservas de pescado. Aunque la fábrica se halla lejos de Lima, en un puerto pesquero, tiene en la capital una pequeña oficina administrativa “El gerente está muy ocupado”, aunque con algunas dudas, dos empleados le responden amablemente.
8. **Transcripción No. 3:** en la oficina de la empresa industrial. Entrevista a un empleado (3 min. 45 seg.) Según éste, el aumento del precio se debe a la falta de pescado en el mar, que ha provocado el alza del costo de extracción. Informa que la fábrica no vende directamente a los comerciantes: comercializa toda su producción a través de la compañía E... con la que tiene un contrato de distribución exclusiva. En virtud del mismo, no puede comercializar en forma directa. Justifica este sistema diciendo que así la empresa se evita el tener que montar y mantener su propia estructura de distribución y ventas (camiones, personal, cobranzas, etc.): entrega

toda su producción a la E... y ella se encarga de todo lo demás.

(Cortina musical ágil)

9. La periodista se pregunta por qué extraña razón de pronto se ha puesto a escasear el pescado en el mar; por qué, en plena época de pesca, se ha retirado el atún, al mismo tiempo que también se han puesto a escasear, según se afirma, la harina, los frijoles, el arroz, etc.
10. **Transcripción No. 4:** montaje. Se repite una frase del comerciante mayorista: "Yo el atún se lo compro a la E... y a la L...", ensambla con repetición del empleado de la productora: "Nosotros comercializamos toda nuestra producción a través de la compañía E..." Ensambla con voces de otros comerciantes que también declaran que compran el atún a distribuidoras, entre las cuales la más mencionada es la E... "No hay más remedio - explica uno-; cuando escasea algún producto de primera necesidad, los únicos que siempre tienen nos dan aunque sea un poco, son ellos".
11. La periodista se pregunta por qué la casi totalidad de la producción de atún enlatado es distribuida y comercializada exclusivamente por unas pocas compañías, que ejercen así un virtual monopolio. El público acusa a los mayoristas; pero no conoce la existencia de estas grandes organizaciones de ventas: "Parecería que estamos llegando al corazón del problema. Hay que visitar también a la E...".

(Cortina musical sofisticada)

"Ocupa seis de los doce pisos de un moderno edificio en el centro de Lima (...) Todo luce a eficiente, a bien organizado". La periodista es enviada de un piso a otro;

tropieza con toda clase de resistencias y evasivas. “Nunca tuvimos tanta dificultad para conseguir una entrevista. Hasta que finalmente...”.

12. **Transcripción No.5:** en la compañía distribuidora. Entrevista con un funcionario (2 min.). A la pregunta de por qué subió el precio del atún, responde que no lo sabe ni puede saberlo, ya que las que fijan el precio de venta son las productoras: la compañía se limita a vender el atún al precio que éstas le indican y cobra una comisión por su servicio de distribución. Se niega a decir de cuánto es esa comisión ni si ésta es fija o variable: esos son asuntos comerciales reservados. Cuando se le pregunta la razón por la cual estos contratos imponen la condición de exclusividad y prohíben a las empresas industriales vender directamente, elude la respuesta: no conoce el contrato, no sabe si es de exclusividad. En cuanto a las relaciones entre la empresa productora y la compañía, “la única relación es el contrato de comisión mercantil y punto”.

(Cortina musical ágil).

13. La periodista se pregunta por qué la E... fue tan evasiva en sus respuestas. Resuelve dirigirse a CONACI, la Confederación Nacional de Comunidades Industriales³. “Después de escuchar como ustedes las entrevistas anteriores, unos dirigentes comuneros nos responden”:
14. **Transcripción No.6:** en CONACI. Entrevistas sucesivas a tres trabajadores integrantes de sendas comunidades industriales (3 min.20 seg.) No les sorprende la renuencia de la distribuidora a suministrar informa-

3. las comunidades industriales, creadas por la Ley de Reforma Industrial durante el gobierno del Gral. Velasco Alvarado, agrupan a los trabajadores de cada empresa con vistas a su participación en la misma.

ción. Basados en su actual conocimiento y experiencias en materia empresarial, dan una serie de datos y ejemplos de casos similares, que los llevan a presumir que entre la compañía E... y la productora existe algo más que un contrato de distribución: que hay intereses y capitales comunes. Que la comercialización controla a la productora y es ella la que maneja los precios y determina el alza.

15. Periodista: los comuneros sospechan que la empresa comercializadora es la gran especuladora, el gran titiritero que maneja muchos hilos. ¿No sería conveniente que este sector fuera investigado y controlado?

Comentarios. La emisión adolece de defectos en su desarrollo; por ser un trabajo de taller que no hizo posible una investigación previa más acuciosa, la argumentación ofrecida es un tanto endeble y poco convincente; faltan pruebas, datos. Pero lo que de todos modos interesa es que el lector considere y retenga, la estructura, ciertamente válida: el modelo de reportaje-pesquisa. Cómo la periodista va avanzando paso a paso en su indagación y encadenando una entrevista con la siguiente, logrando así imprimir a su reportaje el interés de un relato, de una historia, de un proceso de investigación que el oyente presencia y comparte. Cómo, al internarse “detrás de la noticia” (contrainformación) consigue revelar aspectos de la comercialización desconocidos por el público.

Otro acierto: el haber optado por no tratar el tema del alza de los precios en forma global, sino concentrándose en un solo caso, un solo producto -el atún-. Un buen método del reportaje radiofónico es precisamente partir de lo particular, de lo concreto y de allí a lo general.

Adviértase, finalmente, la introducción (paf.1) cálida, personal, que establece desde el inicio una comunicación entre la periodista y el oyente.

Ejemplo No.8: El guión de un reportaje a base de entrevistas

“Producto importado”

Serie : Reportajes a la actualidad nacional
 Emisión : “Producto importado”
 Autor : Enrique Rondón
 Documentación: Prof. Víctor Córdova
 Producción : CONAC-Consejo Nacional de la Cultura - Venezuela.

CONTROL MÚSICA ELECTROACÚSTICA (PUEDE SER ALGO DE STOCKHAUSEN)/ DESVANECE

LOCUTOR (COMO SI ESTUVIERA PROBANDO UN GRABADOR) Probando, probando...un, dos, tres...probando... ¿Me oye perfecto? ¿Y la música cómo se oye? ¿Bien? Eso quiere decir que su receptor está bien sintonizado. Pero ya que está mirando los botones, fíjese en la marca de su radiorreceptor.

CONTROL BREVE PAUSA DE MÚSICA

LOCUTOR ¿Se había fijado en que la marca de su radio no es nacional? Piense un poco, y lo reto a que en diez segundos nombre dos marcas nacionales de radiorreceptores.

CONTROL UNOS DIEZ SEGUNDOS DE MÚSICA

LOCUTOR Lo lamento, terminó el tiempo y usted perdió. Y quedaría igualmente derrotado si le pido que nombre marcas nacionales de automóviles ... de tractores... de bebidas gaseosas... de alimentos enlatados y de muchos otros productos. Y esto se debe a que...

LOCUTORA (INTERRUMPIENDO) Perdóname que te in-

terrumpa. Pero eso se debe, simplemente, a que Venezuela es un país en pleno desarrollo. Y seguramente nuestro oyente está de acuerdo en lo que digo.

LOCUTOR Sí, es verdad. Venezuela está en pleno desarrollo y por ello necesita tecnología para fabricar los tractores y las maquinarias que requiere. Venezuela precisa tecnología para refinar su petróleo y para explotar sus campos.

LOCUTORA Correcto. Y por eso el país compra maquinarias fabricadas en Estados Unidos, Alemania, Japón. Entonces es lógico que esas maquinarias tengan marcas en inglés, alemán o japonés.

2
LOCUTOR Pero precisamente ahí está el problema. Como Venezuela no fabrica esos equipos, ¿sabes cuánto tiene que pagar por el uso de esa tecnología a países extranjeros? Yo tengo un amigo que nos podría dar esa cifra: el ingeniero Getulio Tirado, quien es Director del equipo de ciencia y tecnología del Consejo Nacional para el Desarrollo- CENDES.

CONTROL TRANSCRIPCIÓN No. 1

TIRADO Basta ver las cifras de importación de maquinaria -que en Venezuela será como el 90 por ciento de la maquinaria que se utiliza- y basta ver que el 37 por ciento del valor de la producción industrial se envía al exterior para pagar los gastos de maquinaria, de materias primas y patentes de las empresas. Y eso para el año 76 son como 13 mil millones de bolívares.

LOCUTORA ¡Trece mil millones de bolívares al año! Pero... ¡tú te imaginas trece mil millones de bolívares juntos?!

3 LOCUTOR Es algo así como... tres barcos llenos de mone-

- LOCUTORA das de un bolívar. Eso es lo que paga anualmente Venezuela a los países extranjeros por el uso de maquinaria y tecnología importadas. Pero a mí me extraña eso de que en Venezuela haya tanta tecnología importada. Y me extraña porque yo me he fijado en que existen muchos institutos tecnológicos. Si no tenemos tecnología propia, entonces, ¿qué se enseña en esos institutos?
- LOCUTOR Mira, creo que la respuesta te la puede dar el profesor Víctor Córdova, de la Escuela de Sociología de la Universidad Central de Venezuela. El te dirá qué enseña en los institutos tecnológicos venezolanos.
- CONTROL TRANSCRIPCIÓN No. 2
CÓRDOVA Tecnología importada. En Venezuela, todo lo que se enseña en relación con tecnología de transferencia, es tecnología del extranjero.
- 4
 LOCUTORA Entonces, si ello es así y si entiendo bien, en el mundo existen dos grupos de países: unos, con tanto desarrollo tecnológico que lo pueden exportar, como Estados Unidos, Japón, Alemania; y otros, como los nuestros, que no tiene tecnología propia y tienen que importarla.
- LOCUTOR La clasificación no está mal. Pero algunos sociólogos la describen con otras palabras. Esos países que poseen y producen conocimientos científicos y tecnológicos, tienen, gracias a estos conocimientos, un inmenso poder de dominio en términos económicos, políticos y militares.
- LOCUTORA ¿Eso quiere decir que nosotros -Venezuela, los países de América Latina- dependemos de ellos?
- LOCUTOR Exacto. Ese es el término. Dependencia. Venezuela es en la actualidad un país lógica-

- mente dependiente.
- LOCUTORA Pero sin embargo he oído decir muchas veces que esta tecnología extranjera nos favorece, nos conviene.
- LOCUTOR ¿Por qué?
- LOCUTORA 5 Porque requiere mucho menos mano de obra; y entonces, la producción sale más barata.
- LOCUTOR 6 Esa afirmación yo también la he oído mucho. Por eso lo consulté con el profesor Córdova.
- CONTROL TRANSCRIPCIÓN No. 3
- CÓRDOVA No, yo no creo que la producción se abarate. Más bien se encarece. Porque si no fuera nada más que un problema técnico, un país que logre incorporar mayor tecnología acrece su parque industrial y tiene mayor posibilidad de producir; pero eso es sólo en términos técnicos. Pero resulta que la incorporación tecnológica tiene que tomar en cuenta los factores que un país tiene en un momento determinado. En el caso venezolano, la tecnología que se incorpora es una tecnología sumamente cara, porque es una tecnología intensiva de capital porque proviene de países en donde el capital, es el bien más abundante. En el caso nuestro, el bien más abundante es la mano de obra. Entonces precisamente nosotros deberíamos tratar de incorporar un tipo de tecnología que no ahorre mano de obra, sino todo lo contrario, una tecnología que promueva la ocupación de los factores nacionales, en la cual la mano de obra sea lo más importante.
- LOCUTOR ¿Te das cuenta? Según Víctor Córdova, la

tecnología de los países desarrollados responde a las condiciones de esos países, donde abunda el dinero y hay poca mano de obra. Pero en Venezuela la cosa es al revés. Aquí esa tecnología, lo que hace es aumentar el desempleo.

7 CONTROL TRANSCRIPCIÓN No. 4

CORDOVA ...Y tú sabes que un país, cuando baja su tasa de empleo, la problemática social se le multiplica.

LOCUTOR El ingeniero Tirado piensa igual y recuerda dos casos en que la tecnología está provocando desocupación para gran cantidad de venezolanos.

CONTROL TRANSCRIPCIÓN No. 5

TIRADO Por ejemplo eso está sucediendo ahora en artes gráficas que es la ... la automatización de los procesos de composición, que viene desplazando a los ... los tipógrafos son, ¿no? Sí. O lo que sucede -y está planteada una lucha- con los obreros portuarios: el uso de los contenedores para el desembarco de las cargas.

LOCUTORA De manera que esa dependencia tecnológica tiene un costo doble...

LOCUTOR ¿Qué quieres decir con eso de un costo doble?

LOCUTORA Claro. Por una parte los 13 mil millones de bolívares que pagamos anualmente a los países productores de tecnología. Y por la otra, un pago... vamos a llamarlo social, que consiste en el aumento del desempleo.

LOCUTOR Y todavía hay otro costo. Sí, no te sorprendas. El costo ambiental. El daño que sufre la natu-

raleza a causa de una tecnología importada y en muchos ocasiones de desecho.

LOCUTORA ¿Cómo que “de desecho”?

LOCUTOR Sí. Eso lo sé por el profesor David Flores, del Instituto de Zoología tropical de la Universidad Central de Venezuela: al país llega mucha tecnología que está prohibida en Estados Unidos por contaminante.

CONTROLTRANSCRIPCIÓN No. 6

FLORES

A pesar de que Estados Unidos es un país capitalista, su desarrollo le ha permitido generar en su pueblo cierta conciencia conservacionista; y el pueblo norteamericano es un pueblo que defiende su ecosistema - o lo que le queda de su ecosistema. Debido a esta presión popular, el gobierno se ha visto en la obligación de tomar medidas, generar una gran cantidad de leyes de protección al ambiente. Tales leyes impiden el desarrollo rentable de las empresas... quiero decir, la obtención de ganancias para los accionistas de esas compañías... y entonces han dirigido esas empresas hacia Latinoamérica y hacia otros países, en los cuales su nivel cultural, su dependencia tecnológica y cultural, no les ha permitido poner vallas, dictar leyes de protección.

LOCUTOR

Y por esa falta de leyes conservacionistas, de protección a la Naturaleza, en Venezuela tenemos varios casos en los que la tecnología rompió ese equilibrio natural llamado ecosistema. El profesor Flores señala esos casos:

CONTROLTRANSCRIPCIÓN No. 7

FLORES

Fíjate, actualmente en nuestro país prácticamente todos los recursos son afectados. Y los que más preocupan son los no-renovables, como lo serían los minerales. Sin embargo, aun cuando para el público generalmente los renovables no tienen muchos problemas en cuanto a su destrucción, quiero decirle que sin la producción vegetal, el hombre sería imposible que viviese. (No solamente el hombre: ningún animal). Y esta destrucción a veces, y con frecuencia en nuestro país, se torna irreversible.

Puedo citar ejemplos. Los bosques de Brasil fueron totalmente destruidos. No hace mucho, creo que en el gobierno pasado, se hizo un intento de explotación del Amazonas, se sembraron grandes áreas; se destruyeron miles de hectáreas de bosques, bosques que costaron a la Naturaleza miles de años desarrollar, y se sembró allí sin tomar en cuenta el problema del sustrato mineral. Esos suelos eran muy pobres en minerales. Por supuesto, al someter eso al cultivo intensivo, fue agotándose el complejo nutriente; y a medida que pasó el tiempo, las nuevas siembras, las tres o cuatro cosechas que se hicieron, fueron siendo cada vez más pobres, hasta que prácticamente eso se perdió.

8 PERIODISTA ¿Qué casos concretos existen en Venezuela de destrucción de ecología a causa de la tecnología?

FLORES

Mira, habría cientos de casos. Te voy a citar los más resaltantes. Te voy a contar dos casos, el caso del lago de Valencia y el caso del lago de Maracaibo. Ahí la tecnología aplicada ha destruido el ecosistema. En ambos lagos. En

el lago de Maracaibo, debido a la contaminación petrolera, debido a la contaminación industrial y debido a la contaminación de la explotación agropecuaria de la región. Los tres factores han afectado drásticamente el ecosistema. Y en especial también el hecho de que el dragado de la entrada del lago ha permitido la incorporación de grandes masas de agua salada a unas zonas que anteriormente eran de agua dulce. Por supuesto, esto afectó tremendamente a la población animal y vegetal que en este lago se daba.

El otro es el del lago de Valencia. En el lago de Valencia tiene también como causa de su destrucción ésa: la contaminación de tipo industrial. Debido a la industria que se situó alrededor de él, se ha contaminado totalmente el lago. Y por otro lado, la tendencia a la salinidad de ese lago, debido a que no se lava como anteriormente. Antes el lago recibía grandes cantidades de aguas procedentes de ríos y salía también esa misma cantidad. Es decir, se conservaba un equilibrio: la misma cantidad de agua que entraba, salía. Pero últimamente con la tala, con la quema, con la destrucción de los cauces de los ríos, ha disminuido el ingreso de agua y fundamentalmente ha disminuido la salida de agua de allí, y la salinidad ha aumentado paulatinamente. Pero el caso fundamental de destrucción ecológica, creo, el peor caso que existe en nuestro país, es la provocada por el desarrollo urbano: la contaminación de las grandes ciudades. Sobre todo Caracas, con su tremenda contaminación a causa de las emanaciones de gases de los automotores.

- CONTROL MONTAJE: SOBRE MÚSICA ELECTRO-ACÚSTICA, RUIDO DE TRÁNSITO MUY INTENSO VINIENDO A PRIMER PLANO: BOCINAS DE CARROS; RUIDOS DE MAQUINARIAS A PRIMER PLANO Y CESA. QUEDA DE FONDO LA MÚSICA
- LOCUTORA Venezuela paga de tres formas su dependencia tecnológica.
- LOCUTOR Venezuela paga unos 13 mil millones de bolívares anuales por importar tecnología.
- LOCUTORA La tecnología importada requiere poca mano de obra y eso, en Venezuela, significa desempleo.
- LOCUTOR La tecnología importada no toma en cuenta nuestro medio ambiente y, por ello, atenta
9 contra los recursos naturales.
- CONTROL LEVANTA FONDO MUSICAL COMO CORTINA Y CESA: INMEDIATAMENTE ENTRA TRANSCRIPCIÓN No. 6
- FLORES Bueno, no toda tecnología atenta contra el equilibrio ecológico. Te podría poner como ejemplo las prácticas agrícolas que utilizan los indios del Amazonas, las cuales no atentan en absoluto contra el sistema ecológico, puesto que están acordes con él. La tecnología comienza a tentar contra la ecología, contra el ecosistema, en la medida en que esta tecnología se hace, no para satisfacer las necesidades de una población, sino para obtener mayores ganancias.
- PERIODISTA Pero, en el caso que usted me citó del Amazonas, ¿no tienen ellos alguna práctica que sea atentatoria, como la quema de la tierra, por ejemplo?

- FLORES No; inclusive los sociólogos han hecho estudios allá en el Amazonas... he estado leyendo estudios recientes... Ellos hacen rotación de zonas de explotación, no solamente en cuanto al aspecto agrícola, en el Conuco, sino en cuanto a la caza. Ellos tienen un centro de radiación. Desde ese centro van cambiando periódicamente sus zonas de explotación. De tal forma que el propio ecosistema se encargue de equilibrar lo dañado por ellos.
- LOCUTORA (ALARMADA) Pero con ese ejemplo de los indígenas del Amazonas, el profesor Flores parece desear que volvamos al primitivismo.

CONTROL TRANSCRIPCIÓN No. 9

- 10 FLORES No, al contrario; pero debemos copiar de ellos, de su cultura, el sabio respeto que tienen por la Naturaleza.
- LOCUTOR Y fíjate que la imposición de tecnología no es de ahora. Ya durante la conquista, los españoles nos impusieron una técnica agrícola que tampoco nos resultó un buen negocio...

CONTROL TRANSCRIPCIÓN N° 10

- FLORES En el pasado remoto, cuando los timotocucas poblaban los Andes, su tecnología agrícola era superior a la que los españoles les trajeron. La tecnología agrícola de ellos les permitía el cultivo en montañas; y permitía conservar el suelo de esas montañas. Mientras que la tecnología importada de los españoles, al modificar la tecnología nativa, provocó con el tiempo la destrucción de grandes zonas de los Andes.

PERIODISTA Tengo entendido incluso que, después de la incorporación de las técnicas españolas, esas tierras ya no volvieron a producir la misma cantidad que con los indios.

FLORES Bueno, era lógico suponerlo, ¿no? Lógico... El cultivo que utilizaron los españoles en los Andes, eran cultivos que permitían... es decir, no era en terrazas; por lo tanto permitía el arrastre. El agua de lluvia, la precipitación, elimina la capa vegetal, arrastra consigo toda la tierra; deja prácticamente roca.

LOCUTORA Yo insisto en que el profesor Flores pretende que volvamos al primitivismo. Eso es imposible. Venezuela es un país en vías de desarrollo.

LOCUTOR Yo no lo interpreto así.

LOCUTORA ¿Cómo lo interpretas tú?

LOCUTOR Flores está de acuerdo en que Venezuela necesita desarrollarse.

LOCUTORA ¿Y entonces...?

LOCUTOR Pero piensa que Venezuela debe tener una tecnología propia, que parta de nuestras experiencias y nuestras necesidades. Recuerdo un ejemplo que citó el profesor Víctor Córdova: hay profesionales universitarios que están aprendiendo de sencillos trabajadores del campo.

CONTROL TRANSCRIPCIÓN No. 11

CÓRDOVA Se sabe, por ejemplo, que los nuevos agrónomos tienen que ir a escuchar y a ver la práctica de los campesinos, como una manera de perfeccionar sus propios conocimientos. En esos campesinos hay todo un caudal de experiencia que podría hacer que la introducción de tecnologías pudiera revertirse en una alta productividad en el campo.

LOCUTORA Eso está bien, y nos hace sentir orgullosos de

nuestros campesinos y pescadores. Pero ¿cómo romper la dependencia en cuanto a máquinas y equipos? Porque tengo entendido que existen las patentes, las cuales garantizan a un país la propiedad exclusiva de la tecnología que desarrolla.

LOCUTOR Sí, así es. Las patentes establecen una especie de monopolio de tecnología.

LOCUTORA ¿Pero qué? Entonces, estamos amarrados.

CONTROL ENTRA TRANSCRIPCIÓN No 12

11 TIRADO Bueno, pero la cuerda se puede aflojar. Estamos amarrados, pero no así fatalmente amarrados. La cuerda se puede aflojar; basta tener una política económica nacional tendiente hacia una verdadera autonomía. Es perfectamente factible, por ejemplo en el caso de las patentes, que el Ejecutivo Nacional - y creo que esto está contemplado si mal no recuerdo en la decisión 24 de la Junta del Acuerdo de Cartagena -, que el Ejecutivo Nacional diga: en tales rubros de la actividad económica nacional no se otorgará patentes a extranjeros. En ese caso... Y basta que el Estado diga: que desarrolla un plan de producción de bienes de capital en el país.

12 PERIODISTA ¿Qué serían bienes de capital?

TIRADO Maquinarias y equipos.

LOCUTORA Ummm... (EN TONO REFLEXIVO). La solución que propone el Director del equipo de Ciencia y Tecnología del CENDES, es interesante. No otorgar patentes a firmas extranjeras en algunos campos económicos y desarrollar planes propios de producción de maquinarias y equipos. Eso plantea otro interrogante.

CONTROL ENTRA TRANSCRIPCIÓN No. 13

PERIODISTA Profesor David Flores: ¿Venezuela tiene el personal adecuado para desarrollar una tecnología propia?

FLORES Bueno, la pregunta es bastante difícil. Creo que el país cuenta con una población que estaría en capacidad de afrontar un desarrollo tecnológico; pero no en las condiciones actuales. Porque el problema del desarrollo tecnológico no depende de la voluntad de una persona, de un ingeniero; depende de todas las condiciones políticas, sociales y económicas. Tal como se ve, la situación en nuestro país, las condiciones actuales hacen que el desarrollo tecnológico no se vea por ningún lado. Eso lo podemos explicar por varios factores fundamentales. El primero, la existencia, en el seno de nuestro pueblo, tanto a niveles de dirección como a niveles de masa, de una conciencia negativa en cuanto a la capacidad de nuestro pueblo para desarrollar tecnología propia. En segundo lugar, las leyes, es decir, la estructura legal del país, impide prácticamente el desarrollo tecnológico. No incentiva el desarrollo tecnológico; no lo incentiva en absoluto. Se ha hecho un análisis de estas leyes y se ha encontrado que en lugar de aumentar la tendencia hacia el desarrollo tecnológico, lo que hacen es bloquearlo.

CONTROL GOLPE DE CAMPANA Y ENTRA TRANSCRIPCIÓN No 14

PERIODISTA Ingeniero Getulio Tirado: ¿Venezuela tiene el personal adecuado para desarrollar una tec-

nología propia?

TIRADO No, eso de adecuado no se puede decir nunca. Ese es un término para contestar sin contestar. Yo creo que el país tiene gente bastante preparada. El país debe tener ahorita como unos quince mil ingenieros. Y en mano de obra calificada debe tener ... bueno, no sé cuántos tiene, pero basta ver que en la industria hay doscientos y tantos mil obreros, técnicos y empleados. Eh... habría como tres mil agrónomos en Venezuela. El problema es que hay que organizar a esa gente. Y organizar a los técnicos de tal manera que ellos puedan organizar también a la población en forma técnica.

CONTROL GOLPE DE CAMPANA Y ENTRA
TRANSCRIPCIÓN No. 15

PERIODISTA Profesor Víctor Córdova, ¿Venezuela tiene el personal adecuado para desarrollar una tecnología propia?

CORDOVA Yo sí creo. Y esto aquí actúa así... como haciendo de abogado del diablo, ¿no? Yo pienso que si Venezuela programa una actividad económica y social que se corresponda con el tipo de necesidades del pueblo venezolano - no del pueblo norteamericano sino del pueblo venezolano -, aquí sobran los recursos humanos no sólo para crear una tecnología propia, sino para lograr un desarrollo satisfactorio en todos los órdenes de la vida social.

CONTROL GOLPE DE CAMPANA

LOCUTOR Esa es la opinión de los expertos. Pero, ¿qué opina un venezolano común y corriente?

CONTROL ENTRA TRANSCRIPCIÓN No. 16
(ENTREVISTA CALLEJERA)

PERIODISTA Usted está arreglando un radiecito ahorita. Cuando usted busca un aparato de esos, ¿busca una marca nacional o busca una importada?

ENCUESTADO Bueno, importada, porque vale más pero son buenas las cosas, ¿ve? Duran más tiempo.

PERIODISTA Cuando busca las pilas, las baterías, ¿también las busca importadas?

ENCUESTADO Importadas. (SE RETRACTA): No, esas sí son criollas todas, porque aquí no hay pilas ahorita.

PERIODISTA En general, la mayoría de las cosas, ¿usted las busca importadas o nacionales?

ENCUESTADO Bueno, como caiga, importadas y nacionales, ¿verdad?

PERIODISTA Pero, ¿por cuál tiene preferencia?

ENCUESTADO Bueno, para mí tiene más preferencia lo que sea importado.

PERIODISTA ¿Por qué?

ENCUESTADO Porque salen “más mejores las cosas”.

CONTROL MÚSICA ELECTROACÚSTICA (LA MISMA
QUE AL PRINCIPIO(BAJA Y QUEDA
 14 DE FONDO

LOCUTOR Y usted, que cuando comenzamos a hablar miró los botones de su radio... ¿usted busca marcas nacionales o importadas? ¿Sigue pensando que nos conviene, que nos resulte importar tecnología?

15

CONTROL SUBE MÚSICA Y DESVANECE
LENTAMENTE

Comentarios.

1. La apelación a lo cotidiano, a la experiencia inmediata del oyente, como punto de partida.

2. Para lograr más movimiento de voces y poder evitar las largas parrafadas, los autores de la serie podían utilizar una pareja de locutores. Rondón la empleó inteligentemente; no para repartir entre ambos locutores un impersonal texto continuado (“monólogo a dos voces”) sino para establecer entre los dos una conversación, un diálogo. Cada uno tiene su rol, su personalidad, sus ideas, que mantienen coherentemente a lo largo de toda la emisión. El locutor representa al investigador; la locutora, con sus preguntas y sus objeciones, al oyente.

3. “Tres barcos”: la imagen auditiva gráfica, visualizadora. Para muchos oyentes dice más que la cifra de trece mil millones.

4. Una respuesta breve y contundente.

5. La “conciencia ingenua”.

6. El pase a la entrevista se hace de manera informal, evitando el clásico y duro convencional. Nada de formalismos como “en ese sentido, el profesor Córdova expresa...” o “Al respecto, nuestro entrevistado nos dice”.

7. Aquí se ha obviado todo anuncio: no era necesario. La grabación entra directamente.

8. Al igual que en los ejemplos anteriores, también en este reportaje el periodista fue el propio guionista: él realizó y grabó las entrevistas para su guión.

9. A esta altura del reportaje, una oportuna recapitulación;

buena aplicación del principio de la redundancia.

10. El entrevistado aparece aquí sin previo anuncio, respondiendo a la objeción de la locutora e integrándose en el diálogo. Seguramente, el periodista, al entrevistarlo, le había planteado esa objeción; y ahora se aprovecha su respuesta.

11. El mismo acertado recurso ya comentado en la nota precedente.

12. El pedido de aclaración al término técnico.

13. Tres transcripciones sucesivas, sin interrupciones, sobre una misma pregunta. El guionista arma aquí un mini-papel, una pequeña mesa redonda.

14. No habría sido mal recurso de redundancia repetir aquí, tras el diálogo con el “hombre de la calle”, la frase del profesor Flores en su última intervención. “La existencia, en el seno de nuestro pueblo, tanto a niveles de dirección como a niveles de masa, de una conciencia negativa con respecto a la capacidad de nuestro pueblo para desarrollar tecnología propia”.

15. En lugar de conclusiones, preguntas dirigidas al oyente.

Nota: para el lector, nosotros hemos producido aquí íntegramente el contenido de las grabaciones. Pero en un guión de trabajo es necesario tomarse la fatiga de transcribir por escrito todo lo que ya está grabado. Basta indicar en cada caso el número de la transcripción y como guía para el operador, las primeras y últimas palabras del fragmento seleccionado. Por ejemplo: Transcripción No. 5. Desde “A pesar de que Estados Unidos es un país...” hasta “...poner vallas, dictar leyes de protección”. Puede ser útil indicar también el número de vuelta que marca el grabador (desde vuelta 094 a vuelta 128, por ejemplo).

CAPÍTULO 13

EL GUIÓN DE UN RELATO CON MONTAJE

El “relato con montaje” es otra forma de radio-reportaje, pero difiere del anterior en que no usa entrevistas, sino que todo él va libretado. En lugar de documentos vivos pregrabados, utiliza reconstrucciones que pone en boca de actores.

En el cap. 5 (pp. 176 ss) se ha visto una descripción bastante completa de este tipo de programas; y se ha señalado que se lo emplea generalmente para presentar un hecho histórico, una biografía o un asunto internacional para el cual no podemos disponer de entrevistas. En su reemplazo recurrimos entonces a breves escenas dialogadas y, sobre todo, a documentos: fragmentos de escritos o de discursos, etc. Así, en el caso de una biografía, insertaremos frases del propio biografiado y sus contemporáneos.

Para imprimir movimiento auditivo al programa, ponemos esas citas en boca de actores. Ellos vienen a ser aquí los “entrevistados”. Incluimos también mini-situaciones dramatizadas y efectos sonoros. Por ejemplo, si estamos haciendo un reportaje sobre la Revolución Francesa, podemos reconstruir con voces y efectos la toma de la Bastilla. Ese pasaje será como una foto sonora del hecho, como su ilustración auditiva.

El relato con montaje es, en síntesis, un radio-reportaje que utiliza algunos recursos del radiodrama: actores, diálogos, sonidos, música. Pero se diferencia de éste en que no

busca desarrollar una acción dramática y suscitar vivencias emotivas, sino informar, explicar y analizar hechos. Consecuentemente, ambos géneros se diferencian también en su estructura. El radiodrama es sobre todo diálogo, acción; las escenas dramatizadas interpretadas por actores ocupan toda la emisión o al menos gran parte de ella, en tanto que el narrador o bien no existe o bien desempeña una función secundaria. El relato montado, en cambio, es sobre todo exposición informativa: la narración -a cargo de un relator o, a veces, de dos para conferir mayor variedad de voces al programa- desempeña un papel protagónico y constituye la columna vertebral del guión.

Los episodios no siguen necesariamente un orden cronológico. A veces, para dar más interés a la emisión o/para ser más didácticos, partimos de un momento intenso y culminante (por ejemplo si estamos haciendo un reportaje sobre la Revolución Francesa, lo iniciamos con la toma de la Bastilla); luego nos remontamos a los hechos anteriores que lo explican y preparan: en el caso citado, retrocederemos a los días que precedieron al 14 de Julio y documentaremos la situación en que vivía el pueblo bajo la monarquía.

La combinación de recursos

Por supuesto, siendo el reportaje a base de entrevistas y el relato con montaje, dos variantes de un mismo formato, nada impide combinarlos. Esto es, escribir un guión basado en reconstrucciones y citas dichas por actores, pero complementado también con algunos fragmentos de entrevistas o declaraciones pre-grabadas de personas que puedan hacer algún aporte interesante al tema.

Un ejemplo de esta combinación lo ofrece el reportaje sobre el Canal de Panamá que se reproduce al final de este capítulo, en los testimonios de una maestra y un periodista panameños

de paso por Caracas, cuya presencia circunstancial el guionista supo aprovechar ¹.

El recurso de la entrevista imaginaria

Una entrevista también se puede crear. Aunque el personaje no esté ahí -e incluso haya muerto- y solo dispongamos de sus escritos, es posible entablar un imaginario diálogo con él. De ese modo -y siempre valiéndonos de un actor- logramos dar mayor dinamismo a un texto que deseamos citar in extenso en un relato montado: en lugar de insertarlo de corrido, vamos intercalando preguntas que den pie a transcribir el pensamiento del autor. Podemos así “entrevistar” a Gandhi, a Martín Luther King, a Benito Juárez o aun a Platón o al apóstol Santiago.

Supongamos, a guisa de ejemplo, un reportaje sobre el Tercer Mundo en el que, a propósito de las condiciones del comercio internacional, queremos citar al papa Pablo VI. Tenemos sus palabras:

“Las naciones altamente industrializadas exportan sobre todo productos elaborados, mientras que las economías poco desarrolladas no tienen que vender más que productos agrícolas y materias primas. Gracias al progreso técnico, las primeras aumentan rápidamente de valor y encuentran suficiente mercado. Por el contrario, los productos primarios que provienen de los países subdesarrollados, sufren amplias y bruscas variaciones de precio, muy lejos de esa plusvalía progresiva. De ahí provienen para las naciones poco industrializadas

1. Otra fórmula interesante y dinámica para un radio-reportaje libretado y resuelto con voces de actores, puede encontrarse en la serie de Mario César Tierra de Muchos (12 capi.) editada por SERPAL en 1974. El prólogo (cap. 1) se acerca al radiodrama; pero a partir del capítulo 2 y hasta el final, el programa combina la estructura de la discusión o debate con técnicas de radio-reportaje (relato montado). Una prueba más de las múltiples posibilidades que ofrece la radio, de combinar géneros y crear formatos nuevos.

grandes dificultades, cuando han de contar con sus exportaciones para equilibrar su economía y realizar su plan de desarrollo. Los pueblos pobres permanecen siempre pobres y los ricos se hacen cada vez más ricos.

“Es decir que la regla del libre cambio no puede seguir rigiendo ella sola las relaciones internacionales. Sus ventajas son ciertamente evidentes cuando las partes no se encuentran en condiciones demasiado desiguales de potencia económica: es un estímulo del progreso y recompensa el esfuerzo. Por eso los países industrialmente desarrollados ven en ella una ley de justicia. Pero ya no es lo mismo cuando las condiciones son demasiado desiguales de país a país: los precios que se forman “libremente” en el mercado pueden llevar consigo resultados no equitativos. Es por consiguiente el principio fundamental del liberalismo como regla de los intercambios comerciales, el que está aquí en litigio”. (Populorum Progressio, párrafos 57-58).

Podemos incluir este texto en la forma convencional y transcribir la cita a renglón corrido, precediéndola de un anuncio (vg. “El papa Paulo VI ya señalaba en 1967...”). Pero también podemos transformarlo en una imaginaria entrevista al Pontífice:

- RELATOR Su Santidad: ¿piensa usted que los reclamos del Tercer Mundo en las conferencias de la UNCTAD y del GATT son fundados?
- PABLO VI Pienso que sí; y mucho. Vea lo que está sucediendo actualmente. Las naciones altamente industrializadas exportan sobre todo productos elaborados, mientras que las economías poco desarrolladas no tienen para vender más que productos agrícolas y materias primas, ¿no es así? Y bien: ¿qué sucede? Que gracias al progreso técnico, los primeros aumentan rápidamente de valor y encuentran suficiente

- mercado.
- RELATOR ¿Y no sucede otro tanto con las materias primas que producen los países subdesarrollados?
- PABLO VI Bien sabemos que no. Por el contrario, éstas sufren amplias y bruscas variaciones de precio, muy lejos de esa plusvalía progresiva.
- RELATOR ¿Y qué consecuencias apareja esto para las naciones del Tercer Mundo?
- PABLO VI Bueno... Esas naciones dependen de sus exportaciones para equilibrar su economía, para realizar sus planes de desarrollo, ¿verdad? Cómo no han de verse entonces afectadas por grandes dificultades. En los hechos, los pueblos pobres permanecen siempre pobres mientras los ricos se hacen cada vez más ricos.
- RELATOR Sí, bien. Pero ¿cómo atender y contemplar esas situaciones dentro del libre juego de precios en el mercado internacional?
- PABLO VI ¡"Libre" juego! No. La regla del libre cambio no puede seguir rigiendo ella sola las relaciones internacionales.
- RELATOR Sin embargo, ¿no es ésta una regla justa, un estímulo al progreso, una recompensa al esfuerzo de los más tenaces?
- PABLO VI Le diré. No niego esas ventajas. Ellas son ciertamente evidentes, cuando el poderío económico de las partes no se encuentra en condiciones demasiado desiguales. Es natural que los países industrialmente desarrollados vean en esa regla una ley de justicia.
- RELATOR ¿Y entonces?
- PABLO VI ...Pero cuando las condiciones de país a país son excesivamente desiguales, ya no es lo mismo.

- RELATOR ¿Por qué?
PABLO VI Porque en ese caso los precios que se forman.... “libremente” en el mercado -y digo libremente entre comillas- pueden llevar consigo resultados no equitativos.
- RELATOR ¡Pero el sistema de precios libres como regla de los intercambios comerciales es el principio fundamental del liberalismo!
- PABLO VI Lo sé. Y es justamente ese principio el que yo cuestiono; el que está aquí en litigio.

Hemos convertido el denso texto en un ágil diálogo en el cual para los efectos de la radio, la posición de Pablo VI ha quedado mucho más resaltada, más radiofonizada por así decirlo; y en el que, sin embargo, nos hemos mantenido absolutamente fieles al autor y hemos respetado totalmente su pensamiento.

El reparto: los actores

Para componer un reportaje a base de citas, necesitamos incluir generalmente muchos personajes históricos, como sucede en el ejemplo que se transcribe a continuación. Sin embargo, ello no significa que haga falta contar con un elenco extraordinariamente numeroso y por ende muy costoso.

Como se trata de intervenciones aisladas e independientes, de citas que se transcriben y no de personajes dramáticos, el reportaje no exige el realismo que requiere un radiodrama, donde cada personaje debe ser encarnado por una voz diferente. Para el guión que se reproduce aquí, pese a la cantidad de personajes que incluye, bastan cuatro actores alternándose y, a lo sumo, cambiando un poco en cada intervención el tono y la modulación.

Ejemplo No. 9: El relato con montaje**“Panamá: la quinta frontera”**

Serie	: Reportajes a la Actualidad Internacional
Emisión	: “Panamá: la quinta frontera” ² .
Autor	: Jorge Luis Ornstein
Documentación	: Oswaldo Capriles y Miguel Ron Pedrique
Producción	: CONAC-Consejo Nacional de la Cultura -Venezuela.

(APERTURA DEL PROGRAMA: ANUNCIO DE LA EMISIÓN)

CONTROL MARCHA DE TIPO NOTICIERO

INFORMADOR: Habría acuerdo en torno al canal de Panamá Nueva York. Un vocero autorizado del Departamento del Estado declaró en la sede de las Naciones Unidas que el presidente Carter ha hecho una cuestión primordial del asunto Panamá. “El acuerdo con Torrijos es inminente”, aseguró el alto funcionario, poniendo énfasis en que los pasos dados son indicativos de la nueva política de la administración Carter para con sus vecinos latinoamericanos.

CONTROL LEVANTA MARCHA Y DESVANECE. APARECEN DESCARGAS Y ESTÁTICOS HABITUALES EN TRANSMISIÓN DE ONDA CORTA. VOZ QUE SE ACERCA Y SE ALEJA ALGO DISTORSIONADA.

2. Como se advertirá, este reportaje fue escrito en setiembre de 1977, antes de la firma del nuevo tratado suscrito por los presidentes Torrijos y Carter; y, obviamente, mucho antes de conocerse el destino final del documento, sujeto a la ratificación por parte del Congreso de los Estados Unidos.

COMENTARISTA (MUJER; TONO UN POCO AFECTADO DE COMENTARISTA INTERNACIONAL)

...coinciden en afirmar que el presidente norteamericano se propone lograr un impacto, que aun cuando tiene a América Latina como destinataria, está dirigido a impresionar al mundo entero. Pero, sin lugar a dudas el nuevo tratado tendrá que dejar de lado algunas prácticas un tanto abusivas que ahora no serían toleradas por los panameños. (LA VOZ SE VA DESVANECIENDO). La política del garrote parece haber sido archivada...

CONTROL

SUBEN EFECTOS ONDA CORTA COMO QUIEN BUSCA EN EL DIAL

COMENT. 2

(HOMBRE PERSUASIVO, TAMBIÉN CON ALGÚN MANERISMO)

...pero en este caso Carter no se mueve con la misma seguridad en el frente interno, donde influyentes miembros de su propio partido y, desde luego, la mayoría de los republicanos se opondrán en el Congreso a cualquier cambio en el status del Canal...(SE PIERDE)

CONTROL

CORTINA MUSICAL BREVE INDICANDO FINAL Y SUSPENSO (PUEDE SER CONCIERTO PARA CELESTA Y PERCUSIÓN DE BELA BARTOK)

LOCUTOR

¿Qué pasa con Panamá?

CONTROL

MISMO EFECTO MUSICAL ANTERIOR

LOCUTOR

El problema del canal y su Zona ha cobrado vigencia, actualidad. Se habla insistentemente de un nuevo tratado. A esta altura hemos olvidado el viejo. Nos queda solamente la certidumbre de que el Canal es un problema. Para los panameños, en primer lugar, y para los norteamericanos, para los latinoamericanos y, en definitiva, para todo el mundo. Pero, ¿sabemos realmente qué pasa con Panamá?

<u>CONTROL</u>	<u>MISMO EFECTO ANTERIOR (BREVE)</u>
<u>LOCUTOR</u>	Es una pregunta que no se puede responder sencillamente ni en pocas palabras, pues se trata de una ya larga historia, con variados personajes y un escenario conflictivo...
<u>CONTROL</u>	<u>COMPASES GUITARRA (“FANTASÍA PARA UN GENTILHOMBRE” DE JOAQUÍN RODRIGO)</u>
<u>LOCUTORA</u>	Todo empezó cuando Núñez de Balboa, desde la altura del istmo, divisó el Océano Pacífico...
<u>CONTROL</u>	<u>EFECTO OLEAJE, CANTO DE AVES MARI- NAS CON LA MÚSICA DE RODRIGO DE FONDO</u>
<u>LOCUTOR</u>	(TONO COTIDIANO INVITANDO AL DIÁLOGO ¿Será necesario realmente volverse tan atrás?
<u>LOCUTORA</u>	Bueno, yo creo que sí. Porque, seguramente, para Núñez de Balboa, representante de un rey y de un imperio, el sentido que tenía aquel descubrimiento era muy diferente al que podían darle los nativos.
<u>LOCUTOR</u>	Eso es verdad. Tan es así, que a solo 42 años del descubrimiento de América, una real Cédula del emperador Carlos V dispone:
<u>CARLOS V</u>	Que personas expertas vean la forma que podría darse para abrir dicha tierra y juntar ambos mares.
<u>CONTROL</u>	<u>MÚSICA DE RODRIGO SUBE Y BAJA QUE- DANDO SUAVE DE FONDO</u>
<u>LOCUTOR</u>	Hubo sin embargo quien previno sentenciosamente.
<u>CONTROL</u>	<u>LEVE RESONANCIA</u>
<u>ESPAÑOL</u>	Lo que ha unido Dios, no puede destruirlo hombre alguno.
<u>CONTROL</u>	<u>SUAVE PANTALLAZO MÚSICA DE RODRIGO</u>

- LOCUTOR Y don Pascual de Andagoya contesta así al Rey de España y Emperador de Alemania;
- EFEECTO RASGUEO DE PLUMA AL ESCRIBIR
- ANDAGOYA Con todo el dinero del mundo, no se saldría con ello...
- CONTROL PANTALLAZO FANTASÍA RODRIGO (A PENAS UN SUBRAYADO)
- LOCUTOR Pero no todas las respuestas fueron negativas. La de López de Gómara rezuma optimismo:
- LOPEZ G. (ANIMOSO) Dadme quien lo quiera hacer, que hacerse puede; no falte ánimo que no faltará dinero y las Indias, donde ha de hacerse, lo dan. Para un rey de Castilla, lo posible es poco.
- CONTROL SUBE FANTASÍA RODRIGO BREVEMENTE (SIGUE UN POCO MÁS)
- LOCUTORA ¿Y por qué no se hizo el Canal en ese entonces?
- LOCUTOR Pequeños tropiezos burocráticos. Una simple demora de un par de siglos y algunas decenas de años. Cuando al fin las Cortes españolas se deciden a abrir un canal en 1814, América estaba peleando por su independencia.
- LOCUTORA 1814... Es claro, ya en ese entonces Bolívar...
- LOCUTOR Bolívar, precisamente, al año siguiente, escribe en su "Carta de Jamaica".
- CONTROL VOZ DE BOLÍVAR ENTRA EN FADE-IN
- BOLÍVAR Los estados del istmo de Panamá, hasta Guatemala, formarán quizá una asociación. Esta magnífica posición entre los dos grandes mares, podrá ser con el tiempo el emporio del universo; sus canales acortarán las distancias del mundo y estrecharán los lazos comerciales de Europa, América y Asia; traerán a tan feliz región los tributos de las cuatro partes del globo. Acaso solo allí podrá fijarse algún día la capital de la tierra, como pretendió

- Constantino que fuese Bizancio, la del antiguo hemisferio.
- LOCUTORA Fue una hermosa profecía de la que solo se cumplió una parte.
- CONTROL LEVE RESONANCIA
- BOLÍVAR ...sus canales acortarán las distancias del mundo, estrecharán los lazos comerciales de Europa, América y Asia...
- LOCUTORA Pero en cuanto a aquello de “feliz región”, qué diferente y qué cruel fue la realidad.
- LOCUTOR Es que la “magnífica posición entre dos mares” que lúcidamente advirtió el Libertador como ventajosa para las nuevas naciones, confería a aquella región un enorme valor estratégico. Y, jugando políticamente en la forma que lo ha sido, se transforma en un problema grave.
- LOCUTORA Bolívar había concebido a Panamá como un centro mundial, centro del comercio y en beneficio de todos los países.
- LOCUTOR La realidad mostraba un territorio destinado, al parecer, a ser solo un corredor por donde la gente transitara. ¿El móvil? El interés. ¿Qué interés? El lucro.
- CONTROL CANTO TRISTE DE ESCLAVOS NEGROS: EL CANTO SE ACERCA Y SE ALEJA COMO UNA CARAVANA QUE PASA. QUEDA DE FONDO
- LOCUTOR De Panamá a Portobelo desfiló toda la riqueza que una Europa aprovechaba, extraía de la América joven, conquistada y sometida. Tal vez la única retribución haya sido la sangre africana, muchas veces derramada sobre la tierra; pero fecundando siempre a la raza americana.
- LOCUTORA Consecuente con sus sueños, Bolívar convocaba al Congreso Anfictiónico en 1824.
- LOCUTORA Pero un año atrás, el presidente de la Unión,

- James Monroe, había lanzado al mundo el slogan de su doctrina:
- MONROE** América para los americanos.
- LOCUTORA** Monroe excluía la intervención de los europeos en el continente.
- LOCUTOR** Pero inauguraba el pretexto que permitiría a los Estados Unidos intervenir discrecionalmente para garantizar la seguridad del continente.
- LOCUTORA** En los hechos, según la opinión de numerosos líderes políticos latinoamericanos, el slogan pasó a ser “América para los norteamericanos”. La doctrina Monroe sirvió para justificar agresiones, invasiones, anexiones.
- CONTROL** MARCHE DE LOS MARINES DESDE ABAJO A PRIMER PLANO, MEZCLADA CON CAÑONAZOS Y FUEGO DE FUSILERÍA
- LOCUTOR** Ante la unión de los Estados hispanoamericanos, se había levantado un verdadero muro, contra el cual se despedazaría el sueño bolivariano. Desilusionado, el Libertador escribía en 1826:
- CONTROL** FONDO MUSICAL TRISTE
- BOLÍVAR** El Congreso del Istmo, me parece una representación teatral. (PAUSA CON MÚSICA). El Congreso de Panamá, institución que debiera ser admirable si tuviera más eficacia, no es otra cosa que aquel loco griego que pretendía dirigir desde una roca los buques que navegaban. Su poder será una sombra y sus decretos, meros consejos... Nada más.
- CONTROL** LEVANTA FONDO TRISTE Y MEZCLA CON FERROCARRIL HASTA PASAR A PRIMER PLANO
- LOCUTOR** La historia toma otro ritmo y deja atrás a la edad heroica. La mitad del siglo vuelve a lanzar una oleada de aventureros a transitar
-

- por el istmo. Estalla la fiebre del oro en California.
- CONTROL MÚSICA DE PIANOLA (ALGÚN TEMA DE ÉPOCA). AMBIENTE DE BAR, RISAS, TIROS AL AIRE
- LOCUTORA Aquello fue como en las películas. El bar, las mujeres alegres, el whisky a raudales, peleas al por mayor y algunos muertos para matizar...
- LOCUTOR Como en las películas. Solo que no era cine. A ritmo de ferrocarril, por las vías de la Pacific Mail, el capital norteamericano comenzaba su viaje inacabado hacia el sur del Río Grande.
- CONTROL SUBE FERROCARRIL MEZCLADO CON MARCHA DE MARINES /SILENCIO
- LOCUTOR (CAMBIA DE TONO). La historia no ha sido generosa con nuestra hermana Panamá.
- LOCUTORA Me atrevería a decir que la geografía tampoco. Se la ve tan débil y desvalida allí, entre los dos mares.
- LOCUTOR Panamá limita al norte con el Océano Atlántico, al sur con el Pacífico, al este con Colombia, al oeste con Costa Rica...
- LOCUTORA Y al centro...con Estados Unidos de Norteamérica.
- LOCUTOR La quinta frontera.
- CONTROL GOLPE MUSICAL /SONIDOS VARIOS AL GIRAR DIAL DE RADIO. SE DETIENE EN:
- INFORMADOR...y otra vez este pequeño país de un millón y medio de habitantes cobra actualidad. El istmo tiene una extensión de 75.400 kilómetros cuadrados, incluyendo la zona del canal, arrendada a los Estados Unidos. Esta faja, que la atraviesa por el centro, mide 1.432 kilómetros cuadrados. El interés demostrado por los Estados Unidos en llegar a un nuevo acuerdo, contradice la posición de aquellos que sostienen que el Canal ha perdido importancia es-

tratégica. En la era atómica, del jet y los enormes transportes aéreos, el Canal de Panamá sigue colmado de barcos; y los Estados Unidos no se sienten tan seguros como para librarlo de lo que llaman su protección y vigilancia.

CONTROL
LOCUTOR

DESVANECE VOZ INFORMADOR

Se puede hablar evidentemente, de un problema geopolítico, pendiente sobre Panamá, como espada de Damocles.

LOCUTORA
LOCUTOR

¿Cuándo construyeron el canal?

Bueno, esa es otra historia. Y podemos decir que nada agradable para el recuerdo panameño, aunque esté unida a la de su independencia. Hubo un primer intento que terminó en estruendoso fracaso. El hombre fue Ferdinand de Lesseps.

LOCUTORA

El mismo que había construido el canal de Suez...

LOCUTOR

El mismo. El éxito logrado entonces, desató en Francia una fiebre de especulación y enriquecimiento fácil. La empresa francesa contó con la hospitalidad de los yanquis y los ingleses, rivales y competidores; pero fue vencida más que nada por el trópico, los pantanos y la fiebre amarilla.

EFECTO

ZUMBIDO MOSQUITOS / RUIDO CHAPOTE EN PANTANO

OBRERO

¡Socorro! ¡Socorro! ¡Esto es...esto es el infierno!

EFECTO

CUERPO QUE CAE EN CHARCO

OBRERO

(AGOTADO, REPITE DÉBILMENTE) El infierno.

LOCUTOR

(PAUSA) A los franceses la quiebra de la compañía del canal les consumió los ahorros de 850 mil conciudadanos, entre interpelaciones en las cámaras por las que desfilaron ministros y financistas corruptos.

- LOCUTORA Se postergó la construcción, entonces.
- LOCUTOR Obligadamente. Pero aparece otro francés: Philipe Buneau Varilia, que podría haber sido personaje de una novela de Balzac, y que daría un sorprendente vuelco a los acontecimientos. Este aventurero, que no se resignaba a ser el director cesante y sin empleo de la ex-compañía francesa del Canal, puso en marcha lo que le pareció brillante idea de ofrecerle al gobierno de los Estados Unidos las acciones de la fundida empresa.
- LOCUTORA No sería muy brillante, pero fue eficaz.
- LOCUTOR Y sobre todo oportuna, especialmente para los norteamericanos. Para usar una metáfora, digamos que el águila, emblema nacional de los Estados Unidos, había comenzado su despegue y volaba en círculos cada vez más amplios, sobre territorio propio y ... ajeno.
- LOCUTORA Leí en alguna parte que a Benjamín Franklin no le gustaba el águila como símbolo.
- LOCUTOR Es verdad. Por eso había declarado, muchos años antes...
- FRANKLIN (PAUSADO Y COMO ENSEÑANDO). El águila calva es un pájaro de bajo carácter moral, que vive del robo y de la rapiña. Es lamentable que un tal animal haya sido escogido como símbolo de los Estados Unidos.
- LOCUTORA Pero sigamos con la historia del Canal.
- LOCUTOR Ya estamos llegando. Recordemos que el istmo de Panamá por entonces formaba parte de Colombia. Como los colombianos no quisieron ceder las tierras para construir el canal, el francés Buneau Varilla mostró otro rasgo de ingenio al mejor estilo de un ejecutivo moderno: se le ocurrió independizar a Panamá. Vislumbró dos aliados: los panameños, que perseguían su independencia de tiempo atrás, y

los norteamericanos que buscaban vías de expansión para su capitalismo creciente. Era cuestión de poner a los dos de acuerdo y cada quien alcanzaría su objetivo.

LOCUTORA Pero los únicos que quedaron contentos por el buen negocio que hicieron, fueron los norteamericanos... y el inefable francés.

LOCUTOR La independencia de Panamá se transformó en una paradoja. El día que se separaron de Colombia, la protección que pensaban encontrar en los Estados Unidos, se convirtió en una nueva y más triste dependencia.

HAY Tendremos en lo sustancial un tratado muy satisfactorio y muy ventajoso para los Estados Unidos. No tanto para Panamá, según debemos confesarlo con rubor. Usted y yo sabemos demasiado bien cuántas cosas contiene ese tratado que provocarían objeciones de cualquier panameño patriota.

LOCUTORA Así se expresaba el Secretario del Departamento de Estado, Mr. Hay, firmante del tratado original de 1903.

LOCUTOR En virtud de ese tratado, fue cedida a la Zona del Canal una faja de 959 kilómetros cuadrados enclavada en el corazón del territorio panameño.

LOCUTORA ¿Novecien...? No, me parece que la zona del Canal es más extensa. Sí, mira, aquí dice que según el Servicio de Estadísticas panameño, la medida, es de 1.432 Km².

LOCUTOR Por otro lado la CEPAL afirma que mide 1.616 Km²

LOCUTORA ¿Será que la zona ha seguido creciendo?

LOCUTOR ¿O qué ha pasado entonces? Yo le pedí a un periodista panameño una aclaración sobre el punto, y me replicó:

CONTROL GRABACIÓN N° 1

PERIODISTA Podemos apreciar que desde 1903 a la actualidad, se ha ido extendiendo la cantidad de terreno sobre el cual el gobierno norteamericano está teniendo jurisdicción y control total. Que en la actualidad aparecen dos cifras: una de 1.432 Km² y otra de 1.616. Yo considero que la correcta es la de 1.616. Porque últimamente, después de los problemas estudiantiles, cuando se quiso que la bandera nacional flameara en la Zona del Canal como territorio soberano, se pudo apreciar que inmediatamente, al mes siguiente, se fue instalando una cerca sin contemplarse ninguna medida de territorio, sino sencillamente considerando que de la Avenida de los Mártires - o la 4 de Julio, como le llaman ellos- sencillamente cruzando la calle, era de ellos. Sencillamente. Instalaron una cerca con alambre de púas, arriba para que no tuviéramos acceso los panameños. Territorio norteamericano. Prohibido el paso para los panameños. En pleno centro de la ciudad de Panamá.

LOCUTORA Pero realmente, la zona del Canal, ¿de quién es?

CONTROL EFEECTO MULTITUD EN MANIFESTACIÓN

VOCES ¡El Canal de Panamá es de los panameños!

LOCUTOR La Zona del Canal es parte de la soberanía panameña, pero en ella los panameños son considerados ciudadanos de tercera categoría.

CONTROL LEVANTA EFECTO MULTITUD, GRITOS DE PROTESTA, PIEDRAS, VIDRIOS ROTOS, DISPAROS DE ARMAS DE FUEGO / FUNDE CON TEMA MUSICAL ADECUADO

LOCUTORA Creo ir comprendiendo cada vez más, qué pasa con Panamá.

LOCUTOR Yo pienso haberlo entendido, cuando escuché decir a aquella menuda maestra panameña de voz tenue...

CONTROL
MAESTRA

GRABACIÓN N° 2

No se puede vivir con un puñal clavado en el corazón. Y eso es el Canal para nosotros. La zona norteamericana enclavada en medio de nuestro territorio dividiéndolo en dos, partiéndolo en dos, y lo que es peor, dividiendo también en dos a nuestra gente. Un error histórico no pueden ni deben pagarlo tantas generaciones de panameños. Yo quiero, cuando enseñe a mis alumnos las fronteras de Panamá, que sean solo cuatro; que la quinta frontera quede borrada para siempre.

CONTROL
LOCUTOR

CORTINA MUSICAL

Esa quinta frontera cobró gruesas cuotas de sangre desde el principio.

LOCUTORA

Miles de obreros chinos y negros murieron de malaria y fiebre amarilla durante su construcción.

LOCUTOR

Entre 1906 y 1912 Estados Unidos intervino militarmente a Panamá tantas veces como le pareció conveniente.

LOCUTOR

La declaración del presidente Teodoro Roosevelt resonaba cada vez menos convincente...

ROOSEVELT

Señor Presidente Amador Guerrero, puede usted tener la seguridad de que nosotros no tenemos la menor intención de establecer una colonia independiente en el territorio de la zona del Canal de Panamá.

LOCUTOR

Una larga secuela de incidentes demostraba en los hechos todo lo contrario. Culminaron el 9 de enero de 1964 con la muerte de veintidós panameños que quisieron izar su bandera en la zona del Canal, y provocando la ruptura de relaciones entre Panamá y Estados Unidos.

PANAMEÑO
TODOS
CONTROL

(GRITA) ¡Abajo la quinta frontera!

¡Abajo!

MULTITUD, GRITOS; TIROS/DESVANECE

- LOCUTOR** En 1971, el general Torrijos, mandatario panameño, reanuda las negociaciones con Washington. América Latina respalda su ofensiva. Las Naciones Unidas emiten una resolución favorable a la posición de Panamá. Un candidato a la presidencia de los Estados Unidos, Jimmy Carter, recogió el desafío e hizo de él su bandera electoral. Un nuevo tratado parece imponerse. Un nuevo tratado que tiene que ser distinto en su letra y en su espíritu.
- CONTROL** REPITE FINAL GRABACIÓN N° 2 CON FONDO MUSICAL
- MAESTRA** Que la quinta frontera sea borrada para siempre.
- CONTROL** EFECTO MULTITUD (SIGUE FONDO MUSICAL)
- PANAMEÑO** ¡Abajo la quinta frontera!
- LOCUTOR** ¿Veremos cumplirse ese profundo anhelo del pueblo panameño? ¿Verá Panamá borrarse la quinta frontera?
- BOLÍVAR** Los estados del istmo de Panamá formarán quizá una asociación. Esta magnífica posición entre los dos grandes mares, podrá ser con el tiempo el emporio del universo; sus canales acortarán las distancias del mundo y traerán a tan feliz región los tributos de las cuatro partes del globo. Acaso solo allí podrá fijarse algún día la capital de la Tierra.
- LOCUTORA** ¿Veremos algún día realizarse el sueño de Simón Bolívar?
- CONTROL** CULMINA FONDO MUSICAL COMO CIERRE.

CAPÍTULO 14

EL GUIÓN DE UN RADIODRAMA

Para escribir un radiodrama¹, se necesitan tres cosas:

- 1) un contenido
- 2) una historia
- 3) personajes

La ya mencionada propuesta de Lazareff de dar “las ideas por medio de los hechos y los hechos por medio de los hombres”, involucra la presencia de esos tres elementos: la idea es el contenido del radiodrama; los hechos son la historia, el argumento de la pieza; y los hombres, los personajes. Los tres elementos son indispensables para un radiodrama; ninguno de los tres puede faltar.

1. LOS TRES COMPONENTES DEL RADIODRAMA

1°) Un contenido

No basta con tener una historia interesante para contar; tiene que haber un qué. ¿Qué idea, qué mensaje nos proponemos comunicarle al oyente a través de nuestro radiodrama?

1. En el cap. 2, (pp. 90 ss.) hemos indicado las cualidades del radiodrama, que lo sindicamos como el género más adecuado para llegar a una audiencia popular y comunicarle un mensaje. En el cap. 5, al tratar de los diferentes formatos, se ha hecho una introducción al radiodrama y se han presentado sus diversas modalidades (pp. 177 ss.). No reiteraremos lo ya expuesto en esos pasajes.

¿Sobre qué queremos que reflexione tras escucharlo? Debe haber un motivo, una intención para escribirlo; algo que queremos decir por medio de él.

El contenido no es lo mismo que el argumento o trama de la pieza. El argumento debe servir para expresar y significar ese contenido, para ilustrarlo objetivándolo en una situación concreta.

Una vez definida con precisión la idea motora del guión, grábesela en su mente y téngala siempre presente mientras escribe. Trate de asegurarse de que la historia, la acción, los personajes, el final, traducen con claridad y coherencia esa idea que usted se propuso comunicar. Ella tiene que surgir de la obra.

Los objetivos. La cuestión del contenido nos lleva a la de los objetivos. ¿Para qué escribimos el radiodrama? Según la índole del contenido que nos proponemos transmitir, nuestro propósito puede ser, bien didáctico, bien formativo.

a. Didáctico. Perseguimos un objetivo didáctico o informativo cuando buscamos que el oyente, a través de la acción, reciba una información, un conocimiento; esto es, cuando la finalidad es la divulgación o la enseñanza. Este tipo de radiodrama es el más peligroso y el que más frecuentemente resulta fallido como obra dramática. El radiodrama no sirve para exponer, para explicar, sino para desarrollar una acción, una historia.

No es acertado poner en forma de pseudo-diálogo una explicación; suena a falso, a forzado. No son potables personajes que, en medio de la acción, comienzan a desplegar una erudición de catedráticos y se ponen a dar una clase o una disertación disimulada, demostrando además una memoria increíble para recordar en el momento datos, cifras, nombres, citas, etc. Nos referimos a esos personajes que de pronto salen diciendo cosas tales como:

DON EUCLIDES ¡Mm! ¡Qué rico está tu arroz, Timotea! Y a propósito: ¿sabes cuántos quintales de arroz produjo el valle de Victoria en el último quinquenio en relación al quinquenio 1935 - 1939?

Si el objetivo es enseñar nociones, el vehículo adecuado no es el radiodrama. Es preferible optar por otros formatos más adecuados a una finalidad cognocitiva (diálogo didáctico, entrevista, radio, reportaje, relato montado, etc.)

No obstante, si el tema, aun siendo de carácter didáctico, tiene de por sí acción, historia, personajes con sustancia, riqueza humana, es posible llevarlos al radiodrama. Por ejemplo, tema de la Historia nacional o universal, donde hay hechos, episodios, hombres, constituyen un rico venero para el radioteatro educativo. Asuntos de educación cooperativa o de educación sindical, tales como la historia del sindicalismo y de sus líderes o los problemas a que se enfrenta una organización cooperativa a raíz de las distintas actitudes de sus miembros, se prestan para un tratamiento dramatizado. También es posible dramatizar cuestiones económicas y sociales, si se las traduce a nivel humano, en hechos concretos.

En Chile, el programa "Sentencia" utilizó el radioteatro para divulgar, a través de la dramatización de casos concretos, problemas jurídicos de los que suelen presentarse a los sectores más desposeídos del país y ofrecer posibles soluciones legales. "La temática se prestaba extraordinariamente para la dramatización; el conflicto dramático surge de un conflicto verdadero -el legal"².

En suma, es factible escribir radiodramas didácticos siempre que existan personajes e historia, hechos humanos, no mera información recitada por actores.

2. Nicolás Luco R.: *El derecho en radioteatro. Boletín CELAN° 1. Santiago de Chile.*

b. Formativo. El propósito aquí es el de suscitar una reflexión, hacer pensar. Contamos una historia para que el oyente, viviéndola y asumiéndola, se enriquezca humanamente.

Este es el campo más específico del radiodrama, el más propio del formato, el más fértil y fecundo. El radiodrama sirve sobre todo para eso: para motivar, para llegar no solo a la mente del oyente sino sobre todo a su sensibilidad y a su conciencia. El radiodrama puede contener y transmitir una cierta dosis de información, pero debe tener sustancia humana, emoción, vivencia dramática, clima. La “materia” que maneja mejor no es ninguna de las que figuran en los programas de estudio, sino esa otra materia llamada vida. De ahí su adecuación a asuntos tales como problemas sociales y culturales, situaciones humanas, actitudes, conductas, valores, costumbres, creencias, prejuicios, etc.

La finalidad de un radiodrama formativo puede ser:

- inquietar al oyente, problematizarlo;
- invitarlo a emitir un juicio; a que haga un enjuiciamiento, un cuestionamiento, de una cierta realidad -social o individual;
- enfrentarlo a una opción; esclarecer sus elecciones vitales;
- proponer un ejemplo positivo, un modelo de conducta por admirar y asumir.

De ahí que el radiodrama sea un instrumento extraordinario dentro del campo de la educación que ha dado en llamarse no formal.

2º) **Una historia**

En segundo lugar, tiene que pasar, que suceder algo. Tiene que haber una historia, un argumento interesante; una trama

que el oyente pueda compartir, que tenga empatía. Puede ser un hecho real o una historia imaginaria; pero en cualquiera de ambos casos tiene que trasuntar vida, insertarse en el ámbito de las vivencias del oyente.

Esa acción dramática es la que va a contener implícito el mensaje que se desea comunicar. Subrayemos lo de implícito, porque en ello reside una de las claves del género; el mensaje de un radiodrama debe surgir de la acción. El radiodrama no debe ser nunca un cuento con moraleja al final (“esto enseña que ...”, “oyendo esta historia hemos aprendido que...”)) ni debe apelar a un personaje profesoral que en la última escena se eche su sermón, su discurso explicativo. Es regla básica del radiodrama que la acción debe hablar por sí misma, sin “leyendas explicativas” que la traduzcan. Lo que hay que decir tienen que decirselo en el curso del diálogo, unos a otros, los personajes mismos, con sus propias palabras, su propia mentalidad y su propio nivel de conciencia. Lo que los personajes no puedan decir sin salirse de sus propios límites, debe inferirlo el oyente de la situación, de la historia.

En un radiodrama, por otra parte, no hay que explicitarlo todo. Tiene que quedar algo que el oyente deba decodificar por sí mismo. Si no induce a ese trabajo de participación y de decodificación personal por parte del oyente, el radiodrama pierde gran parte de su eficacia pedagógica.

De ahí la importancia de la trama. Ella es la que debe vehicular el mensaje, sugerirlo implícitamente a través de los hechos.

La contextura del drama. Ahondemos un poco más, entonces, en el argumento; en la naturaleza de la acción dramática. En forma general y un tanto esquemática se puede afirmar que el principio de la acción dramática es el conflicto. De una u otra manera, el drama entraña una tensión, un antagonismo, una contraposición, un problema, una discrepancia.

Muchas veces este conflicto se encarna en personajes que representan las distintas fuerzas en pugna: el protagonista y el antagonista. Así, en nuestro ejemplo 1, “No sé por qué piensas tú”³, los antagonistas son el Obrero y el Soldado; en el ejemplo No. 4, “El caso del que no pudo nacer”⁴, el conflicto está encarnado en el binomio Arévalo/Olmos.

No tiene que ser necesariamente un enfrentamiento, un conflicto declarado; puede ser también un conflicto sordo, tácito, latente. Vg. en “Un trabajo para Barboza” (ejemplo 3)⁵, hay una oposición Barboza/Beltrán que no estalla, pero que los contrapone como símbolos; y hay otra contraposición Vicente/Beltrán. En el ejemplo No. 2, “los de la mesa del fondo”⁶, la contraposición está dada entre los cuatro jugadores de dados y los demás parroquianos de la fonda. Unos y otros no chocan directamente, el contraste se objetiva allí en dos actitudes paralelas que no se encuentran (salvo en la decisión final de los últimos de no invitar a su fiesta a los primeros); pero de todos modos hay un contraste dramático entre la actitud solidaria de los obreros y la indiferencia de los jugadores.

Otras veces, el conflicto no se encarna en personajes contrapuestos. Un protagonista puede verse enfrentado, no a un antagonista concreto, sino a una realidad, a una situación, a un sistema, a la sociedad, a las circunstancias: el estudiante pobre que no puede seguir estudiando por falta de recursos económicos; el campesino a quien su escasa tierra no le da lo suficiente para subsistir y se ve obligado a emigrar a la ciudad; el sindicalista que lucha contra la explotación; el barrio que padece la falta de agua corriente. Pero siempre hay en el fondo de la historia una situación conflictiva, un “cho-

3. pp. 187 ss.

4. pp. 261 ss. En el resto del capítulo, para abreviar, designaremos a este guión. Ej. 4

5. pp. 240 ss. En lo sucesivo, figurará como Ej. 3.

6. pp. 218 ss. En el resto del capítulo, será citado como Ej. 2.

que de fuerzas'' (estudiante/pobreza, campesino/falta de tierra, sindicalista/explotación, barrio/agua, etc.)

Ante el conflicto, los distintos personajes reaccionarán de manera diferente: unos serán activos y luchadores, mientras otros lo asumirán pasivamente, en una actitud -expresa o tácita- de aceptación. Arévalo, Olmos, Beltrán, son activos; Barboza, pasivo.

En otros radiodramas, el choque de fuerzas se da en el interior del personaje: éste vive un dilema, un conflicto consigo mismo (y ejemplo podría ser el de Asunción Estrella en el Ej. 4); se siente en contradicción, tiene una duda o un problema de conciencia. Pero también en este caso asistimos a un conflicto dramático.

En el momento de idear su argumento, conviene, pues, que el guionista lo conciba y visualice en esos términos: en términos de conflicto, de contraposición. ¿Sobre qué personajes antagónicos, sobre qué actitudes o conductas contrapuestas, sobre qué fuerzas en oposición, se va a construir la acción dramática? ¿Qué actitud tomará cada personaje; activa o pasiva? ¿Cómo se va a desarrollar el conflicto: qué progresión dramática va a tener a lo largo de la pieza? ¿Y cómo va a culminar? ⁷

3°) Personajes

Por último, es indispensable que la historia sea vivida por los personajes. Esto puede parecer obvio: toda historia -se dirá- comporta personajes. Pero no lo es tanto. Queremos decir personajes humanos, esto es, reales, creíbles. Con su

7. *Se ha precisado ya en el cap. 5 que el radioteatro no tiene por qué ser siempre serio, dramático; puede ser también muy eficaz como instrumento educativo un radioteatro risueño, humorístico. Lo cual no impide que haya también en él contraposición, contraste: la sátira es precisamente un contraste llevado a un alto grado de acentuación.*

sicología, con su idiosincrasia, con sus características. No arquetipos: personas. Personajes consistentes en sus acciones. Pueden ser contradictorios, pero deliberadamente, porque el autor los ve así -ambiguos, ambivalentes- y no por descuido del escritor. Personajes con los que el oyente pueda establecer una relación, sentirlos como reales, identificarse, consubstanciarse con ellos.

Pocas cosas más insatisfactorias que un radiodrama con pseudo-personajes; personajes títeres, de cartón, como los que suelen encontrarse en los malos radioteatros didácticos:

JUAN Hola, José, buen día, ¿cómo estás?
 JOSÉ Buen día, Juan, ¿cómo estás tú? ¿a dónde vas?
 JUAN Pues mira, José, voy al puesto de sanidad a ver si me dan vacunas contra la aftosa para mis vaquitas.
 JOSÉ ¡Ah!, ¿vas a vacunar a tus vacas contra la aftosa? Qué bueno que nos hayamos encontrado, entonces. Explícame cómo hay que hacer, porque yo también quiero vacunar a las mías.

A la distancia se nota que ese encuentro feliz, ese diálogo, no existen; que esos “personajes”, ese Juan y ese José son meros comodines, robots que el autor fabricó como puros instrumentos mecánicos para hacer un radioteatro de apoyo a la campaña de vacunación contra la fiebre aftosa.

Los personajes de un radiodrama tienen que ser de carne y hueso; respirar vida. El autor tiene que haberlos conocido, o haberse inspirado en seres reales; en todo caso, ser tan concretos, tan convincentes, que el guionista pueda decir cómo son, cómo hablan, cómo caminan y hasta describir sus rasgos físicos.

Viva las situaciones, los personajes. Siéntalos. Conviértase en un buen transmisor de lo que esos personajes son y quieren decir. Escúchelos; entréguese a ellos. Deje que lo rodeen, que

invadan su cuarto de trabajo, que adquirieran vida propia. Que llegue un momento en que puedan decirle: “No, tú me estás traicionando, deformando; yo no soy así, yo no actuaría de ese modo, yo no diría nunca esa frase. Esas no son mis palabras, ése no es mi modo de ser”. Y que usted tenga que tachar y empezar la escena de nuevo.

Póngales nombres. Aun a los secundarios -salvo que sean totalmente episódicos-. No los llame “Hombre”, “Mujer”, “Uno”, “Otro”, “Vecina 1”, “Vecina 2”. El actor, al interpretar el guión, se siente desestimulado si ve que el personaje que le tocó en suerte es tan insignificante y anodino que el autor ni siquiera se molestó en nombrarlo. Al darles un nombre, al llamarlos Manuel o Teresa o Rogelio, usted empezará a sentirlos como personas, no como cosas.

2. TÉCNICAS DEL RADIODRAMA

Las escenas

Las unidades en que se descompone el radiodrama, son las escenas. Todo radiodrama comprende una sucesión de escenas de distinta extensión.

Armar el relato dramático es, en primer lugar, trazarse un esquema, un plan de cómo va a ir dividiéndose el argumento; cómo va a ir desarrollándose y progresando la acción en escenas. En ese plan determinaremos cuántas escenas pondremos, qué personajes intervendrán en cada una, qué pasará en cada escena, cuánto tiempo transcurrirá de una a otra. Así, el ej. 3 fue construido sobre el siguiente esquema:

Escena 1. En el bus. Vicente (y Barboza en el recuerdo).
Vicente pasa frente a la obra en construcción y recuerda el pedido de Barboza. Se baja del bus.

- Escena 2. En la obra. Vicente, Molina (y Barboza en el recuerdo); luego Beltrán. Vicente habla con Molina sobre la situación en materia de trabajo. Llega Beltrán.
- Escena 3. En el bar. Vicente, Beltrán (y Barboza en el recuerdo). Vicente pide un trabajo para Barboza. Beltrán se muestra muy escéptico, pero lo concede.
- Escena 4. Horas después. En la parroquia. Vicente, Barboza. Vicente comunica a Barboza que le ha conseguido trabajo. Barboza asegura que cumplirá.
- Escena 5. Un mes y medio después. En la obra. Vicente, Beltrán, Molina (y Barboza en el recuerdo). Vicente se entera de que Barboza no va más a trabajar.
- Escena 6. Dos meses después. En la parroquia. Vicente, hermana María José (por teléfono). La hermana pide a Vicente que vaya al hospital a asistir a un anciano moribundo.
- Escena 7. Poco más tarde. En el hospital. Vicente, Hermana, Barboza (y Beltrán en el recuerdo). Vicente descubre que Barboza está internado, enfermo.
- Escena 8. En el patio del hospital. Vicente, Hermana (Barboza y Beltrán en el recuerdo). Reconstruyen la verdadera historia de Barboza y su supuesta desertión.
- Epílogo. En la parroquia. Vicente, a solas, se promete volver a ver a Beltrán y contarle el caso.

Ahora bien; la radio es un medio exclusivamente auditivo. No podemos -como en el cine o la TV- mostrar los escenarios para que el oyente ubique con la vista el lugar en que trans-

curre cada escena y los personajes que intervienen en ella. Y es fundamental que el oyente pueda seguir la acción sin dificultad; que esté ubicado. ¿Cómo suplir esa carencia?

Hay dos posibles soluciones:

- 1) Valernos de un narrador que ubique los cambios de escena, de tiempo y de personajes.
- 2) Prescindir del narrador, pero dar en la acción misma los datos que permitan al oyente ubicar los distintos escenarios.

El uso del narrador

El expediente del narrador es el más cómodo y sencillo: obvia muchos problemas, ya que sitúa las escenas y las encadena.

Podemos valernos del narrador convencional, o bien de otros recursos más originales y de mayor interés dramático, tales como el narrador-personaje y el narrador-testigo, de los que se hablará más adelante.

Sin embargo, si resolvemos utilizar un narrador, y particularmente si empleamos el narrador clásico, debemos hacerlo con suma mesura, solamente cuando su intervención sea realmente imprescindible. El narrador en ningún caso debe sustituir a la acción; no debe contar lo que se puede dramatizar, acaparando y absorbiendo la pieza. El radiodrama no debe convertirse en un relato con apenas algunas escenas dramatizadas.

Aun su función básica de ubicar la acción en tiempo y lugar debe ser cuidadosamente dosificada. Si la escena misma permite al oyente ubicarse en ella, sin necesidad de explicaciones, la intervención del narrador debe suprimirse. No debe

intervenir sistemáticamente al comienzo de todas las escenas, sino solo en aquellos casos en los que realmente se considera indispensable.

En el analizado ej. 3 se disponía de un narrador -y de un narrador mucho más integrado en la acción-, como lo es el narrador-personaje; sin embargo, de las nueve escenas solo tres son precedidas por intervenciones ubicativas de éste; las seis restantes entran directamente. El oyente se ubica perfectamente en el bar, en la parroquia en el hospital, etc., por referencias que recibió en el diálogo. Incluso la visita de Vicente al hospital no es explicada por un relato, sino por la acción misma (la llamada telefónica de la Hermana).

En el ej. 4 (técnica del narrador-testigo), los distintos interrogatorios en el Tribunal se suceden sin que éste tenga que intervenir, es innecesario.

La razón principal que impone esta medida en el empleo del narrador, es que una de las formas por las que el oyente participa en el radiodrama es imaginando, decodificando. Cuando el oyente puede seguir el cambio de escenas y ubicarse en los distintos escenarios por sí mismo, sin necesidad del narrador, solo con los datos que le hemos dado en el diálogo y con los sonidos que sitúan los distintos lugares escénicos -y que operan como signos de un código sonoro-, esto no solo le da el placer gratificante de sentirse capaz de comprender y captar la acción, sino que estimula la mayor atención y una más intensa participación. El oyente activa su imaginación, decodifica, "llena" los vacíos de lo que no se ha explicado, pone más de sí, se integra más en la trama.

Digamos ahora unas palabras sobre los diversos tipos de narrador.

El narrador convencional. La vía más sencilla. Representa al autor. Narra en tercera persona y en tiempo pasado.

“Aquella mañana, Juan fue a ver a Elisa en el taller donde ella trabajaba”. Es como un invisible espectador que goza del don de ubicuidad: igual que el autor de una novela, está en todas partes, lo ve todo sin ser visto. Es ajeno a la trama; no se integra en ella.

Es una convención universalmente aceptada; pero no deja de constituir la solución más rutinaria, menos creativa. La advertencia sobre la necesidad de dosificar y administrar las intervenciones del narrador con gran mesura, se aplica especialmente a este tipo convencional de narración.

El narrador-personaje. Equivale a la novela escrita en primera persona. Resulta mucho más cálido y comunicativo, más vívido, menos artificial, porque se integra en la trama. Juega en dos planos: relata y actúa. Es el caso del padre Vicente en la serie que lleva su nombre (cfr. ejs. 2 y 3); es un personaje de la acción y, a la vez, un testigo presencial de la misma. El recurso en este caso es validado por el hecho de que Vicente lleva un diario en que anota las cosas que le pasan o que presencia.

El narrador-personaje no tiene que ser necesariamente el protagonista, el personaje central del radiodrama: puede ser dentro de la trama un personaje relativamente secundario. Pero participa en ella.

Permite desdoblar la historia en dos planos: el de la acción y el plano íntimo, personal, del que la evoca. Este acota la acción, la comenta, con apostillas ora serias y reflexivas, ora irónicas y humorísticas, subrayando los hechos o bien contraponiéndose a ellos (este doble plano puede percibirse en las primeras escenas del ej. 2).

Hay que tener cuidado de que no hable demasiado en función de narrador; que la historia no se convierta en un relato monologado, apenas matizado con momentos escenificados.

Una limitación: igual que en el caso de la novela escrita en primera persona, el narrador-personaje solo puede contar lo que él ve, lo que presencia personalmente, o lo que le relatan los otros. Solo podemos incluir las escenas en que resulte natural que él esté presente. No tiene la ubicuidad del narrador convencional. En el ej. 3, si hubiéramos querido incluir, por ejemplo, un diálogo entre Beltrán y Molina a solas, no habríamos podido hacerlo; de las ausencias al trabajo de Barboza, Vicente -y con él el oyente- solo puede enterarse cuando Beltrán se las cuenta.

Esta técnica requiere, por supuesto, un intérprete sumamente dúctil, capaz de pasar del relato a la acción y viceversa a cada momento, y dar a uno y a otra el adecuado tono de voz que los diferencie.

El narrador-testigo. Es un cronista que está visiblemente presente en los lugares donde transcurre la acción y se inserta de alguna manera en ellos, sin constituir sin embargo un personaje dramático. Es el caso del relator de la serie “Jurado No. 13” (cfr. ej. 4); un periodista que la emisora puso allí para retransmitir los juicios. Habla en tiempo presente. El está ahí, a la vista; su función de narrador está justificada por la acción misma. Sus relatos adquieren así más naturalidad y vigencia.

En el ej. 4, este narrador tiene muy escasa participación, ya que toda la acción transcurre en el Tribunal y se centra en el juicio mismo; pero en otros procesos de “Jurado N.º. 13”, se puede apreciar mejor las interesantes posibilidades que da el introducir un narrador de este tipo. Hace entrevistas a los jurados, a los testigos y al público de los juicios; sale a la calle a hacer encuestas, a investigar la realidad, a detectar las reacciones de la opinión pública; oficia de cronista de otros acontecimientos que suceden fuera del tribunal⁸.

Hemos dado dos ejemplos de cómo se le puede imprimir

otra vida y dar otra personalidad al narrador. Esperamos que, estimulado por ellos, el lector, al escribir sus radiodramas, sepa descubrir otras soluciones interesantes y evitar la rutinaria fórmula convencional.

El radiodrama sin narrador

La otra opción consiste en prescindir totalmente del narrador. Ya no hay mediador entre la acción y el oyente; levantamos el "telón" e inmediatamente comienza la trama, sin explicaciones, como en una obra de teatro o en una película. La acción tiene que hablar por sí misma.

Pero no es tan sencillo que la acción hable por sí misma cuando no tenemos el apoyo de la vista; cuando nuestro espectador no puede ver los escenarios. Es imprescindible que el oyente sepa dónde y cuándo transcurre cada una de las escenas, porque de lo contrario se perderá y confundirá y no podrá seguir el desarrollo de la pieza. Veamos los recursos de que disponemos para ello (recursos que, por otra parte, no solo se aplican a este tipo de radio-dramas, sino también a los que emplean narrador, ya que, como hemos visto, debemos ser muy parcos en su utilización y evitarlo siempre que sea posible).

1. Si la acción tiene de por sí una gran continuidad y responde al esquema de unidad de lugar y de tiempo, el problema se obvia. El oyente se sitúa fácilmente. Es el caso del ej. 4, en el que las distintas escenas se suceden las unas a las otras en el tiempo y todas transcurren en el mismo escenario. Solo tenemos que separar las distintas escenas mediante silencios, o mediante cortinas musicales adecuadas al clima de cada una.

8. *Cfr. las funciones múltiples del narrador-testigo en los siguientes capítulos de Jurado No. 13; Proceso a un alcalde (cap. 1); Proceso a los quietos (caps. 9-10-11); Proceso a un ídolo del fútbol (cap. 29); Proceso en un aula (cap. 35). Para obtener éstos y otros guiones de SERPAL y las respectivas grabaciones, cfr. pág. 195.*

2. Pero, generalmente, una acción radiodramatizada no responde -ni debe responder- a esta unidad de tiempo y de espacio. Precisamente una de las grandes ventajas del radioteatro es que podemos imprimir gran variedad a las escenas; “montar” cuantos escenarios queramos, trasladarnos de un lugar a otro cuantas veces lo deseemos (cosa muchísimo más difícil y costosa en el teatro, el cine y la TV). No debemos, entonces, desaprovechar esta libertad de movimiento, que estimula la imaginación del oyente; pero a condición de darle los datos que le permitan seguir estas mutaciones sin desorientarse. ¿Cómo hacerlo?

a. En el diálogo: ponemos -preferentemente hacia el final de la escena- alguna frase que prepara y sitúa la escena siguiente: vg., en el ej. 3, en la segunda escena, Beltrán invita a Vicente a ir a conversar al bar cercano; de ese modo, cuando pasamos a la escena siguiente, en el bar, el oyente se ubica fácilmente.

O bien las primeras palabras de la nueva escena contienen un dato que la ubica: la escena octava del mismo ej. 3 comienza con la Hermana que dice: “Por aquí, padre; por este patio se corta camino”. Y el oyente ya sabe que ahora hemos dejado la sala del hospital y nos encontramos en un patio exterior del mismo. Otra solución podría haber sido la de que, al terminar la escena anterior Vicente se despidiera de la monja y ésta le dijese: “Lo acompaño hasta la salida, padre”.

Lo mismo cuando tenemos que indicar un cambio de tiempo: es necesario que alguno de los personajes diga algo que permita al oyente saber que entre la escena anterior y ésta han transcurrido equis semanas o equis meses.

Hay que ingeniarse, sin embargo, para que estas frases ubicativas suenen naturales, no forzadas; que no resulten pedestres, notoriamente puestas solo para explicar la ubicación. Vg., en el ejemplo del hospital, la monja no dice “venga,

salgamos de la sala y caminemos por el patio”; sería una frase absurda. Dice: “Por este patio se corta camino”, frase que contiene la información que se desea transmitir al oyente y que, sin embargo, suena natural en el diálogo. Para dar transición de tiempo, haremos que un personaje diga “Parece mentira que ya hayan pasado dos semanas de aquello”; o “Estos tres meses sin vernos se me han hecho interminables”. Pero siempre tiene que haber, en la escena precedente o en la propia escena que se inicia, datos deslizados en el diálogo que permitan al oyente ubicarse.

b. Con ayuda de música ambiental. Si la nueva escena contiene música ambiental, refuerza la ubicación: músicaailable nos ubica en un baile o en una fiesta, orquesta que se afina nos pone en la sala de concierto, el órgano que toca la Marcha Nupcial nos sitúa en una iglesia donde se celebra una boda.

Si en el diálogo de la escena anterior se ha preparado esta mutación, la ubicación es aún más clara. Por ejemplo, los vecinos del barrio anuncian que harán una fiestita para inaugurar el Comité Vecinal; la escena siguiente comienza con acordeón que toca un tema festivo y ambiente de la fiesta. Otro ejemplo: en la escena precedente, Luis ha invitado a Adela a ir a un baile el sábado por la noche; la músicaailable de la escena siguiente nos dice desde los primeros compases, que estamos en la noche del sábado y nos hallamos en el baile.

Siempre que pueda, utilice la música ambiental para definir el escenario.

c. Con ayuda de efectos de sonido. En el diálogo entre Beltrán y Vicente en el bar, los sonidos ambientales (ruido de vasos, murmullos de los parroquianos), sirven para situar la escena. Si los personajes de nuestro radiodrama han estado en las escenas anteriores planeando irse de campamento de vacaciones, bastarán unos sonidos campestres (cantos de

pájaros, grillos, etc.) para saber que ahora nos hallamos en el campamento. Si están preparando un viaje y la escena comienza por silbato de locomotora y ruido de tren en marcha oído desde el interior de un vagón, los sonidos nos dicen que ahora nos encontramos viajando. Veamos otro ejemplo:

ALBERTO ¿Estamos de acuerdo? ¿Nos vemos mañana a las 5, a la salida de la fábrica?

FEDERICO ¿A las 5? De acuerdo. Allí estaré.

CONTROL DESVAECE SOBRE LAS ÚLTIMAS PALABRAS BREVE SILENCIO/ENTRA EN FADE-IN SIRENA DE FÁBRICA; VOCES DE OBREROS QUE SALEN

FEDERICO ¡Eh, Alberto! ¡Alberto! Aquí estoy.
La sirena de la fábrica nos ha situado en el nuevo escenario.

Hemos visto los distintos recursos para dar un cambio de lugar y/o de tiempo, sin intervención de narrador alguno. Sin embargo, cuando la trama impone dar un salto muy grande e inesperado en el tiempo y/o en el espacio -y por añadidura los personajes que intervienen en la nueva escena no son los mismos de la anterior- explicarlo solo por la acción y el diálogo se hace sumamente difícil; y obliga a poner en boca de los personajes largas frases tan explicativas, forzadas y poco verosímiles, que resulta preferible recurrir al narrador.

Cómo separar las escenas

Ya en el cap. 6, pp. 208 ss., se han detallado e ilustrado con ejemplos los distintos procedimientos para dar el cambio de escenas:

- a) con música (cortina o puente musical);
- b) con desvanecimiento del diálogo, se desvanecen las últimas palabras de la escena que finaliza, se hace un breve silencio y entra el diálogo de la escena siguiente (si se lo desea, puede entrar en fade-in);

- c) con desvanecimiento de sonidos: si la escena que finaliza tiene sonidos ambientales, se desvanecen estos y, tras un breve silencio, comienza la escena siguiente;
- d) con irrupción de sonidos: si la nueva escena que comienza tiene sonidos ambientales, tras el breve silencio, entran estos sonidos (el ejemplo de la sirena de la fábrica).

El recurso b) del desvanecimiento del diálogo es útil y evita el abusivo empleo de cortinas musicales, pero tiene un inconveniente: frecuentemente, las últimas palabras de una escena son muy importantes. Si se las desvanece, pierden fuerza e incluso a veces audibilidad. Ello obliga a cerrar las escenas con frases incidentales, intrascendentes, en las que no tenga importancia que se las oigan débilmente; o bien con reiteraciones de lo ya dicho, que a veces resultan innecesariamente redundantes.

El orden cronológico de las escenas

No siempre las escenas deben seguir necesariamente un orden cronológico. Hay, sobre todo, dos recursos que debemos conocer y emplear cuando lo creamos conveniente:

1. El racconto (flashback). Es un salto atrás en el relato: la evocación escenificada de algo que sucedió antes. Si dejamos que uno de los actores lo cuente, su relato resultará largo y aburrido. Es preferible dramatizar, revivir el hecho; remontarse al ayer.

A veces se hace conveniente, e incluso necesario, prevenir al oyente de que vamos a hacer este retroceso en el tiempo. Entonces, uno de los personajes, en el diálogo, prepara y anuncia este paso al pasado con una frase tal como:

ALEJO Recuerdo muy bien aquel día. Mamá estaba pisando maíz en el mortero. De pronto, se volvió a mí y me dijo...

En otros casos, el efecto es más expresivo si el retroceso toma al oyente sin previo aviso: ponemos una separación musical adecuada, que sugiera traslado de tiempo, y pasamos a la escena en *racconto*, dejando que el oyente descubra poco a poco que ahora nos hemos trasladado al pasado. Al finalizar el *racconto*, repetimos el mismo tema musical que lo inició y que ahora nos retorna al presente, y continuamos la acción⁹.

2. El avance (trailer). Un radiodrama puede comenzar por el principio, pero también puede comenzar, sin previo anuncio, por uno de sus momentos culminantes, e incluso por el final. El oyente asiste a un hecho intenso, cuyas circunstancias aún no se han explicado (por ejemplo, un personaje que se pregunta cómo ha llegado a una situación así); luego la acción retrocede en el tiempo y comienza a reconstruir la historia que ha desembocado en esa situación, hasta llegar nuevamente al punto de partida¹⁰.

La identificación de los personajes

Así como es importante que el oyente sitúe el lugar y el momento en que transcurre cada escena, no lo es menos que pueda ubicar y reconocer a los personajes que están hablando y actuando en cada una.

No ponga demasiados personajes en su radiodrama: como el oyente no puede verlos, este exceso de voces lo pueden confundir. Cuando aparezca en escena un nuevo personaje, cuide de que el diálogo dé suficientes datos para que el oyente sepa quién es, qué relación tiene con los otros. Y, sobre todo, no ponga muchos personajes juntos en una misma escena; si

9. *Cfr. por ejemplo el racconto del accidente de Lito en la primera parte de Proceso a los quietos (cap. 10 de Jurado No. 13).*

10. *Cfr. una historia que comienza por el final (avance) en La trampa, caps. 63/4 de la serie. El padre Vicente: historias que comienzan por una escena culminante, en La herencia, cap. 39-40-41 de la misma serie; y en Proceso a un reincidente, cap. 16 al 18 de Jurado No. 13.*

son más de cuatro o cinco los que intervienen simultáneamente, al oyente se le hará difícil su identificación.

Ayude en todo lo posible a su audiencia a reconocer a los personajes que hablan. Recuerde que usted, al escribir su guión, sabe a quién está haciendo hablar en ese momento; pero el oyente, solo por la voz de cada actor, no siempre logra reconocerlos, sobre todo cuando en la escena intervienen varios y hay uno de ellos que vuelve a hablar tras haber permanecido en silencio largo rato.

Para facilitar al auditorio su identificación, procure que los personajes, con cierta frecuencia, al dirigirse uno al otro, se llamen por su nombre. No de una manera forzada, notoria, que suene artificial: la gente cuando habla no se pasa nombrando a su interlocutor a cada momento. Pero sin embargo, hay veces en que lo hacemos naturalmente. Por ejemplo: “Pero Laura, eso que estás diciendo me parece una tontería”. O “¡Juan, por favor, piensa en lo que dices!” O “¡Ah, no, Martín, no estoy de acuerdo contigo en absoluto!” O “Mira, Rosario: tengo que decirte algo muy serio”. O “¿Y tú, Ana, que estás tan callada? ¿Qué dices de esto?” Aproveche esos momentos en que el vocativo resulta natural, para que el oyente pueda ubicar al interlocutor.

Los planos

Indique asimismo en el guión el plano en que se encuentra cada personaje en un momento dado. Cuando uno de ellos se aleja y habla desde cierta distancia, indique (2° PLANO). No abuse de estos segundos planos y aún menos de los terceros: el personaje pierde presencia y, si lo que va a decir es algo importante, la frase tendrá poco vigor. Pero un uso mesurado de los planos da dimensión al escenario, naturalidad a la situación; estimula la imaginación del oyente. Repare en el juego de planos en el Ej. 2: los jugadores de la mesa del fondo se escuchan generalmente en 2° plano. Otro tanto sucede con

el Juez en los juicios de la serie “Jurado N° 13”: Su ubicación en 2° plano da amplitud al recinto del Tribunal.

Visualice la escena, véala mientras la escriba, y procure que los desplazamientos de los personajes estén reflejados en los planos sonoros. Cuando un personaje se aleja de los otros, ¿qué desea usted: que la acción continúe donde se encuentra el grupo? En ese caso, indique que la voz y los pasos del que se va, se oigan alejándose a 2° plano. ¿O que el micrófono siga al que se marcha? En ese caso, indique que los pasos de éste al caminar deben oírse en el sitio, es decir, en un plano fijo, sin alejarse; que su voz debe seguir oyéndose todo el tiempo en primer plano mientras camina, y que son las voces del resto del grupo las que deben ahora alejarse gradualmente a 2° plano, hasta perderse. Recuerde que el micrófono, aunque en realidad esté siempre fijo en el mismo sitio, es como la cámara cinematográfica: puede permanecer inmóvil o bien “desplazarse” siguiendo el movimiento de los personajes. La sensación de que el micrófono se desplaza, la dan en verdad los actores, alejándose de él o acercándosele, y según cómo nosotros manejemos los planos sonoros en el guión.

El diálogo

La principal virtud del diálogo de un radiodrama debe ser su naturalidad. El diálogo tiene que sonar espontáneo, sin rebuscamientos retóricos, sin construcciones propias del lenguaje escrito, sin efectismos melodramáticos, sin énfasis grandielocuentes.

Los personajes deben hablar tal como ellos son y como hablan en la vida diaria. Oígalos hablar mientras escribe el guión: que ellos le dicten el diálogo. Cada personaje debe reflejar en su léxico y en su sintaxis, el grupo socio-cultural al que pertenece. Un obrero no habla como un hacendado, un campesino no habla como un profesional ni tampoco como un obrero urbano. Los jóvenes no hablan como los adultos.

Con todo, nuestro realismo no debe ser tal que intentemos algo así como una “copia fotográfica” del diálogo real. En la vida, al hablar, gastamos un montón de palabras innecesarias. No todas ellas deben ser recogidas en nuestro guión: el diálogo se haría excesivamente largo (en radio tenemos una limitación de tiempo, no lo olvide) y además se tornaría desmadejado, confuso, carente de interés. Hay que seleccionar, sintetizar, ser más conciso que en el hablar corriente; y al mismo tiempo, más claro y expresivo. No gaste palabras porque sí.

Sin embargo, no hay que irse tampoco al extremo contrario, de reducir el lenguaje solo a lo informativo. En el hablar humano hay palabras que no son imprescindibles conceptualmente, pero que responden a otro tipo de razón -una razón psicológica, afectiva-. Hay frases que quizás agreguen poco o nada al concepto, pero dan sabor, color, vida, calidez humana al diálogo. A través del diálogo tenemos que reflejar el estado de ánimo de los personajes, su tristeza, su alegría, su abatimiento, su esperanza; la relación que están estableciendo unos con otros, el placer que les causa encontrarse y conversar; en fin, todo lo que da su sello peculiar a la comunicación oral humana. Como en radio no podemos ver a los personajes, esos matices del diálogo tienen que suplir lo que muchas veces, en la realidad, la gente no expresa con palabras, sino con gestos.

No vacile en entregarse por momentos, cuando la escena se preste, a un cierto lirismo, a un cierto vuelo poético. Siempre dentro de la sencillez de un vocabulario coloquial, sin rebuscamientos, imprima belleza a su diálogo. La calidad literaria -ya lo hemos dicho- no está reñida con la sencillez. Y sus oyentes -no le quepa duda- merecen y sabrán apreciar esa calidad.

El ritmo dramático. Por sobre todo, las escenas, los diálogos, el radiodrama todo, tienen que tener esa cualidad, no

fácil de definir, un poco inasible, que llamamos “ritmo”. Musicalidad. La palabra hablada, no solo tiene una significación: tiene también un sonido, una musicalidad, una resonancia afectiva, que debe estar presente en nuestros diálogos.

Ritmo no debe confundirse con velocidad. En una obra musical, hay movimientos rápidos (presto, allegro) y movimientos lentos (adagio). Pero todos tienen su ritmo. Nuestras escenas serán, unas intensas, y entonces los diálogos serán cortos, incisivos -una suerte de ping-pong verbal-; otras más lentas, con parlamentos más largos y pausados; pero unas y otras deben tener su propio ritmo, su forma, su estructura.

Cuando las frases son duras, informes, cuando están construidas sin naturalidad y sin ritmo, los actores no las pueden decir bien, no saben cómo decirlas. Suelen quejarse, entonces: “No tengo ‘de dónde agarrarme’ para decir esto; este parlamento no tiene asidero”. Déles apoyo a los actores para que puedan decir el diálogo con fuerza, con expresión y naturalidad. Es, fundamentalmente, una cuestión de oído.

Uno de los secretos del ritmo es la fluidez del diálogo. Las frases de los distintos personajes en la conversación, deben encadenarse, trabarse entre sí de modo que el bocadillo de uno suscite la réplica del otro. Una vez más, para lograr esto es esencial entregarse a los personajes en acción, identificarse con sus personalidades, y escribir escuchándolos.

Los “camelos”. Otro pequeño detalle con respecto al diálogo. En escenas de conjunto (gente que comenta, que protesta, que manifiesta, que celebra una fiesta, etc.), no todo lo que dice esa muchedumbre se ha de oír claro. En la jerga del radioteatro, a ese texto **ad libitum** que se oye en voces indistintas para dar sensación de conjunto, se le llama “camelo”.

Sin embargo, aunque no se oigan sus palabras, es muy conveniente que usted indique en el guión algunas de las

frases que los actores deben decir en ese momento; al menos, algo aproximado. Hay que orientar a los actores, dándoles algunas pistas, algunas frases modelo. En caso contrario, se corre el peligro de que su camelo suene demasiado claramente como un bru-bru-bru inconvincente; o que, por desubicación, digan frases que, aunque no se lleguen a entender claramente, se note por su inflexión que no corresponden a la situación dramática y resulten contradictorias, incongruentes.

La música, los sonidos

Hemos dedicado todo un capítulo -cfr.cap.6- a estos recursos, lo que nos exime de reiterar aquí lo ya expuesto. Bastará que recordemos que es precisamente en el radioteatro donde la música y los sonidos cobran todo su valor expresivo, toda su fuerza de imágenes auditivas. Un radiodrama que no los utilice, será como un cuadro sin color.

El final

¿Cómo vamos a terminar nuestra pieza? Un radiodrama tiene que tener un final, una conclusión, una culminación.

Lo primero que debemos tener en cuenta a este respecto, es que esa conclusión tiene que surgir de la propia acción, ser sugerida por ella sin necesidad de que un personaje la explicita discursivamente.

En segundo lugar, debemos tener en cuenta que hay varias clases posibles de final. Una puede ser la solución del problema planteado. Por ejemplo, el personaje (o el grupo) resuelve su dilema y opta, toma una decisión; o el antagonista comprende su error y cambia de actitud, produciéndose una reconciliación. Cuando nuestra historia necesite de una solución final para que el mensaje quede explicitado, le damos un desenlace positivo: él forma parte de la idea que queremos comunicar, del ejemplo de conducta que nos proponemos presentar ¹¹.

En otros casos, sentimos que sería falso y poco verosímil que ese desenlace positivo se produzca tan rápidamente: la gente no siempre cambia -ni puede cambiar- súbitamente, sonaría a conversión milagrosa. Entonces, apuntamos hacia ese final, lo insinuamos como próximo, como posible. El antagonista reconoce su error y dice, por ejemplo: “Estoy tan confundido... Dáme tiempo, déjame reflexionar”. Y el oyente queda con la sensación esperanzada de que el personaje finalmente, más adelante, cambiará de actitud. Es, digamos, un semi-desenlace ¹².

Otro desenlace a medias puede ser el del que el protagonista (o el grupo protagónico) tome conciencia de su situación y se resuelva a luchar para cambiarla. El problema en sí no se ha resuelto; pero ahora el personaje va a luchar por el cambio, ha dado el primer paso para resolverlo y se empeñará en una lucha que acaso le llevará toda la vida (suele ser un final muy adecuado para un problema de tipo social, en que la solución depende de un cambio profundo, global).

Pero hay también otra variante que debemos considerar. “Final” no quiere decir forzosamente “desenlace, solución”. Un radio drama puede concluir sin que el problema se haya resuelto, ni aun encaminado hacia una solución. Muchas veces, sentimos que resolverlo sería forzado, inverosímil. Y además, poco pedagógico: le daría al oyente una fácil catarsis, una cómoda tranquilidad de conciencia: “al final todo se arregló bien”. Estamos escribiendo un radiodrama fermental, no una radionovela comercial con obligado happy end. En esos casos, quizá lo mejor sea dejar el problema como interrogante.

11. *Cfr. ejemplos de solución positiva como resultado de una evolución: Proceso a los quietos, cap. 10 al 12 de “Jurado No. 13”; Cartas de “Cerro María”, cap. 30 de “El padre Vicente”.*

12. *Este tipo de semi-desenlace puede ser ilustrado por Una mancha de grasa (cap.22) y Ordenes son órdenes (cap.68) de “El padre Vicente”.*

O en puntos suspensivos¹³. A veces, esto resulta más pedagógico, más movilizador para el oyente: lo inquieta, le transfiere el problema. En el caso del Ej. 3, no hay desenlace propiamente dicho: simplemente Vicente se entera de la verdadera razón por la que Barboza ha tenido que dejar el trabajo, y se promete ir un día próximo a contársela a Beltrán: “quizá lo haga pensar”. Eso es todo. Y sin embargo, hay un final. Es un remate, una conclusión dramática.

Lo que queremos decir es que “final” no equivale necesariamente a “solución”. Lo que tiene que haber siempre es una culminación, un remate; algo que opere como punto final del discurso dramático y cierre la acción, redondeando el mensaje. No debemos dejar nuestro guión “colgado”, terminarlo de cualquier manera y en cualquier parte. Lo que sucede en la última escena y el ritmo con que ella transcurre, deben marcar claramente el final del radiodrama. Pero ello no significa que en todos los casos debamos darle una solución al conflicto planteado. Ello depende de la factibilidad, de la verosimilitud de esa solución; y de lo que consideremos más eficaz pedagógicamente. Debemos elegir el final en función de la situación misma y en función del oyente, nuestro destinatario, en quien nos proponemos suscitar un proceso de reflexión.

Un último consejo

De todo lo dicho, el lector habrá percibido que el radiodrama no es un género fácil. Hay principiantes particularmente dotados que lo dominan casi desde el inicio; pero no es lo más corriente. En general, exige práctica, ejercicio. Quizá convenga, antes de abordarlo, transitar primero por otros formatos

13 *Finales en puntos suspensivos: "Malas compañías" (cap. 38), El Dr. Almeyda está muy ocupado (cap. 61), La trampa (cap. 63/4), de El padre Vicente; Proceso a un líder (cap. 55 a 57), de Jurado N°. 13. Este último puede servir también para ilustrar el manejo de voces y "camelos" en escenas de conjunto.*

más sencillos. Una vez adquirido cierto dominio de las técnicas radiofónicas se podrá acometerlo con más seguridad y posibilidades de éxito.

Y, cuando comience a ensayarlo, tal vez sea conveniente empezar, no con argumentos de su propia cosecha, sino con adaptaciones. Comience adaptando al radiodrama cuentos de la literatura nacional y universal. Cuentos de buenos escritores. Primero, algunos que tengan mucho diálogo; después otros poco o nada dialogados, que le exijan crear totalmente los parlamentos. Pase después a escenificar episodios históricos, crónicas periodísticas; dramatice por último hechos reales que usted haya presenciado o le hayan contado. Luego, por fin, láncese a crear radiodramas sobre temas imaginarios. Teniendo siempre presente que una historia no vale la pena de ser escrita si no ilustra un contenido; y que, a su vez, un contenido necesita una historia interesante, vívida, humana, y personajes de carne y hueso.

Le llevará un tiempo y le costará algún esfuerzo llegar a dominar el formato. Pero es un tiempo y un esfuerzo que valen la pena. Habrá adquirido un instrumento de expresión de estupendas posibilidades para hacer un buen trabajo de educación popular.

PARTE IV

LA REALIZACIÓN

CAPÍTULO 15

FRENTE AL MICRÓFONO

Ya está escrito el guión. Ahora hay que “ponerlo en el aire”, esto es, realizarlo: convertir el texto en voces y sonidos, los signos escritos en señales auditivas.

Una buena realización es casi tan importante y decisiva como un buen guión. Todo el esfuerzo realizado para lograr un libreto pedagógicamente eficaz, un texto fresco, natural, comunicativo, puede verse en gran parte malogrado si se lo realiza en forma rutinaria, inexpresiva, o bien desprolija y negligente; o acaso viciada de afectación y grandilocuencia.

Debemos, pues, poner tanto esmero y preocupación en la puesta en el aire como el que pusimos en la elaboración del guión.

1. EL ESTUDIO DE RADIO

Comencemos por familiarizarnos con el lugar en que vamos a trabajar: el estudio de radio.

O, más propiamente, el estudio de grabaciones. En efecto, ya casi no hay programas (excepto informativos, charlas, musicales simples, etc.) que salgan directamente al aire, “en vivo”. Casi todos se graban previamente. La experiencia ha demostrado las ventajas de este procedimiento. En primer lugar, ello permite corregir los errores y defectos -casi inevitables en toda producción- y lograr un resultado final satisfactorio: cuando algo sale mal, se detiene la grabación y el pasaje defectuoso se borra y se rehace.

Y, en segundo lugar, hay montajes complejos que no es posible hacerlos directamente al aire porque el tiempo no alcanza para ir mezclando y regulando los distintos elementos y que solo la grabación hace viables. Se gana así en calidad, en riqueza de expresión, en posibilidades técnicas.

Por otra parte, actualmente, muchos programas se producen para ser difundidos por varias emisoras, lo cual lleva a la práctica de grabarlos para luego distribuirlos. Cada vez en mayor medida en el mundo de la radio se están diferenciando dos campos: por un lado, las emisoras que transmiten; por otro, los centros de producción, que realizan y suministran programas.

De ahí que, en lo que resta de este libro, al referirnos al proceso de producción, daremos por supuesto que se trata de programas previamente grabados. No obstante, la mayor parte de las **nociones** prácticas que se incluirán, se aplican igualmente a los realizados en vivo.

Un estudio se compone de dos compartimientos, cada uno con su entrada independiente: la sala -o estudio propiamente dicho- y la cabina, a la que también suele llamarse control o cabina de control. El estudio es la sala donde están los micrófonos y donde se sitúan los que van a hablar; en la cabina se encuentran los equipos y allí se ubica el técnico operador frente a los mandos de control, como asimismo el director del programa. Puede decirse que el estudio es el área “humana” y la cabina el área “mecánica” o “técnica”.

La comunicación visual entre ambos compartimientos se logra mediante una gran ventana que permite la visibilidad recíproca. Para que no se filtren en la grabación ruidos procedentes de la cabina, esta ventana tiene doble cristal, o a veces triple.

En los estudios bien diseñados, la cabina está colocada a un

nivel más elevado, más alta que la sala, lo que permite una mejor comunicación visual. El director y el técnico dominan así todo el estudio; y en éste, todos los que están actuando pueden ver bien las señas del director.

El estudio

Lo básico de un estudio es su buena aislación acústica. No debe filtrarse ningún ruido proveniente del exterior. Aun los ruidos aparentemente pequeños -una bocina lejana, un grito callejero- distraen al oyente y perturban su atención y su concentración; y, si se trata de un radiodrama, rompen el realismo y sacan al escucha de situación. Por otra parte, por débil que sea un ruido, los sensibles micrófonos modernos lo captan y lo amplifican. De ahí que las paredes del estudio estén revestidas de materiales aislantes y la puerta sea maciza y de cierre hermético. Es muy común incluso que, para asegurar mayor aislación, haya una primera y luego una segunda puerta. Por supuesto, no hay ventanas abiertas al exterior.

Además del profundo silencio, otra cosa que nos llama la atención al entrar en un estudio, es que las voces suenan diferentes: más sordas y apagadas. No resuenan como en una habitación corriente. En efecto, al construir un estudio se lo trata acústicamente con revestimientos y cortinas que absorban el sonido, de modo que elimine resonancias y reverberaciones y atenúe el brillo de la voz. El piso es silencioso: alfombrado o de material blando y absorbente, de modo que los pasos tampoco sean audibles.

Al no haber ventanas, la renovación del aire requiere de instalaciones mecánicas, las que además deben ser de un tipo especial, silencioso. Los acondicionadores de aire comunes producen un zumbido incompatible con la grabación. Obviamente, la prohibición de fumar es absoluta: en ese recinto hermético, el tabaco enrarece instantáneamente el ambiente.

La iluminación claro, es artificial. Otra de las exigencias de un estudio es una buena iluminación, que proyecte en todo el ámbito de la sala una luz clara, abundante y sin sombras sobre los guiones de los intérpretes. Estos necesitan poder leer bien, sin esfuerzo: en caso contrario, la inseguridad y la fatiga visual los pone nerviosos y los lleva a equivocarse a menudo.

Equipamiento del estudio. Básicamente, el equipamiento del estudio consiste en micrófonos. Por lo menos, dos; en estudios más grandes encontramos tres y hasta cuatro o cinco. En el radiodrama, uno de ellos, colocado a baja altura, se destina al sonidista, para efectos, en tanto los restantes son para los intérpretes.

Normalmente, frente a cada micrófono se pueden ubicar dos personas para que sus voces salgan bien audibles. En su mayoría, los micrófonos pueden ser operados bidireccionalmente, de modo que tomen de ambos lados y permitan captar tres o más voces, pero cuando se opera con varios micrófonos la interacción entre ellos produce efectos no deseables; de ahí que se prefiera utilizarlos en forma unidireccional, frontal, caso en el cual solo permiten ubicar a un intérprete o, a lo sumo dos simultáneamente, uno al lado del otro. Ello explica que en un radiodrama, donde pueden intervenir a veces en una misma escena cuatro o más actores además del narrador y de las voces de apoyo, necesitemos por lo menos dos micrófonos y, en ocasiones, tres o cuatro. Sin contar el del sonidista.

Junto a los micrófonos, se encuentran varios atriles para que los actores puedan apoyar sus libretos en ellos, liberando sus manos.

Para permitir la intercomunicación auditiva con la cabina, hay instalado un parlante. Por él, puede escucharse la voz del director o el técnico que imparte las indicaciones e instrucciones; en el momento que sea necesario, pueden salir también

por él un pasaje de la grabación, una música, etc., procedentes de la cabina. Pero este parlante debe permanecer cerrado mientras se graba, porque en caso contrario se produce acoplamiento.

Otra forma de intercomunicación auditiva consiste en un timbre sordo (“chicharra”) que el operador hace sonar como prevención, para establecer silencio absoluto en la sala antes de empezar a grabar y, ya durante la grabación, para que los intérpretes se detengan y no sigan leyendo (por ejemplo, cuando algo ha salido mal y hay que volver atrás).

Algunos estudios están equipados también con un tablero de señales luminosas; la luz roja indica “silencio, no debe hablar ahora”; cuando se enciende la luz verde, ella señala **“micrófono abierto, ahora debe comenzar a hablar”**.

Otros implementos que suelen encontrarse en un estudio, son biombos o pantallas de baldosas acústicas absorbentes del sonido, que permiten aislar un micrófono del otro, evitando de este modo su interacción. Estos paneles aislantes están montados sobre ruedas, para hacerlos portátiles y ubicarlos donde mejor convenga en cada grabación.

En algunos estudios encontramos también una pequeña casilla o cabina revestida de baldosas acústicas, donde se puede ubicar a un narrador que se desea aislar del ambiente general (en la grabación de la serie “Jurado N° 13” el relator fue situado en una casilla de este tipo). Dentro de ella, se coloca un micrófono; de modo que viene a ser un mini-estudio dentro del estudio. Tiene pequeñas ventanas de vidrio para que el narrador pueda ver el estudio y las señas que se le hacen; y, a veces, un juego de luces para señales conectado con la cabina de control.

El equipamiento del estudio se completa con los accesorios de utilería para la producción de efectos de sonidos en vivo que describiremos en un capítulo posterior.

La cabina

Pasemos ahora a examinar la cabina de control.

La consola. La consola mezcladora es el alma del equipo de producción de radio. Desde ella se controla todo; todo pasa por ella.

Cada micrófono está conectado a la consola por su propio canal de entrada, que permite regular independientemente su volumen. En las consolas más completas, también la tonalidad (ecualización) puede ser regulada en forma independiente, dándole a cada micrófono su propio tono, más grave o más agudo. Incluso su propia proporción de eco y resonancia (en otras consolas, la ecualización o regulación de tonalidad es posible, pero afecta a todos los micrófonos a la vez; y el eco o resonancia opera simultáneamente para todos los micrófonos que están abiertos en ese momento).

Asimismo, están conectados a la consola los grabadores y los tocadiscos; en fin, todas las distintas fuentes de sonido. Pero su función va más allá: no solo mezcla los sonidos procedentes de micrófonos, tornamesas y grabadores, sino que además nivela, equilibra las voces y los sonidos y dimensiona su volumen relativo. Permite efectuar también todo tipo de transcripciones: de disco a cinta, de un grabador de cinta a otro, de un grabador de cassette a otro de cinta abierta.

Para controlar la intensidad de los volúmenes, la consola está equipada con un dial de medición de aguja oscilante, llamado vumeter. La aguja no debe jamás llegar a la zona roja ubicada a la derecha del dial: ello indica que el volumen es excesivamente intenso, que está saliendo roto o deformado. Se dice en esos casos que la grabación se está saturando o distorsionando; es preciso bajar el volumen del micrófono correspondiente, o de la fuente de sonido. Pero si la aguja

apenas oscila y se mantiene todo el tiempo en el sector izquierdo del dial, ello significa que el sonido está llegando demasiado débil y resultará poco o nada audible: es necesario levantar el volumen. Se logra un volumen correcto cuando la aguja trabaja hacia la derecha del dial, sin entrar en el sector rojo.

La consola está conectada también en sus canales de salida a uno o dos parlantes ubicados en la cabina, llamados monitores, que permiten escuchar la grabación mientras ella se realiza. El técnico suele ponerlos a un volumen bastante alto, para poder así percibir pequeños ruidos que pudieran filtrarse en la grabación, o imperfecciones aún ligeras. Asimismo como componente de la consola, funciona un intercomunicador o micrófono de órdenes, conectado al parlante del estudio, mediante el cual se puede hablar a los actuantes e impartirles indicaciones e instrucciones.

Los tornamesas. Otro importante componente de la cabina de control, son los tocadiscos o tornamesas, para reproducir la música o los sonidos grabados en discos que deben insertarse en la emisión. Toda cabina tiene por lo menos un tornamesa; las mejor equipadas dos y hasta tres. Por descontado, están conectadas por canales de entrada a la consola.

Los grabadores. Obviamente, todo estudio de grabaciones ha de tener un buen grabador de cinta abierta, donde se graban los programas. Pero uno solo no basta, ya que los grabadores no solo funcionan como tales, en posición de record, para recibir y registrar discos como fuentes emisoras de sonido, en posición de play, para suministrar música y efectos sonoros transcritos en cinta, así como también entrevistas, montajes, efectos especiales y escenas complicadas que son pregrabados y luego insertados en la grabación. Para programas de montaje complejo, incluso dos grabadores no siempre son suficientes; a veces se necesitan tres (uno graban-

do, los otros dos reproduciendo y suministrando efectos, música, montajes, etc.)

Naturalmente, todos los grabadores están conectados a la consola; y lo están por canales de doble vía, de entrada y salida, de modo tal que la consola puede enviar la voz y el sonido a uno de los grabadores para que éste los registre y puede también recibir de los otros pasajes pregrabados (sonidos, música, montajes, entrevistas, etc.)

Las cabinas están equipadas también con uno o dos grabadores de cassette; pero casi siempre la grabación de cassette se edita primero, es decir, se transcribe en cinta abierta antes de ser utilizada.

Las cartucheras. En algunos estudios, los fondos sonoros grabados no se reproducen a partir de un disco o de una grabación de cinta abierta, sino desde un cartucho (o cajetín, como también suele llamársele). A tal efecto, la cabina está equipada de un aparato reproductor de cartuchos o cajetina. La ventaja del sistema reside en que, en tanto el disco o la grabación en cinta tiene una duración limitada de determinada cantidad de minutos, estos cartuchos son sin fin; es decir, giran continuamente, a modo de una polea. De ese modo, cuando se necesita mantener un sonido constante de fondo (trágico, callejero, canto de pájaros, oleaje marino, máquinas de una fábrica, etc) durante toda una larga escena, nunca se corre el peligro de quedarse sin sonido antes de que la escena finalice.

Disposición de la cabina. Generalmente, los equipos están dispuestos en forma de U: al centro, apoyada sobre la ventana que da al estudio, la consola o mesa de control; a un lado los tornamesas y la cartuchera y del otro lado la batería de grabadores. De este modo, el técnico operador, sentado frente a los mandos de la consola, de cara a la ventana y ubicado en una silla giratoria sobre ruedas, tiene todo el

equipo al alcance de su mano; y a la vez domina los desplazamientos de los intérpretes en el estudio y abre y cierra los micrófonos consecuentemente.

O bien los grabadores están distantes, pero la consola tiene mandos de control remoto que permite operarles desde la misma mesa de control: ponerlos en marcha y detenerlos a distancia e incluso avanzar y retroceder la cinta.

Más difícil es determinar dónde se ubica el director. En la mayor parte de las cabinas no se ha previsto un lugar para él. Todo el ancho de la ventana suele ser ocupado por los equipos de modo que solo el técnico tiene una cómoda visión del estudio y es visto fácilmente por los intérpretes. Al director no le queda otro recurso que ubicarse de pie detrás del técnico, con gran incomodidad para ambos. Conocemos contadas cabinas bien diseñadas, con ventana amplia, que permite al director ubicarse cómodamente frente a ella, a un costado de la consola y, de ese modo, ver y ser visto. Incluso en alguna cabina se instala en ese sitio una pequeña mesa empotrada y una silla reservadas al director, de modo que éste puede dirigir sentado y tiene donde apoyar su guión y su libreta para anotar sus observaciones durante el ensayo.

La audición de conjunto

Si el lector ha seguido con alguna atención esta descripción, no le habrá sido difícil inferir que el verdadero programa de radio no se hace en el estudio, sino en la cabina. En el estudio, solo oímos la voz de los actores; y aun ella, débil, apagada, sin relieve. En la cabina, esa misma voz, recogida a través del micrófono y amplificada y ecualizada en la consola, suena completamente diferente: adquiere presencia, matices y resonancias que en el estudio no se perciben. Y, además, se suma a las voces todo el decorado sonoro: la música, los efectos, los montajes, etc.

Por eso el director se ubica en la cabina. Y por eso también, si usted quiere aprender radio, no cometa el error, frecuente en las escuelas, de seguir la grabación desde el estudio. Desaprovechará la oportunidad de aprendizaje. Procúrese una copia del guión que se está grabando y siga su realización desde la cabina: escuche cómo salen las voces y los efectos, observe la actuación del director, vea cómo el técnico inserta la música y mezcla los sonidos y oiga el resultado final. De ese modo sí aprenderá mucho.

2. EL EQUIPO HUMANO

Ahora que conocemos someramente el equipo técnico necesario para una producción de radio, veamos el equipo humano; es decir, el personal requerido para realizar un programa y las distintas funciones que deben ser llenadas. Hablamos de funciones más que de personas porque, como se verá en seguida, una misma persona puede asumir más de una función.

He aquí, pues, las tareas por cumplirse:

1. El guión (a cargo del escritor o guionista).
2. Copiado del guión: dactilografiado, revisión y corrección de la copia, tiraje de las copias a mimeógrafo o en multicopiador.
3. La dirección (a cargo del director).
4. La musicalización: selección de las cortinas y fondos musicales (tarea del musicalizador).
5. La actuación, a cargo de los intérpretes: locutores, actores; eventualmente voces de apoyo para las escenas de conjunto.
6. La toma de sonido y el mezclado, a cargo del técnico operador.
7. Los efectos sonoros de estudio, a cargo del sonidista de efectos.

8. El cronometrado o medición del tiempo, a cargo del asistente.

Como se ha indicado, algunas funciones pueden concentrarse: (1-3). La dirección puede ser asumida por el guionista. Si éste está dotado para la tarea directriz y tiene tiempo para ello, nadie más indicado para dirigir el programa de quien lo concibió y escribió y sabe lo que quiere de cada parlamento, de cada entrada musical.

(4-3) o (4-6). La musicalización puede ser encargada como tarea exclusiva a un colaborador, o bien ser seleccionada por el propio director o por el técnico operador.

(7-5). Si los efectos de sonido que deben producirse en vivo en el estudio son muchos y complicados, hay que tener un sonidista de sala; pero si son sencillos y no demasiado numerosos (puertas, pasos, etc.), pueden encargarse de ellos los actores que en ese momento no intervengan en la acción.

(8-3) u (8-6). Si el programa debe ajustarse a un tope de tiempo muy estricto y si se trata además de un programa complejo en el que el director y el técnico deben concentrarse en su tarea y no pueden atender funciones accesorias, se necesita contar con un asistente cronometrista. Pero si, por el contrario, no está ceñido a una duración muy exacta y si además es relativamente sencillo, el técnico o el director pueden encargarse de medirlo.

(5). También veremos que, en la actuación, el reparto de voces o elenco admite a veces algunas reducciones: en ciertos casos un mismo actor puede cubrir dos personajes. En los reportajes, como ya se ha indicado, basta un pequeño elenco para llenar un reparto de muchos personajes.

Sin embargo, es preciso indicar también que no todas las fusiones son convenientes. Concretamente, es totalmente

desaconsejable la fórmula (3-5): que el director actúe y asuma al mismo tiempo la tarea directriz y la de intérprete (narrador o actor). El director tiene que estar en la cabina, atento al conjunto, al todo. Su función es incompatible con la de intérprete. A lo sumo, puede asignarse alguna pequeña intervención aislada que pueda ser grabada previamente.

3. TÉCNICA DEL MICRÓFONO

Antes de exponer el proceso de producción, que será materia de los próximos capítulos, tenemos que conocer los principios de la emisión de la voz ante el micrófono y las normas básicas de la actuación radiofónica.

La emisión de la voz

Pocas personas impostan bien la voz; pocas la tienen naturalmente bien impostada. Sin embargo, casi todas las voces pueden ser mejoradas si se educan.

Intente hacer sonar una cuerda de guitarra fuera del instrumento: solo oírás un sonido opaco y seco, sin armónicos, sin resonancia. Ya colocada, la misma cuerda suena completamente diferente: es que ahora la caja de resonancia que es la guitarra hace que la vibración adquiera amplitud y calidez. Lo mismo sucede con la voz humana. La mera vibración de las cuerdas vocales en la garganta solo da un sonido pobre, incoloro. Es menester que la voz resuene. Toda nuestra estructura facial es una caja acústica que debemos hacer resonar al hablar. La voz no tiene que venir directamente de la garganta, sino pasar primero por la parte anterior del paladar y, sobre todo, por los senos, huecos óseos ubicados por encima del maxilar superior.

La voz radiofónica es una voz impostada, esto es, ejercitada para una emisión con resonancia. Ello le da esa "pastosidad"

que caracteriza a las voces que suelen llamarse microfónicas. Y hace además que se pueda hablar largo tiempo sin fatigarse y sin afectar la laringe y las cuerdas vocales. Conviene que la gente de su elenco tome algunas clases de impostación e incluso consulte a un foniatra para adquirir la técnica de la emisión vocal.

Hay que aprender a controlar y evitar carraspeos, toses, estornudos. Y, cuando resultan irreprimibles, hay que alejarse lo más posible del micrófono, volverse de espaldas al mismo y amortiguar el ruido con el pañuelo.

Como norma general, por radio no se debe hablar gritando. La radio proscribire a los gritones: el micrófono no reproduce la voz, sino que la amplifica.

Respiración. Una buena respiración es esencial. Todo radiofonista debe aprender a respirar bien, pues de ello depende en gran medida la emisión de la voz.

Es común que “nos quedemos sin aire”, que nos ahogemos al final de una frase, o que tengamos al menos que disminuir el volumen, restando fuerza y convicción a las palabras finales, que son tal vez las más importantes de la oración. Ello se debe a que respiramos con el pecho, utilizando solo la cavidad torácica, que es reducida y en la que podemos almacenar poco aire.

El radiofonista debe hacer ejercicios respiratorios y aprender la técnica para respirar con el abdomen y con el diafragma. Este 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 almacenar en cada inhalación una mayor cantidad de aire.

Es importante aspirar el aire siempre por la nariz, nunca por la boca abierta. La respiración en radio debe ser silenciosa: el micrófono amplifica la respiración ruidosa, transmitiendo un jadeo muy desagradable.

Locutores y actores deben aprender asimismo a administrar bien su respiración: aprovechar todas las pausas de su texto, por breves que sean, para tomar suave y rápidamente un poco de aire y mantener así siempre una reserva en sus pulmones.

La posición del cuerpo. ¿Conviene más actuar de pie o sentado? De pie se emite mejor la voz, se respira mejor y se imprime más expresividad al texto; pero algunos corren el peligro de tender a la declamación y al énfasis. Sentados ante una mesa, tendemos a ser más íntimos y coloquiales y estamos más cómodos para manejar notas, libros, papeles, etc.; pero la voz no sale tan "llena". Cada cual debe buscar su propia posición.

Tanto de pie como sentado, se debe mantener ante el micrófono una posición erecta. Esto ayuda a la respiración. Pero erecta no se debe entender como rígida y tensa. La posición debe ser laxa, descansada, sin "nudos" en la nuca, en el cuello o en el torso. La actitud de quien está conversando tranquilamente. El buen radiofonista gana mucho si conoce la técnica de la relajación muscular (relax).

El manejo del micrófono

Es un hecho que a casi todo el mundo, así se trate de un fogueado actor teatral o de alguien muy acostumbrado a hablar en público, el micrófono lo asusta y lo pone nervioso. El director debe contar siempre con el llamado "trac" del micrófono de los debutantes, que solo se logra superar después de unas cuantas actuaciones. Por buena voz que tenga y por mejor intérprete que sea, nunca confíe de entrada a un debutante en radio un papel importante.

Presencia. Si usted dirige un programa de radio, y sobre todo si éste tiene una finalidad educativa, no se conforme con que las voces salgan audibles, o las palabras se escuchen y la aguja del vumeter registre un volumen correcto. Es necesario algo más: que las voces tengan cuerpo, color, calidez, plenitud; lo que en radio se llama “presencia”. Un primer plano definido, lleno, que llegue al oyente sin esfuerzo y facilite una atención constante. Salvo en casos especiales, indicados por el guión, en que una voz debe oírse alejada, es preciso cuidar y mantener permanentemente una fuerte presencia de las voces. Esta presencia se logra por la forma con la que el intérprete emite su voz y, sobre todo, por su correcta y cuidadosa colocación ante el micrófono.

Colocación ante el micrófono. ¿A qué distancia del micrófono debemos colocarnos? A la más corta posible, siempre que no “sature” ni se oiga excesivamente la respiración. Generalmente, una distancia de veinte centímetros es la conveniente; pero esto varía según el volumen individual de cada voz. Si se tiene una voz particularmente fuerte hay que colocarse un poco más atrás; si débil, algo más adelante. El intérprete no debe forzar la voz hablando más alto o más bajo que habitualmente, porque no podrá mantener ese esfuerzo durante toda la grabación y, sin advertirlo, retornará a su volumen normal.

Antes de iniciar la grabación, el técnico hace una prueba de voces: mide la voz de cada intérprete e indica a cada uno la distancia a la que debe colocarse para que su voz, hablando a volumen normal, salga bien. A partir de ese momento, todos deben mantener invariable esa posición.

Si se acercan demasiado -tendencia generalizada entre los inexpertos que creen que así salen mejor y llegan casi a besar el micro- el resultado es una voz deformada, que satura la grabación si se apartan, pierden presencia y tienen que hablar más fuerte, gastando energía inútilmente y fatigándose. Los

micrófonos modernos, de alta sensibilidad, toman espléndidamente en primer plano, pero en cuanto uno mueve la cabeza o se aleja un poco de la distancia óptima, la voz sale pronunciadamente lejana.

Nunca hay que ponerse de frente al micro, pues entonces ciertas consonantes saldrán golpeadas como estallidos y las eses sonarán silbantes; pero tampoco excesivamente de lado. La posición correcta es de medio perfil. Dicho de otro modo: no hay que hablar dentro del micrófono, encima de él, sino un poco de lado.

No debe moverse la cabeza de un lado a otro -tendencia muy frecuente en los actores de teatro que, cuando hacen radio, gesticulan y se mueven- porque eso desequilibra el nivel de la voz. La boca se debe mantener a una distancia constante del micrófono.

Al hablar, hay que hablarle al micrófono y no al papel. Si se mira frontalmente al libreto, la voz se opacará y perderá presencia, pues el papel absorbe los matices brillantes de la voz. De ahí también la importancia del ensayo y de estar familiarizado con el texto, para poder hablar con soltura, mirando al micrófono, sin estar “pegado” al libreto. Por ese mismo motivo, hay que sostener el libreto verticalmente, frente a la cara. O, mejor aún, cuando se transmite de pie, tenerlo sobre un atril, a un lado del micrófono.

Cómo dar los planos sonoros con la voz. Descensos y elevaciones de voz se deben compensar con acercamientos y alejamientos del micrófono. Así, cuando la situación dramática exige hablar en voz muy baja o en susurro, el actor debe avanzar un paso y, mantener siempre su colocación un poco de costado, susurrar articulando bien y cuidando de suavizar las consonantes explosivas.

En cambio, en una escena intensa, tal como una disputa, en

que hay que hablar alto, se debe retroceder uno o dos pasos. Si, por exigencia del libreto, el intérprete ha de gritar, debe alejarse un tanto del micrófono y perfilarse a 45°. Y si tiene que dar la impresión de que está gritando desde lejos, en segundo plano, se aparta un metro o un metro y medio y gira el cuerpo 90°.

Cuando el guión acota “acercándose”, el actor se acerca lentamente desde una distancia de 2 metros, siempre de frente al micro, hablando mientras se aproxima. De ese modo, se da la impresión auditiva de que el personaje está entrando en el lugar donde se sitúa la escena y acercándose a su interlocutor. Por lo general, para acentuar la impresión, se marca al mismo tiempo el sonido de pasos que se acercan.

Si el guión indica “alejándose”, el intérprete habla caminando lentamente hacia atrás, pero siempre de cara al micrófono. Así se da la impresión de que el personaje se va, o de que el micro se aleja de él.

No hay que alejarse tanto como en la realidad: los micrófonos modernos tienden a acentuar la impresión de distancia. Para dar sensación de que se está a cuatro metros, no hay que alejarse sino uno o dos.

El micrófono, un multiplicador. Como regla básica de la actuación radiofónica, es preciso tener siempre presente que el micrófono no es un mero reproductor. Amplifica. Es como un lente de aumento. No es selectivo como el oído humano: registra todo. Cualquier pequeño ruido se magnifica, cualquier error resalta a primer plano. El movimiento de las hojas del libreto al dar las vueltas suena como el crepitar de un incendio. El ínfimo golpeteo de una dentadura postiza dentro de la boca, inaudible en la conversación corriente, es, por increíble que parezca, registrado. Esta hipersensibilidad del micrófono abre grandes posibilidades en la realización radiofónica si se la sabe aprovechar; pero impone también sumo cuidado en la producción.

No se debe tocar ni raspar el micrófono en forma alguna: un ligero toque con un dedo o con un lápiz suena como un tremendo estampido.

Hay que poner especial cuidado en las consonantes que “golpean”, como la p, la v, la b, la t, la d, la f. El ligero golpe de aire que producimos con los labios al pronunciarlas, amplificado por el micro, suena como una pequeña explosión (se llama a esto “golpear el micrófono”). Es preciso emitir las con suavidad y, sobre todo, cuidar de no pronunciarlas en forma frontal al micro.

El ruido de papeles debe ser radicalmente evitado. Nunca hay que volver las hojas, porque entonces crujen. Para poder pasar de una hoja a otra sin darles vuelta, todos deben quitar la grapa o broche con que está cosido su libreto. Ya separadas las hojas, en lugar de volverlas, se levanta cada hoja levemente y se la desliza sobre la siguiente. Luego, con cuidado, rápidamente y sin ruido, se pone la hoja ya leída bajo las demás.

La dicción

Pocas son las personas que pronuncian bien, con dicción clara y correcta. En la agitación corriente de la vida diaria, nos tornamos descuidados y nos comemos letras, cortamos las palabras, suprimimos sílabas enteras.

El radiofonista debe practicar hasta conseguir una articulación nítida, en que cada letra se oiga claramente. La vocalización debe ser cuidadosa; las vocales, emitidas francamente y con resueltos movimientos de los labios y de los músculos bucales; nunca entre dientes. Las palabras han de oírse claras, distintas, completas, sobre todo las últimas sílabas. No debe dejarse “caer” la voz al final de las frases.

Velocidad. Casi todos normalmente hablamos demasiado

rápido, aglutinando las palabras. Cuando hablamos por radio, hay que tener siempre presente que lo que llega por el oído es difícil de ser retenido; y saber controlar la velocidad. Es preciso lograr una cierta lentitud, separando bien las palabras, sin que ello reste naturalidad al decir y sin hablar tampoco tan lentamente que resulte irritante.

En las escenas intensas, tales como una discusión, que, por su carácter, exigen hablar con rapidez, hay que cuidar mucho la articulación y la vocalización para que el oyente pueda entender con claridad lo que se está diciendo.

Como norma general, no correr. Si un guión es largo, es preferible cortar algunas frases y decir un poco menos que pretender ajustarlo al tiempo fijado a fuerza de apurar a los intérpretes.

Hay directores que se jactan de haber logrado “meter” un guión de quince páginas en veinticinco minutos. El único fruto de tal hazaña es abrumar a los oyentes con una fatigosa lluvia de palabras, que no entienden ni les queda nada. Un buen director contiene a sus intérpretes: “No se apuren tanto. Respiren, tómense su tiempo, hagan pausas y dáselas al oyente”.

La expresión

Hay dos riesgos que evitar: uno, es el de ser inexpresivos y monótonos provocando el aburrimiento del escucha; otro, el de caer en el engolamiento y la afectación declamatoria.

Modulación. El locutor o actor de radio debe modular su voz; hacer que sus sonidos sigan una línea ondulada, cambiante, con matices. Por momentos alzar el tono: en otros, bajarlo. Infundir a la lectura expresividad, vivacidad. Si la voz se emite en un tono parejo y uniforme, el mensaje llegará monótono y aburrido. En radio no tenemos la ayuda del gesto:

debemos decirlo todo con las inflexiones y matices de la voz.

Hay quienes no logran ser buenos radiofonistas porque olvidan para quién están hablando. Dejan traslucir que están “sentados” en el estudio y leyendo para ellos mismos. En radio hablamos para personas vivas. Debemos tratar de visualizar a nuestro interlocutor y hablar con él, para él, buscando transmitirle nuestra convicción.

Naturalidad. Pero la expresividad no debe confundirse con el énfasis oratorio. La regla general en radio es que, aunque nos escuchen millares, no hablamos para una multitud ni para una masa, sino que debemos hablar siempre como si nos dirigiéramos a una sola persona. El tono debe ser coloquial, de conversación. Los textos deben ser leídos sin parecer que lo son; hay que dar la impresión de que estamos conversando, hablando naturalmente. No ponerse solemne ni hacer discursos.

El buen radiofonista es el que logra ser expresivo dentro de la sencillez y la naturalidad. En radio educativa, hay que erradicar de plano esos enfermantes vicios de afectación tan frecuentes en la radio comercial (“Y ahora... ¡inúuusicaaaa!... “Escúchelo por Radio Sensacióooooon”... “Con ustedes... ¡Palitooo... Ortegaaaaa!”).

Aun en el radiodrama, los actores que representan una situación deben adaptar el énfasis al medio radiofónico: no declamar, no gritar como en el teatro. Aquí también se aplica la regla de que el micrófono actúa como un lente de aumento. Lo que en el teatro suena intenso, en radio se oye grandilocuente, exagerado, falso. Hay que dar los estados de ánimo dentro de los medios tonos.

La entonación. La entonación es la curva melódica que nuestra voz describe al decir una frase. Al hablar, nuestra voz sube y baja, emite intensidades ascendentes y descendentes,

dando expresión sensible a las palabras e imprimiéndoles significación; valorándolas. Todos lo hacemos espontáneamente cuando hablamos; pero al leer un texto escrito, como en el caos de un guión de radio, tenemos que ser observadores para reconstruir y reproducir en la lectura esas inflexiones que nos surgen naturalmente al hablar. La naturalidad del arte interpretativo nunca es espontánea, sino producto de una elaboración, que no se nota pero existe.

Es preciso observar bien la puntuación. Si las palabras se agrupan caprichosamente, sin plan, y la oración se divide con pausas arbitrarias, se alterará la significación o la frase se hará incomprensible y sin sentido. Al leer en radio, es menester administrar bien las pausas, siguiendo con cuidado el sentido lógico de cada cláusula. Respetar los signos: el punto aparte, el punto seguido, los dos puntos, el punto y coma, las comas. Es bueno marcar con rojo las pausas, dándoles un signo distinto según su valor (esto es, su duración relativa). Recordar, por otra parte, que, además de las comas gramaticales, la expresión hablada necesita introducir otras pequeñas pausas, semi-comas que podríamos llamar prosódicas. Hay que marcarlas también y hacerlas.

Es igualmente importante tener en cuenta las inflexiones. El peso y la fuerza de las palabras varía con la inflexión que damos a la voz. El sentido todo de una frase, su intención, pueden cambiar según la entonación. Es necesario buscar en cada frase la palabra significativa clave, la palabra-fuerza en la que hay que poner el énfasis y el acento y subrayarla para darle en la lectura -siempre dentro de una gran naturalidad- el valor central.

Algunos radiofonistas se valen del recurso de marcar su guión con signos gráficos -que ellos mismos crean o inventan- que los ayudan para una entonación correcta y expresiva. Subrayan las palabras que se deben destacar dentro de cada frase; marcan con dos rayas verticales los puntos y con una las

comas, incluidas las no escritas que hemos llamado prosódicas. Las subidas y bajadas de la voz son indicadas con flechas hacia arriba y hacia abajo; los pasajes llanos con una suave línea ondulada. Es bueno que la gente de su elenco adquiera también esta práctica.

Usted, como director, debe asumir como función central la de lograr de sus narradores y actores una buena entonación, a la vez lógica y expresiva. Cuando ellos no acierten, usted debe corregirlos, indicándoles cómo se debe decir la frase y qué inflexiones requiere (a esto se llama “marcar” o “dar el tono”).

Ponga especial cuidado en las frases interrogativas. Una de las cosas más difíciles al leer e interpretar, es hacer bien las preguntas. Estas salen artificiales, exageradas, forzadas, o bien no salen y se dicen como frases afirmativas. Puesto que, como hemos visto, en el guión de radio educativo las preguntas adquieren primordial importancia, haga que sus intérpretes trabajen mucho las interrogaciones hasta lograrlas.

CAPÍTULO 16

EL PROCESO DE PRODUCCIÓN: LA PREPARACIÓN

1. EL COPIADO DEL LIBRETO

Este es el primer paso en el proceso de producción. El guión original debe ser copiado prolija y nítidamente. Los locutores y actores necesitan copias muy claras y bien legibles: infinidad de errores y **furcios**, y aun de lecturas mecánicas e inexpresivas, derivan de copias borrosas y desprolijas, que obligan al intérprete a concentrar toda su atención en descifrarlas, sin poder entonces darle al mismo tiempo expresión al texto.

1. Letra grande: el tipo de letra de la máquina debe ser standard (“pica”) y no pequeña (“elite”).
2. El libreto se debe copiar a doble espacio para facilitar la lectura.
3. Dejar un margen bastante amplio a la izquierda para que el director y el técnico puedan hacer sus anotaciones manuscritas (“marcar” el libreto).
4. Ceñirse a las normas de disposición y diagramado que ya se han indicado en el capítulo 10.
5. Tal como ya se ha explicado en dicho capítulo (cfr. pág. 345) numerar las líneas correlativamente. Esta numeración se hace sobre el margen izquierdo.
6. La máquina debe tener signos de abrir interrogación (¿) y admiración (¡).

7. Es mejor que el libreto se copie en tamaño oficio y no en tamaño carta: cuantas menos veces haya que cambiar la hoja, habrá menos riesgo de ruidos de papel en el estudio.
8. Una vez mecanografiado, la copia se debe cuidadosamente revisar y cotejar con el original, corrigiéndose erratas y omisiones. El original se debe entregar al director del programa, para que pueda confrontarlo en caso de cualquier duda.
9. Deben hacerse tantas copias del libreto como personas participen en la emisión: una para cada actor o locutor y sendas copias para el director, el musicalizador, el técnico, el sonidista, el cronometrista y, eventualmente, los extras (voces de apoyo). Nunca debe trabajarse con una misma copia para dos intérpretes, porque de ello derivan vacilaciones y errores en la lectura.
10. Por lo tanto, a menos que se trate de un elenco muy reducido, para obtener suficiente cantidad de copias, éstas se deben hacer en una copiadora.
11. Las copias deben ser tiradas en papel no transparente y rígido, que no se doble fácilmente ni cruja. El manifold - el papel fino que se usa en oficina para copias- no es indicado, porque inevitablemente produce ruido.
12. Las copias se deben hacer de un solo lado de la hoja: recuérdese que en radio no hay que dar vuelta a las hojas.
13. El entintado debe ser intenso, nítido y parejo.

2. EL REPARTO

La primera responsabilidad del director es elegir a los intérpretes y resolver a quién asignará cada personaje. Debe estudiar cuidadosamente el guión, conocer bien a su elenco y repartir los papeles de tal manera que las voces y los temperamentos de los actores puedan reflejar lo mejor posible las características de los distintos personajes.

Al mismo tiempo debe cuidar el contraste de voces, de modo tal que, en los diálogos, los personajes se distingan netamente unos de otros por su timbre de voz. Como en una ópera, procura repartir los registros: soprano, mezzo, contralto, tenor, barítono, bajo. Ello da color sonoro a la emisión.

Si en el guión aparecen viejos, hay que tener cuidado al repartirlos. La solución de actores y actrices jóvenes que se fingen viejos, hablando en falsete y cascando la voz, no resulta: se nota a la legua la simulación. Hay que procurar que en el elenco haya, si no viejos, al menos voces maduras.

Otra dificultad surge cuando el guión requiere niños. No es fácil conseguir niños que sean buenos actores y actúen con convicción y naturalidad. Muchas veces hay que recurrir a actrices que fingen voces infantiles. Algunas lo logran bastante bien; otras, en cambio, hacen unos niños insoportablemente convencionales y afectados, que inmediatamente se notan ficticios. Se debe, pues, poner especial atención en esos personajes infantiles. Lo ideal es que sean niños auténticos, aunque lleve tiempo descubrir pequeños actores y enseñarles a actuar.

Si el guión utiliza la técnica de narrador-personaje, hay que encontrar un actor o actriz sumamente dúctil, que pueda relatar y actuar; capaz de desdoblarse en ese doble plano, mediante continuos cambios en su modo de decir en uno y otro caso.

Para programas del género de reportajes, es esencial contar con narradores inteligentes y estudiosos, que sepan “meterse” en el asunto y darle sentido a lo que están leyendo, en un tono conversado, natural, sin empaque ni afectación. Narradores que convengan en su papel de periodistas informados e inquietos.

El narrador de un radiodrama debe ser expresivo, capaz de dar cierta emoción a su relato; pero, sin embargo, no serlo

tanto que resulte un actor más. El no está fuera de la acción, pero tampoco totalmente dentro de ella. Un buen narrador está a mitad de camino entre el locutor y el actor.

Doblaje de voces. Como norma general, en los radiodramas debe haber un actor para cada personaje. El procedimiento de asignar dos personajes a un mismo intérprete haciendo que cambie la voz, no es efectivo: una de las voces saldrá forzada e inconvincente y, aún así, se notará el artificio. El oyente reconocerá al mismo actor en su dos papeles y se perderá toda la naturalidad, se romperá todo el realismo de la pieza.

Sin embargo, a veces en un guión aparecen personajes episódicos, fugaces, que apenas dicen un bocadillo o unas pocas frases. Estos pueden ser cubiertos "doblados"- por un actor que hace otro papel. Si ambos personajes aparecen en escenas bastante distanciadas una de la otra, y además el actor contribuye con un cambio de voz, no hay peligro de que el oyente perciba el doblaje. Esto permite a veces economizar actores.

En relatos montados, como ya se ha visto en el capítulo 13, el recurso del doblaje puede utilizarse sin dificultad, ya que aquí los actores no están interpretando caracteres dramáticos, sino dando lectura expresiva a citas de distintos personajes históricos.

Voces de apoyo. Si en el guión hay escenas de multitud o de conjunto, no hay que confiar en resolverlas con discos de sonido. Estos dan un fondo duro, convencional, mecánico. A lo sumo, con discos se podrá reforzar la escena y dar la sensación de muchedumbre; pero nunca montarla solo con ellos. Si esa multitud no está simplemente como fondo sonoro, sino que actúa -grita, reacciona, aclama, expresa protesta, temor, desconcierto, etc.,- ningún disco servirá: habrá que componer la escena en el estudio.

Cuando se dispone de muchos actores porque el reparto de personajes es numeroso y en esa escena hay bastantes que no intervienen, ellos podrán cubrir esas situaciones de conjunto. Pero si el plantel es reducido o si los actores en ese momento están actuando en sus personajes respectivos, en el reparto hay que prever extras como en el cine; dos, tres o cuatro voces de apoyo. Sumados a los actores disponibles y eventualmente reforzados con un disco de fondo, estos extras darán las reacciones de la multitud.

Distribución de los libretos.

Inmediatamente de hecho el reparto, se distribuye a los actores seleccionados copias del guión para que lo lean y lo estudien.

En radio existe una práctica aberrante, pero muy generalizada: los actores son citados a la grabación y solo en el momento de llegar al estudio se les entrega el libreto y se enteran del personaje que les toca hacer.

Esto es totalmente inconveniente. Supone que el actor es un robot que, en el momento, sin previo estudio ni preparación, sin conocer anticipadamente el guión, puede interpretar su papel. En esas condiciones, el actor solo puede improvisar una interpretación rutinaria, mecánica, convencional, hecha meramente a base de oficio. Implica incluso una falta de respeto al intérprete, a su dignidad de actor; lo convierte en un títere, en una máquina de leer y actuar.

El libreto debe entregarse a cada locutor o actor con anticipación, para que lo lea, lo marque, lo estudie, lo ensaye a solas. Todos deben llegar al estudio conociendo el guión: no solo su propia parte, sino la totalidad, para saber cómo es la emisión en su conjunto y cómo su papel se integra en ella.

3. LA MUSICALIZACIÓN

El armado musical de un programa es de capital importancia. Como ya hemos visto, la música cumple una función muy significativa en la emisión, le imprime clima y carácter. Comenta, habla, sugiere, describe, suscita imágenes auditivas. Si el director no se encarga directamente de la selección musical, debe al menos intervenir activamente en ella. La elección de las inserciones musicales no debe quedar librada solo al criterio del técnico. Hay que orientarlo, guiarlo, supervisar su trabajo.

Con bastante anticipación, el director, habiendo ya estudiado el guión y sus requerimientos en materia musical, debe reunirse con el musicalizador y comentar el libreto con él; indicarle el carácter de cada una de las cortinas y fondos musicales que se va a necesitar, la función expresiva que deben llenar, el estilo de música que más se adapta a la obra. Luego, cuando el musicalizador tiene hecha su selección, se realiza una nueva reunión para escuchar la música escogida. Si le parece acertada, el director la aprueba; si la encuentra inadecuada, la rechaza; si en general está bien pero hay algunas cortinas que no le convencen, el director pide a su colaborador que busque y proponga otras soluciones para esos pasajes.

Este proceso implica que la musicalización debe prepararse con bastante antelación, para que haya tiempo de rehacerla si en una primera instancia no ha sido bien lograda. Si se deja para último momento, ya sobre la hora de grabar, habrá que aceptar cualquier música, por incolora o inadecuada que sea.

Hacer un buen armado musical lleva horas. El musicalizador, tras estudiar bien el guión, se encierra en la discoteca y tiene que escuchar muchos discos¹ hasta encontrar uno o dos que le parezcan adecuados para musicalizar ese guión determinado; y luego, dentro de los discos apartados,

hallar los pasajes, las frases musicales más indicadas para cada momento de la acción².

Determinar la función de cada cortina. Hay que empezar por precisar y decirle al musicalizador qué nos proponemos con cada cortina: bien comentar y subrayar la escena que finaliza, bien preparar el clima de la escena siguiente. Generalmente, lo primero; en otros casos, lo segundo. Pero tenemos que tenerlo claro.

A veces, tenemos un propósito más ambicioso: las dos cosas. Comentar la situación precedente y, a la vez, introducir la que viene, estableciendo el contraste entre ambas. En ocasiones, tenemos la suerte de encontrar un pasaje de música que da sucesivamente los dos climas. El autor pasa de un tema a otro, hay como una transición musical: de unos compases agitados y tempestuosos a otros plácidos y serenos; de unos tristes y sombríos a otros esperanzados y luminosos. Pero hallar estas transiciones no es frecuente. Entonces, apelamos a la sucesión de dos frases musicales independien-

-
1. *Empleo de discos para musicalización de programas: conviene advertir que la ley de propiedad artística y los convenios internacionales en la materia prohíben el empleo de música editada en discos sin autorización expresa. En Estados Unidos y Europa, donde los controles son muy estrictos y la ley se aplica rigurosamente, no se puede utilizar trozos musicales de discos en programas de radio hablados sin pagar los correspondientes derechos de autor, intérprete y/o editor; de ahí que las grandes emisoras prefieran hacer componer y grabar música especialmente para sus programas, como se hace en el cine.*

En América Latina, en cambio -como en todo el Tercer Mundo- esta "piratería" está universalizada y es tolerada. No obstante, conviene asegurarse de los recaudos que eventualmente deben llenarse en cada país para que esta práctica no acarree sanciones legales.

2. *Para marcar los distintos trozos seleccionados sin dañar el disco, existen en el mercado lápices blandos de base aceitosa (de color blanco o amarillo) que no rayan los surcos. Por ejemplo, los lápices que utilizan los médicos cirujanos para marcar la piel y que pueden obtenerse en droguerías. Para hacer las marcas, con el disco girando en el plato, se apoya suavemente el lápiz -de punta bien afilada- sobre el surco que se desea marcar y se lo mantiene así por un momento hasta que quede trazado un círculo en el sitio deseado.*

tes. Pero es preciso que ambos tengan la misma tonalidad, para que no se produzca una disonancia que resultaría cacofónica.

La selección musical: lo que debemos evitar

¿De dónde tomar la música para nuestros programas? Procedamos por descarte, indicando primero la música que no debemos utilizar.

1. Melodías muy conocidas, sobre todo si están de moda en ese momento: los oyentes se distraen al reconocerla y su atención se desvía del programa. Aunque un tema de película pueda ser muy adecuado para la cortina que estamos buscando, si es muy difundido y más aún si está en auge, no debemos recurrir a él: el oyente lo asociará con la película, no con nuestra historia. Se producirá un ruido en la recepción. (Excepción: si el guión ha querido, por algún motivo expreso, aludir precisamente a ese tema de moda).

2. Música cantada. Ella también genera interferencia, porque atrae la atención del oyente sobre la letra de la canción. (Excepción: cuando esa canción es utilizada deliberadamente como recurso expresivo, porque existe un paralelismo muy pronunciado entre lo que su letra dice y la situación planteada en el guión. En ese caso, el libreto suele indicar expresamente las estrofas que se deben ir intercalando, comentando el texto hablado. En un reportaje, breves pasajes cantados pueden resultar un comentario -ya irónico, ya afirmativo- muy sugestivo).

3. Músicaailable, rítmica, de ritmo marcado. Aunque sea instrumental y no cantada y aun cuando tenga mucho sabor autóctono (huainos, carnavalitos, joropos, rancheras, etc.), la música rítmica no crea clima, atmósfera; se nota que es parte de una pieza para bailar; lleva más a seguir el compás que a sentirla como comentario. No se integra a la acción del

libreto, sino que rompe la atmósfera y distrae. Obviamente, la utilizaremos como fondo ambiental para una escena de baile; pero para cortinas, necesitamos música escrita y tocada para escuchar, no para bailar.

4. La llamada “música melódica” de las orquestas modernas (Melachrino, Mantovani, Franck Pourcel, Percy Faith, Ray Coniff, etc.); asimismo, los arreglos baratos de la llamada light classic music (música clásica ligera): Waldo de los Ríos, André Kostelanetz; los arreglos comerciales grabados en órgano electrónico; los efectos almibarados y cursis a los que son tan afectas las producciones Disney: coros celestiales, “gloriosas” apoteosis de violines. Desgraciadamente, toda esta música kitsch ³, sentimentaloides y empalagosa, es la que más se usa para cortinas musicales, porque es la más fácil de conseguir y porque la mayor parte de los encargados de elegir música no tiene educado el gusto ni la imaginación. Pero debemos erradicarla totalmente de nuestros programas. Máximo si pretendemos hacer programas con sentido cultural nacional. (Excepción: a veces utilizamos deliberadamente esa música para describir un ambiente “elegante”, sofisticado, falso).

5. La música sinfónica del siglo XIX. Utilizadas en cortinas, esas grandes masas sinfónicas -aun cuando se trate de autores geniales, como Beethoven- darán una sensación de grandiosidad y exaltación dramática que rara vez estará de acuerdo con el carácter más bien íntimo, sencillo, sobrio, que queremos imprimir a nuestras emisiones. Particularmente, hay sinfonías como la Quinta y la Sexta de Chaikovski o la del Nuevo Mundo de Dvorák, trillados “caballitos de batalla” de los musicalizadores rutinarios, que debieran tener la entrada prohibida en cortinas musicales.

3. *Para un análisis de lo que es el kitsch y por qué debemos evitarlo, cfr. UMBERTO ECO: Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas, capítulo “Estructura del mal gusto”, pgs. 79 y ss. Editorial Lumen, Barcelona 1968.*

6. Todo disco que tenga ruido a aguja (= púa). Toda la atmósfera que una cortina musical puede dar, se echa a perder si el disco está gastado y sale con ruido. Incluso echa a perder la escena que se quiso adornar con ella; produce un anticlimax, saca totalmente de situación al oyente. Por adecuada que sea una música para culminar una escena, prescinda de ella si el disco está gastado. Hay que tener especial cuidado con los discos de solistas, particularmente en los tiempos adagio y andante: en registros de un solo instrumento ejecutando un pasaje suave, es donde el ruido se hace más notorio.

Fuentes de música

En cambio, podemos obtener buenas cortinas musicales de:

1. Música instrumental de cámara: pequeñas orquestas de cuerdas, cuartetos, instrumentos solistas (guitarra, flauta, violoncelo). Dicen más y son más íntimas.

2. Música de concierto de autores del siglo XX: Prokofiev, Stravinsky, Bela Bartok, Manuel de Falla, Joaquín Rodrigo, Holst, Britten, Honegger, etc. Especialmente los latinoamericanos (cfr. infra).

3. Bandas sonoras de películas grabadas en disco. La música escrita para cine resulta muy plástica para nuestro fin, porque es música incidental, descriptiva, escrita para comentar situaciones, ambientar, crear atmósfera. La hay mala -ramplona grandilocuente- pero la hay también muy buena e inspirada. Es cuestión de saber buscar (evitando, claro está, los temas de películas que están de moda, por las razones ya explicadas).

4. Música popular de nuestro propio país o de nuestra región geográfica. Constituyen el principal venero. El problema reside en que, generalmente, las versiones disponibles son bailables, rítmicas, no elaboradas. Sin embargo, buscando, es

posible contar estilizaciones. Algunos compositores (Revueletas y Chávez en México, Villa-Lobos en Brasil, Ginastera en Argentina, Fabini en Uruguay, etc.) crean, inspirándose en el folklore nativo, obras de más vuelo. Y también algunos artistas populares son más creativos, hacen versiones más musicales, más trabajadas. A veces son cantadas, pero en la introducción o en los intermedios encontramos breves fragmentos instrumentales, a modo de variaciones, de remarcable expresividad y belleza.

5. La música popular en general aunque no sea la de nuestro propio país, ofrece al menos temas más sencillos y conectados con el pueblo; utiliza instrumentos (guitarra, mandolina, armónica, acordeón o piano, cítara) más apropiados para el carácter de nuestro programa. Pero siempre que se trate de versiones no bailables, no rítmicas, sino ejecutadas para ser escuchadas.

Unidad musical

Un requisito básico del buen armado musical es la unidad. Hay que evitar que la emisión se convierta en un mosaico de temas musicales incoherentes. Con razón observa Daniels: “El día del programa, el novel entra en la cabina con un montón de discos. El experto, con uno o dos”.

En lo posible, toda la música de la emisión se debe tomar de una misma obra musical. El musicalizador no debe comenzar, pues, entresacando cortinas de muchas obras diferentes, sino buscando la obra o la pieza en la que se basará para todo su armado musical. Empieza oyendo la obra completa -sea ella un concierto, una suite, la banda de una película, una serie de temas populares- y, si la encuentra apropiada para el guión, constata si se trata de una obra plástica, variada, que ofrece diferentes colores y climas; si es posible dividirla en varios fragmentos que se adecuen bien a la atmósfera peculiar de las distintas escenas o partes de la emisión. Luego, asigna a cada

escena el fragmento que mejor se adecue. No temiendo, incluso, repetir algún fragmento, si éste es el más adecuado, en más de una cortina.

Muchas veces, en una obra, un mismo tema la desarrolla el autor en diversas variaciones: unas más lentas, otras más rápidas; unas tristes, otras alegres. Estas son las obras más adecuadas para musicalizaciones radiofónicas. Si usted observa cómo están hechos los buenos fondos musicales de películas, verá que hay un leit-motiv, un único tema musical que vuelve una y otra vez a lo largo del filme, pero en distintas variaciones. Este armado a base de un leit-motiv es muy indicado en radio.

Si se desea que un tema musical identifique a un determinado personaje -o a una familia, o a una aldea-, es importante encontrar una obra de este tipo, variada. Así, el tema identificador será siempre reconocido por el oyente; pero, en sus sucesivas reiteraciones, aparecerá cada vez en diferentes instrumentos y con diferente clima expresivo.

Si no se encuentra una obra tan plástica que se adapte a todas las situaciones del guión, recurra a dos obras, pero que sean del mismo compositor. O que sean del mismo estilo y la misma época; que estén grabadas con los mismos instrumentos; o que provengan de la misma región; que correspondan en fin, por así decirlo, a un mismo "código sonoro". Esta unidad musical ayuda al oyente a concentrarse y le permite seguir mejor la emisión.

Solo se justifica utilizar músicas que difieran totalmente, cuando el propio guión lo está pidiendo. Por ejemplo, si aparecen en contrapunto unas escenas ubicadas en el pasado y otras en el presente, tiene sentido utilizar dos tipos de música, una antigua y otra contemporánea. Si el texto describe la historia de un hombre muy atormentado, utilizaremos tal vez para toda la emisión una música nerviosa, agitada,

turbulenta -acaso música concreta, electrónica-. Pero si en la última escena el personaje finalmente encuentra la paz y la esperanza, cabe cambiar súbitamente la atmósfera y entrar al final con un adagio de Bach.

Si hay, pues, un contraste muy marcado entre las escenas de una pieza, utilice a lo sumo dos obras de diferente carácter; pero nunca un montón de música, nunca un muestrario. No mezcle música de concierto y música popular; ni haga una ensalada de Brahms, Stravinsky y Vivaldi.

Los fondos musicales

Así como para cortinas buscamos frases musicales completas, de melodía definida, la música para fondos debe ser llana, sin fortissimi, pareja, lineal. Más que una melodía marcada, que distraería al oyente y lo llevaría a seguir con más atención la música de fondo que el texto, debe ser un suave comentario que fluya horizontalmente: un adagio, un andante. Más que orquestas, utilice solos instrumentales (un cello, un oboe, etc.). Conviene evitar sin embargo los instrumentos de registro muy agudo.

Es necesario calcular lo que dura la escena o parlamento que se desea “fondear” y encontrar un fondo de duración suficiente, pues todo el efecto se perdería si el fondo se corta abruptamente antes de tiempo o si súbitamente irrumpe otro tema musical diferente. Si no se encuentra uno de duración adecuada, se lo puede duplicar: grabarlo en una cinta dos veces seguidas (en ese caso, hay que cuidar que la unión no se note: para ello, atenuar el volumen en el momento en que el pasaje termina y recomienza).

Más difícil es encontrar un fondo que culmine y pueda subir como cortina. Se requiere que dure lo necesario y que justo en el momento indicado por el guión haya una culminación, un remate melódico. El efecto queda espléndido; pero no

es fácil hallar una música del carácter deseado y que además responda a este requerimiento. En ese caso, hay que optar por desvanecer muy lentamente el fondo hacia el final de la escena y luego poner como cortina un trozo diferente de la misma obra.

¿Podemos tener nuestra propia música?

Seguramente el lector ya lo habrá pensado mientras señalábamos las dificultades que supone hallar en discos los trozos para musicalizar un programa: lo ideal sería tener nuestra propia música, compuesta y grabada expresamente para los requerimientos del libreto, como se hace en el cine. Desgraciadamente, para los presupuestos de una producción de radio, el costo de una musicalización propia es absolutamente prohibitivo.

Sin embargo, si bien no es posible disponer de música escrita expresamente, lograr algo que se aproxime, sin ser fácil, no es tampoco un sueño imposible.

Tal vez en la radio haya un guitarrista inspirado y creativo, que tenga gusto, imaginación, ductilidad; o tal vez entre sus amigos hay alguno que toque muy bien el acordeón a piano o la armónica. Invite al estudio a este ejecutante, enciérrese un par de horas con él y ensaye: vea si es posible que él grabe las cortinas y los fondos para su emisión. Lean juntos el guión y busquen soluciones musicales apropiadas para las distintas situaciones. Naturalmente, no se pretende que el músico componga temas originales, pero sí que cree, sobre un tema popular, distintas estilizaciones, diferentes variaciones, unas brillantes y alegres, otras tristes y melancólicas. Siempre resultará algo mucho más adecuado al carácter de las distintas escenas, que lo que puede conseguirse con discos. Como será música ejecutada especialmente, se lograrán cortinas precisas, frases musicales completas, redondas, que tengan cada una su final y su culminación -cosa casi imposible de encontrar en discos-. Y el sonido saldrá siempre más vivo, más

cálido, con más presencia que el del disco: un sonido mucho más integrado a la emisión⁴.

Otra posibilidad es la de ir enriqueciendo poco a poco su archivo musical con temas “exclusivos” para utilizarlos en el momento adecuado. Ya prescindiendo de un guión determinado, organice sesiones de grabación con uno u otro de estos músicos y pídale que le grabe frases musicales de distinto carácter. Incluso una serie de variaciones sobre un mismo tema popular. En una sesión de dos o tres horas podrá así obtener, junto a algunos temas anodinos y poco utilizables, muchos buenos e interesantes; e ir formando una colección de música propia. Clasifíquela y utilícela.

Compaginación

Así como se editan las entrevistas, también la música escogida para una emisión, es editada. Una vez hecha la selección musical, el técnico compagina los diferentes fragmentos de discos que va a utilizar, en un único rollo de cinta. Así, con todas las cortinas y fondos pregrabados y ordenados en un solo carrete, evita el tener que estar durante la grabación buscando y poniendo los diferentes trozos de discos, lo cual resulta engorroso y obliga muchas veces a detener la realización hasta encontrar exactamente el pasaje musical seleccionado. Evita asimismo el excesivo desgaste de los discos.

A este carrete en donde se compagina el material musical, se le llama, en la jerga profesional, la torta. Veamos brevemente las normas para prepararlo:

4. *En la serie Jurado N°. 13 apelamos algunas veces a este procedimiento de grabar música expresamente para el programa. Conviene escuchar las cortinas y fondos con música de armonía en "Proceso a los muchachos de la esquina" (capítulos 43 al 45) y también el empleo de un acordeón a piano en "Proceso a un triunfador" (capítulos 49 al 51). Ello da una pauta del empleo de música ad-hoc en un programa de radio.*

1. Todos los pasajes musicales deben ser grabados en el orden en que figuran en el guión. De ese modo, no hay más que ir avanzando la torta para ir encontrando las distintas cortinas.

2. Aunque una misma cortina figure repetida varias veces a lo largo de la emisión, se la graba en los lugares respectivos tantas veces cuantas vayan a ser empleadas. Así, nunca hay necesidad de retroceder la cinta.

3. Tanto las cortinas como los fondos, se graban a alto volumen. Después, en la producción, se regulará la intensidad. Se procede así porque, al grabar la emisión, siempre se podrá bajar el volumen tanto como se quiera sin perder calidad; mientras que, si la torta ha sido grabada a un volumen demasiado bajo y en el momento de la producción deseamos aumentarlo, ahí sí tendremos una sensible pérdida de calidad. Como dice el adagio, “más vale que sobre y no que falte”.

4. De cada cortina o fondo, siempre se graban unos compases o unos segundos más que los que nos proponemos realmente utilizar. En la jerga se llama a esto “dejar paño”, “tener paño”. Aquí también se aplica el refrán. Esos pequeños sobrantes o “colitas” no molestan; luego, en la producción, la música se va bajando, desvaneciendo, en el compás indicado. Pero, en cambio, podemos tener un serio trastorno si, por cualquier pequeño error de operación, nos quedamos cortos; si nos quedamos sin paño, sin música, antes de tiempo.

5. Aunque, normalmente, la grabación de programas hablados se hace con el grabador en la velocidad de 7 1/2 (esto es, 7 1/2 pulgadas por segundo), que asegura una calidad de sonido suficiente para registros de este tipo, se aconseja en cambio grabar la torta a velocidad 15. En efecto, a mayor velocidad se logra una mejor calidad de sonido y una mayor riqueza de agudos (más brillo). Y como la música contenida en

la torta va a tener que ser luego nuevamente transcrita a la grabación definitiva y toda retranscripción implica siempre una cierta pérdida de calidad, es preciso que la torta sea capaz de absorber esa pérdida. Si se la graba a la velocidad corriente de 7 1/2, la disminución de agudos producida en el paso del disco a la torta y de ésta a la grabación final, será más pronunciada, y en la producción la música podrá salir un tanto opaca, apagada, falta de brillantez y de contraste.

6. Algunos técnicos incluyen también en la torta los efectos de sonido que se han de necesitar. Los que en todo caso conviene incluir, ya preparados, son los montajes requeridos: las mezclas de música y sonido, las mezclas de dos músicas diferentes, etc. Tenerlos ya preparados y pregrabados, hace ganar mucho tiempo en el momento de la producción; y asegura que saldrán con total precisión y limpieza, cosa muy difícil de lograr cuando hay que hacerlos sobre la marcha.

7. En los programas de reportajes, se incluyen también en la torta, además de las cortinas musicales y los efectos de sonido que puedan requerirse, las distintas entrevistas editadas. De ese modo, en un solo rollo de cinta, el operador tiene todo el material que insertará durante la producción. O bien prepara dos tortas: una con las entrevistas y otra con la música y los sonidos, y las va insertando alternadamente, de acuerdo con las indicaciones del guión. Pero, obviamente, para poder trabajar con dos tortas simultáneas, es necesario contar con dos grabadores como fuentes suministradoras de sonido (además del grabador donde se registra la emisión).

8. Es imprescindible que cada cortina o efecto incluido en la torta pueda ser identificado fácilmente, de modo que no haya peligro de errores o confusiones en el momento de operar la cinta. Para poder localizar dentro de la torta cualquier cortina y saber a qué momento del guión corresponde cada una, hay dos soluciones:

a) Algunos técnicos graban en la torta con su propia voz, delante de cada cortina, el número de línea del guión al que corresponde dicha cortina. Anuncian: “cortina línea 18” o “fondo línea 320”. Es el sistema que nosotros recomendamos. Cada entrada musical queda claramente identificada en la misma cinta.

b) Otros se guían por el contador de vueltas del grabador: comienzan la grabación de la torta poniendo el cuenta vueltas en cero y, al grabar cada cortina o fondo, anotan en su libreto el número de vuelta que registra el contador en ese momento. De ese modo, el día de la producción, pueden encontrar cualquier cortina fácilmente.

Generalmente, en la torta no se puede incluir todo el material musical que se va a utilizar: si una cortina va en el guión demasiado cerca de la precedente, a veces no hay tiempo de avanzar la cinta y localizarla. En ese caso, habrá alguna cortina que tendrá que ser puesta directamente del disco. Pero se pone, al menos, casi todo y se simplifica y facilita al máximo la operación en el momento de la producción.

La apertura y el cierre del programa

Antes de iniciarse un programa (recuérdese que entendemos por programa una serie de emisiones), se procede a grabar la apertura y el cierre del mismo; es decir, la presentación permanente que irá al comienzo de todas las emisiones (característica musical, locución de anuncio) y la despedida, también permanente, que las cerrará.

La apertura y el cierre no se hacen, pues, en cada emisión, sino que se graban previamente una única vez y se incorporan, ya grabadas, a cada una de las emisiones. Son fijas, siempre iguales.

Ello permite grabarlas con especial cuidado; dedicar una

hora o más para lograr un perfecto armado musical y una locución impecable. Se hacen varias tomas -es decir, se repite la apertura varias veces- y luego se escoge la toma que salió mejor. El técnico pasa la toma definitiva a una cinta que conserva cuidadosamente en su archivo y que queda para utilizarla en todas las emisiones.

No es necesario decir que la música de apertura deba ser objeto de una muy cuidadosa elección: es como la carátula del programa y contribuirá mucho a definir la personalidad del mismo. El texto de la presentación debe ser también muy bien pensado, original, expresivo.

Para simplificar su trabajo, el técnico transcribe en la torta que prepara para cada emisión, al comienzo de la misma, la apertura y al final el cierre. Así evita cambios de cintas.

4. LA SONORIZACIÓN

Los sonidos requeridos por los programas de radio, se obtienen, bien de discos especiales de efectos sonoros, bien "en vivo", produciéndolos en el estudio.

Los discos de sonido

Para producir sonidos tales como la marcha de un tren o un automóvil, el despegue de un avión, un bombardeo aéreo, el ladrido de un perro, etc., recurrimos a los discos. Todo centro de producción de programas de radio necesita una buena elección de discos de efectos sonoros. ¿Cómo crear en el estudio el rugido de un león en el circo, o la sirena de un transatlántico, o el tableteo de una ametralladora, o los truenos y el viento huracanado de una tempestad, o el repicar de las campanas de una catedral? Los discos no permiten crear cualquier escenario sonoro.

Por paradójico que parezca, algunos sonidos naturales, al ser grabados, no suenan nada “reales”: el micrófono los amplifica y los deforma hasta hacerlos irreconocibles. O se hace imposible aislar un sonido (el paso de un carricoche en la calle, el zumbido de una avispa) de todos los demás ruidos ambientales. Las compañías que producen discos de efectos sonoros tienen verdaderos laboratorios, donde los ruidos son tratados acústicamente para que suenen naturales e incluso algunos son trucados, fabricados artificialmente por avezados ingenieros especialistas.

La formación de la “sonoteca”. ¿Cómo y dónde conseguir estos discos? En casi todos los comercios del ramo hay en venta discos destinados a la sonorización de películas amateur. Incluyen pocos sonidos -solo aquellos que se presume pueden necesitar los aficionados- para las vistas turísticas o domésticas que filman más corrientemente. Además son muy cortos: cada sonido dura por lo general un minuto o menos, porque las tomas que filman los amateurs suelen ser también breves.

Por otro lado, existen colecciones profesionales muy completas: la BBC de Londres, por ejemplo, vende una que comprende infinidad de sonidos y en la que cada efecto dura varios minutos. Pero el alto precio de estas colecciones lo pone fuera del alcance de centros de producción modestos y pequeños.

Hay una solución intermedia, semiprofesional y de precio bastante módico, como la pequeña selección (8 discos) de la BBC, la colección francesa Audio Cámara editada por el sello Vega (7 discos), la americana Audio-Fidelity, la holandesa HMV Boven, etc. Adquiriendo varias de estas colecciones y complementándolas, -lo que no trae una puede traerlo otra- se puede formar una “sonoteca” bastante completa. Luego, es necesario clasificarlas y catalogarlas, para saber dónde tenemos cada sonido que precisamos, en qué disco podemos encontrarlo. Numerar cada disco y hacerse un catálogo o fichero en

el que cada sonido esté inventariado, con la indicación del disco, cara y surco en que se encuentra.

Los discos de efectos presentan un problema: con el uso se van gastando y adquieren el nefasto ruido a púa (=a aguja) que les quita toda naturalidad. Para prolongar su duración, se aconseja no usarlos directamente, sino tenerlos como matriz y transcribir cada sonido en cinta cada vez que se lo necesita. De ese modo, en los sucesivos ensayos y en la grabación, se los puede repetir cuantas veces sean necesarias sin que el disco original sufra desgaste. Los sonidos copiados pueden incluirse, por su orden, en la misma torta en que se ha editado la música; o bien, si podemos disponer a la hora de la grabación con más de una máquina grabadora como fuente de sonido, se puede hacer con ellos una segunda torta aparte.

A menudo, cuando se trata de establecer un fondo sonoro ambiental para toda una escena, el efecto sonoro grabado en disco resulta demasiado corto; no llega a cubrir toda la escena. La solución consiste en duplicarlo; es decir, al grabarlo previamente, repetirlo varias veces en la cinta hasta lograr la duración requerida. Hay que tener la precaución de fundir o mezclar el final de cada repetición con el comienzo de la siguiente, para que no se note el silencio entre una y otra y se logre un sonido continuo, sin “baches” o interrupciones.

Una solución aún mejor es disponer de una cartuchera (cfr. capítulo anterior) y reproducir los fondos sonoros a partir de un cartucho o cajetín sin-fin, de sonido constante.

Un consejo al director: no se conforme con que el técnico le diga que en la radio hay sonido de automóvil o de tren o de avión. Antes del día de la producción verifique que realmente sea el sonido que el guión necesita. Un auto antiguo no suena igual que otro actual, ni un tren de carga con locomotora a vapor como otro Diesel de pasajeros, ni un jeet igual que un DC-4. Si el guión habla de un jeep, el sonido de un automóvil

corriente no servirá. Por otra parte, si la escena se desarrolla dentro del vehículo (tren, automóvil o avión), tenga presente que el sonido que se escucha en el interior del mismo es totalmente diferente al que produce la marcha del vehículo oída desde el exterior. El oyente percibe todas esas incongruencias.

Los sonidos de estudio

Así como hay sonidos que siempre son tomados de discos, hay otros, tales como los pasos y el abrir y cerrar de puertas, que siempre se producen en el estudio. A este fin, todo estudio de producción de radio está equipado con la necesaria utilería sonora:

- Un rectángulo de madera para producir pasos en habitaciones (como el piso del estudio es silencioso, los pasos en él no suenan).
- Otro rectángulo de baldosas para los pasos en ambientes exteriores (calle, patio, suelos de piedra). Las baldosas van montadas sobre un bastidor de madera.
- Una caja rectangular de madera llena de cantos rodados o grava, para ruido de pasos sobre pedregullo. Por lo general esta caja va montada sobre ruedas para poder desplazarla dentro del estudio.
- Una puerta de utilería para el sonido de abrir y cerrar puertas; es una pequeña puerta portátil, practicable, de aproximadamente 1,20 m. de alto, que tiene detrás un fondo fijo de madera, a modo de caja de resonancia, para que los portazos suenen. La puerta tiene, por supuesto, su pestillo, su cerrojo, su tranca, su pasador de cadena, etc. Se le puede adosar un llamador de golpear, un juego de campanillas como los que hay en las puertas de algunos antiguos comercios, etc. En el

lado opuesto, se puede construir también una ventana de guillotina para sonidos de abrir y cerrar ventana. Sobre el montante, se puede colocar un riel de madera con argollas para correrlas y dar así la impresión de cortinado que se abre y cierra. El mueble tiene una base montada sobre ruedas para llevarlo al sitio del estudio donde más convenga y arrinconarlo donde no moleste cuando no se lo utiliza.

- La portezuela metálica de un automóvil, adosada a la pared del estudio y, por su puesto, practicable, de modo que se pueda abrir y cerrar. No es tan frecuente tener este accesorio; pero es muy útil, porque es un sonido que se necesita a menudo y, aunque existe efecto de puerta de auto grabado en discos, no se logra sincronizarlo bien.

- Una pequeña cajonera, para dar sonido de abrir y cerrar el cajón de un armario.

- Un teléfono completo. Con él se dan los distintos efectos: levantar el auricular, discar el número, agitar la horquilla, colgar el auricular al final de una conversación. No necesita campanilla, ya que el sonido correspondiente se puede dar con la chicharra instalada en el estudio y que opera el técnico desde la consola.

- Una campanilla eléctrica, alimentada a pilas, para el sonido de timbre de puerta. Va montada sobre un cuadrado de madera.

- Una llave de interruptor eléctrico (sonido al encender o apagar la luz o un aparato eléctrico).

- Vajilla: vasos, platos, tazas, cubiertos, botellas, jarras, para escenas en donde personajes comen, beben, se sirven bebidas.

- Cacerolas para escenas ubicadas en la cocina.

¿En vivo o con discos?

Siempre que sea posible lograr un sonido “en vivo” de manera satisfactoria, es preferible producirlo en el estudio en lugar de usar discos. Sale más natural, más vivo, con más presencia, se integra mejor en la acción y, sobre todo, se sincroniza mejor con ella.

Igual que los pasos y las puertas, hay sonidos que necesariamente se deben hacer en vivo, porque solo así pueden sincronizarse con el diálogo. Si necesitamos poner un ruido continuo de máquinas de escribir como fondo ambiental de una escena que transcurre en una oficina, podemos recurrir al disco; pero si esa máquina debe oírse en primer plano y además detenerse (por ejemplo porque el que escribe deja de hacerlo por un momento para decir algo) y luego reanudar la escritura; o si el personaje escribe a máquina a medida que otro le dicta, no hay otra forma, para acompasar el sonido a la acción, que traer una máquina real al estudio y hacer que alguien habituado a la mecanografía (para que las teclas no se le traben) simule escribir en ella.

Lo mismo se aplica a los instrumentos musicales (un piano, una guitarra, etc.). Si la escena se ubica en un concierto o en un salón de baile, cualquier disco de música puede suministrar el fondo requerido; pero si se trata de un pianista ensayando, estudiando o componiendo, o de alguien que, tocando, se interrumpe brusca y nerviosamente, esto solo es posible hacerlo con un pianista real en el estudio.

La limitación de los discos es que dan un sonido mecánico rígido, sin estas variaciones que solo es posible producir ex profeso.

Para tener risas o aplausos o gritos de una gran cantidad de público en un teatro o en un estadio hay que valerse de los discos. Pero haga que al mismo tiempo en el estudio los

actores también aplaudan, ríen o griten y mezcle el disco con el sonido en vivo, para imprimir al efecto una sonoridad más viva y natural.

Sonidos trucados en estudio

Hasta aquí nos hemos referido a sonidos reales que producimos en el estudio. Pero también es posible en la sala trucar efectos. Hay algunos sonidos que actualmente se hacen con discos, pero que en los años jóvenes de la radio, cuando no se disponía de amplias colecciones grabadas, se simulaban artesanalmente en el estudio. Y hoy los directores comienzan a darse cuenta de que, en realidad, a veces se lograba así mayor realismo.

Por ejemplo, si el guión indica un galope lejano, sin duda podemos hacerlo con un disco de galope; pero si la acción pide que se oiga partir al jinete, tomar velocidad, alejarse hasta perderse y luego el momento en que éste llega a primer plano y el caballo es sofrenado y se va deteniendo de a poco, no hay disco que nos permita dar esa partida y menos esa llegada. El recurso de ir frenando gradualmente el disco con la mano, puede servir para el caso de un automóvil que se detiene, pero no para el galope de un caballo.

He aquí algunos sonidos que pueden ser trucados en el estudio y cómo se los produce:

- Galope de caballo. El sonidista se golpea alternadamente, con las dos palmas abiertas, sobre el pecho.

- Marcha de un carruaje ligero (sulky, calesín, charrete, etc.) Se golpean dos mitades de cocos vaciados, una contra la otra. Suena como trote de caballo de paseo. Se lo puede acompañar con cascabeles sostenidos entre los dedos.

- Campana de una pequeña iglesia rural. Se cuelga un

caño de hierro, de unos 6 cm. de diámetro que se hace sonar con un trozo de metal.

- Hombre o mujer nadando. Se llena un balde de agua y se golpea el agua con la mano.

- Chapoteo al caminar por un charco. Igual que el efecto anterior.

- Pasos sobre hojarasca (bosque, etc.). Golpear suavemente una bola de cinta magnetofónica usada, o de papel celofán, sostenida con la otra mano.

- Crepitar de llamas de un incendio. Apretar con más fuerza con ambas manos esa misma bola.

- Píos de pájaros. Frotar un corcho sobre la superficie de una botella con agua.

- Disparo de pistola.- Si queremos utilizar una pistola real con explosivo de utilería, el ruido resultante no sonará como un disparo. Sale mucho más “real” hacer chasquear secamente una regla sobre una tabla de madera; o hacer estallar una bolsa de papel inflada.

- Pasos de batallón en marcha. Se utiliza un accesorio que consta de unos doce cubos huecos de madera, de unos 15 cm. de lado, agujereados por el centro y unidos entre sí por un cordel que pasa por los agujeros. Los cubos, en hileras de a tres, van atados a un bastidor de madera. Tomando el bastidor con ambas manos y haciendo que los cubos golpeen todos a la vez sobre “piso” de baldosa o de grava, se logra estupendamente el efecto de soldados que marchan al unísono. Y se dispone de un batallón dócil, que marcha al paso que deseamos y que podrá hacer alto y reanudar la marcha cuantas veces el guión lo indique.

Ambientes. Playbacks

Los fondos de ambientes humanos (gente en un bar, murmullos en una reunión, un teatro, una asamblea, etc.) casi nunca se pueden lograr con un disco: suenan muy artificiales y convencionales y, aunque parezca curioso, aun en ese murmullo informe se nota que están hablando en inglés o en alemán. Es mejor producirlos nosotros mismos en el estudio; pero hay que prepararlos previamente y pregrabarlos, es decir, hacer lo que se llama un playback. Esto en primer lugar porque si la mayoría de los actores está actuando e interviniendo en el diálogo, no puede al mismo tiempo hacer los murmullos de fondo. Pero, aunque tengamos suficientes actores libres, si los murmullos se producen simultáneamente con el diálogo, no se puede regular su volumen relativo, ya que todo sale por los mismos micrófonos. Si los que hablan al fondo lo hacen demasiado fuerte, tapan el diálogo; si se alejan demasiado o se limitan a emitir un sonido gutural en sordina para no interferir, el ambiente sale débil e inconvincente, falta de naturalidad.

Lo mejor es, pues, pregrabar el fondo de ambiente deseado antes de iniciar la grabación. Así todos los actores pueden participar y hablar normalmente, con volumen natural de voz. Luego, ya en la grabación, el operador, al mezclar el fondo de murmullos con el diálogo, podrá regular el volumen del playback desde la consola, como lo hace con cualquier disco de sonido. Si se trata de un ambiente de bar, se incorporan también al playback cuando se lo graba, los ruidos de vasos, botellas, etc.

Si se cuenta con pocos actores para montar ese ambiente, es posible duplicarlos o hasta triplicarlos mediante un truco técnico. Se hacen dos tomas sucesivas del ambiente, las que se registran en grabadores distintos; y, al tiempo que se graba la segunda toma, se la mezcla con la primera. De ese modo, con cinco actores ya tenemos diez voces; y, si se hace una tercera

toma y un nuevo mezclado, logramos quince.

Este recurso se puede emplear incluso para “agrandar” un coro; es decir, para duplicar las voces de un pequeño coro que canta. (En el caso de un coro, al grabar la segunda toma, éste necesita escuchar la primera para poder cantar al unísono consigo mismo; para lo cual se envía al estudio por parlante -con bajo volumen, para evitar acoplamiento- esa primera grabación).

Montajes de música y sonido

Cuando el guión indica montaje -mezcla o fundido- de música y sonido, es preciso procurar que ambos elementos se conjuguen armoniosamente. Si se trata de un sonido rápido (por ejemplo, un tren que pasa a gran velocidad, un galope veloz), la música que lo encuadra debe ser también rápida y de ritmo ágil e intenso; si el sonido es plácido (canto de pájaros, grillos nocturnos), la música debe transmitir esa misma sensación de paz campestre; si lento (andar de un carromato rechinante), lento y pesado debe ser también el compás de la música.

Ha de procurarse, en breve, que la música y el ruido se integren en una misma unidad sonora.

5. LA DIRECCIÓN: EL PLAN DE TRABAJO

Veamos, finalmente, qué otras tareas debe realizar el director antes de la grabación (amén de hacer el reparto y supervisar o preparar él mismo la musicalización).

Estudio del guión

En primer lugar, el director debe estudiar el guión cuya producción va a dirigir y trazarse un plan de trabajo. Resolver

cómo va a hacer interpretar cada secuencia o escena, el ritmo que le va a imprimir, el carácter que deberá dar a cada personaje, las indicaciones y recomendaciones que dará a cada locutor y actor para lograr una buena versión del texto. Estudiará detenidamente el diálogo para determinar cómo se dirá cada frase y marcará en su libreto las palabras claves sobre las que los intérpretes habrán de apoyarse en la entonación expresiva.

En lo técnico, estudiará las dificultades que plantea la emisión y preveerá las soluciones. Decidirá si hay pasajes de montaje especialmente complejos, que convenga desglosar del guión y pregrabarlos separadamente. Pero, sobre todo, se concentrará en el contenido del guión. No se trata solo ni tanto de lograr una grabación formalmente brillante, cuanto de transmitir un contenido, un mensaje. La principal misión del director es velar porque ese contenido, a través de los intérpretes, llegue al oyente.

La diagramación: los planos

Así como el director teatral hace su diagrama del movimiento escénico, también en una producción de radio es necesario diagramar los desplazamientos y posiciones de los intérpretes.

Hay que determinar bien los planos, la ubicación que se desea dar a los personajes con respecto al micrófono. Este está fijo, pero es como una cámara de cine: el punto de referencia.

Si dos personajes van conversando por la calle, ¿qué es lo que el guión quiere? ¿Que se oiga cómo se alejan conversando? En ese caso, diga a los actores que se alejen del micrófono mientras hablan y haga marcar pasos que se alejan con ellos.

¿O desea que se note que están caminando, pero que se oiga todo el diálogo nítidamente? Si es así, se supone que el

micrófono se desplaza con ellos -como una cámara de traveling- y los acompaña. Indique a los intérpretes que, sin alejarse del micrófono, impriman a sus cuerpos un cierto movimiento de caminata, para que su voz y su respiración adquieran ese ritmo peculiar que toman cuando hablamos al caminar. Y marque pasos en el sitio: esto es, que se oiga el frotar de los zapatos sobre el suelo, pero sin avanzar ni retroceder: siempre en el mismo lugar (lo pueden hacer los propios actores que interpretan la escena, si se les pone el piso de baldosa bajo los pies).

En todos los casos, decida muy claramente dónde está cada personaje en la escena: si más lejos o más cerca del centro de referencia dado por el micrófono; y si hay desplazamientos, decida si quiere que este permanezca “quieto”, oyendo cómo los personajes se alejan y se acercan, o que “se mueva” acompañando a uno de ellos.

Supongamos una escena en una aula de clase. Personajes: el profesor y los alumnos. Al comienzo de la escena, lo que importa es lo que dicen los alumnos al fondo del salón: en ese caso, ponga a estos en primer plano, junto al microfono, y al maestro en segundo plano, alejado. Luego, el profesor llama a un alumno al frente para que dé la lección. Va a tener un largo diálogo con él mientras lo interroga; ya no conviene que el frente del aula quede en segundo plano. Entonces, cuando el alumno es llamado, marque pasos de éste en el sitio, haga acercar al micrófono también al profesor y, a partir de ese momento, el diálogo profesor-alumno se desarrolla en primer plano; y las voces de los otros alumnos, ahora alejados, llegan a segundo plano. El oyente habrá comprendido que la acción se ha trasladado del fondo al frente de la clase; que el microfono, que hasta ese momento estaba ubicado junto a los alumnos, se ha “movido”, acompañando al muchacho que pasó al frente.

Todo esto usted lo debe tener precisado el día de la graba-

ción y explicarlo claramente a los actores, al sonidista, al técnico. De ahí la necesidad de estudiar con anticipación el movimiento.

Distribución de los micrófonos

Pero aun en las escenas donde no hay desplazamientos y todos están en primer plano, es necesario diagramar.

Ya hemos visto que ante cada micrófono solo pueden ubicarse uno a lo sumo dos actores para que estén cómodos y, sobre todo, para que puedan acercarse bien a él y su voz tenga presencia. Si se contara con tantos micrófonos como actores, no habría dificultad. Pero vamos a grabar tal vez con siete u ocho actores y con solo dos micrófonos, o a lo sumo con tres. Si no se planifica la grabación y no se le indica previamente a cada actor ante qué micrófono debe ubicarse en cada escena, no se logrará una toma de sonido correcta.

Por ejemplo, en una escena, tres o cuatro actores se aglomerarán ante el micro No. 2, pujarán por abrirse paso, se estorbarán mutuamente, tendrán que adoptar posiciones forzadas que les impedirán emitir bien su voz y vivir su actuación, vacilarán, saldrán poco audibles, mientras ante el micrófono No. 1 acaso esté “sobrando” espacio, haya un solo actor frente a él. Si antes de la grabación se le hubiera advertido a uno de los actores que dijera ese parlamento ante el micrófono 1, toda la escena habría salido distinta.

“Diagramar” en radio es, pues, sobre todo, administrar los micrófonos lo mejor posible, sacar el máximo partido del espacio disponible frente a ellos, distribuir a los actores de modo que tengan comodidad, acceso fácil al microfono. Se debe estudiar el guión escena por escena y asignar a cada actor su ubicación, de forma que todos puedan decir su parlamento al microfono y no fuera de él.

El principio es que actores que dialogan entre ellos, que tengan que hablar inmediatamente uno después del otro, salgan de micrófonos diferentes. Si el diálogo se centra en Juan y Pedro, Juan debe ubicarse en el micro 1 y Pedro en el 2. De esa manera no se estorbarán mutuamente y cada uno tendrá tiempo de colocarse bien ante el micrófono antes de comenzar a decir su parlamento; no habrá peligro de que las primeras palabras de Juan salgan alejadas porque Pedro aún no había terminado su parte y no le dejaba sitio para acercarse. Este ideal, naturalmente, no se puede lograr siempre; si en una escena intervienen cinco personajes y se cuenta con dos micrófonos, la alternancia de las réplicas no siempre permitirá evitar que coincidan en un mismo micrófono actores que tengan parlamentos inmediatos. Pero, en general, un diagramado racional evita el 79 o el 80 por ciento de las aglomeraciones.

Cuando la coincidencia de tres o más actores ante un mismo micrófono es inevitable, la diagramación nos lo advierte y entonces podemos prevenir a los intérpretes de que tal cosa sucederá e indicarles que, durante esa momentánea situación de incomodidad, deben ayudarse mutuamente y facilitar el acceso de su compañero al micrófono.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta al diagramar es la estatura de los actores. Los micrófonos son de altura regulable, pero una vez que se los coloca a una determinada altura, ahí quedan; no se los puede tocar durante la grabación para adaptarlos a la estatura de cada intérprete. Por lo tanto, al distribuir a los actores, hay que procurar que los más bajos salgan por un mismo micrófono y los más altos por otro, de modo que ambos micrófonos queden colocados desde el comienzo a la altura conveniente para todos y que todos tengan el micrófono a la distancia justa para que su voz salga en primer plano. Si interviene un niño, prevea la colocación de una pequeña tarima para que se pare sobre ella y alcance mejor el micrófono.

Las escenas de conjunto

El director debe planificar las escenas de conjunto (un accidente, una manifestación, una asamblea, una rebelión, etc.). Gente que murmura cualquier cosa entre dientes, emitiendo sonidos inarticulados, no crean el clima de la situación. Se nota claramente que están moviendo la boca y nada más. Es necesario que los extras tengan un texto general, una guía de lo que deben decir en cada intervención. Si el guión lo ha omitido, el director debe darles por lo menos frases aproximadas que den el sentido de la escena.

Naturalmente, luego esas frases no serán inteligibles, se perderán en el conjunto; pero las voces sonarán con una entonación expresiva, acorde con la situación, y se percibirá que están pronunciando frases concretas, palabras articuladas.

Previsión de los cortes

Si presume que el guión es largo y excederá el tiempo fijado, prevea los posibles cortes antes de ir a la grabación. Lleva tiempo cortar adecuadamente, encontrar qué frases se pueden suprimir sin perjudicar demasiado al guión y quitarle sentido. Los cortes no se deben improvisar. Si se dejan para el último instante, si la necesidad de cortar lo sorprende en la misma grabación, en el nerviosismo y la indecisión del momento podrá suprimir inadvertidamente un pasaje fundamental, sin el cual el conjunto del texto perderá mucha fuerza o directamente no se comprenderá. Estudie, pues, por anticipado los cortes posibles. Hay dos formas de cortar:

1) “Peinar”. Es quitar unas palabras aquí, otras allí, suprimir algún bocado, reducir algunas réplicas, eliminar algunas frases reiterativas. Se pueden ganar muchos segundos así, sin quitar nada fundamental sino solo cosas accesorias.

2) “Podar”. Cuando el guión es resueltamente largo, no

hay más remedio que hacer cortes grandes, quitar bloques de texto, parlamentos completos, a veces una escena íntegra. Ahí necesariamente se perderá algo significativo; hay que optar por lo que sea menos esencial.

A veces, para hacer posible un corte, para poder podar una escena o un parlamento, es necesario reescribir algunas líneas, modificar o introducir alguna frase, para que el resto del texto conserve fluidez, continuidad y sentido. Pero estos cambios de redacción solo pueden hacerse con tranquilidad y anticipación.

Si usted está seguro de que el guión es largo y que de ninguna manera se ajustará al tiempo, elimine definitivamente los pasajes podados y comuníquese a los intérpretes desde el principio, antes del ensayo, los parlamentos que se suprimen. Si tiene dudas, si piensa que tal vez el guión puede entrar íntegro, límitese a marcar con un lápiz fino esos posibles cortes y téngalos en reserva: solo después del ensayo, cuando la medición le haya dicho la duración real del libreto, indique a los actores y al técnico los pasajes que decididamente se deben quitar. Pero llévelos previstos.

CAPÍTULO 17

LA EJECUCIÓN: EL ENSAYO, LA GRABACIÓN

- ¿Ya están todos? Bueno. Podemos iniciar el ensayo. ¿A quién le toca empezar? Bien. Comience a leer su parte.

Así suele empezar una sesión de grabación. No creo que esta manera de comenzar, en frío, sea la mejor. Los intérpretes no son máquinas. Deben actuar conscientemente, sentirse formando parte de un equipo colectivo de trabajo y actuar bien compenetrados del espíritu del programa.

Antes de iniciar los ensayos, es bueno que haya un rápido cambio de ideas entre el director y los intérpretes acerca del guión que van a grabar. Todos lo han recibido; lo han leído y lo conocen. Es útil, entonces, comentarlo brevemente. Que cada uno hable de la parte que le toca y cómo la ve, cómo cree que debe encararla, cómo piensa interpretarla. Y, sobre todo, que hablen del guión en su conjunto, del mensaje que éste debe transmitir.

A lo largo de los ensayos y la grabación, no se debe perder de vista en ningún momento el objetivo educativo de la emisión. Todos los aportes que den brillo y realce a la grabación son bienvenidos en la medida en que contribuyen a dar relieve a ese contenido formativo. Pero si, por el contrario, estos virtuosismos pueden distraer al oyente del propósito central de la emisión, por brillantes que sean deben ser eliminados. No se hace radio educativa para lucirse sino para

decir algo al oyente. La radio educativa exige un espíritu de humildad y de servicio.

El comentario previo, con participación de todos, ayuda a crear ese clima de servicio y a que todos asuman su función con cariño y convicción, compenetrados del para qué del programa. A partir de ese intercambio, cada uno hará su parte con más propiedad y con más calor.

Ahora sí, podemos empezar a ensayar.

1. LOS ENSAYOS

La secuencia de los ensayos

Debemos distinguir dos tipos de ensayo:

a) El ensayo de letra (o lectura o ensayo seco) en el que se ensaya solamente el texto. Los intérpretes hacen una lectura expresiva bajo la guía y la orientación del director. Se puede hacer en el mismo estudio o bien en cualquier otra sala anexa, ya que no se necesitan micrófonos ni equipos. Es suficiente un sitio silencioso y tranquilo, con buena luz y sillas para todos.

b) El ensayo de micrófonos (o ensayo general o húmedo), en el que se ensaya el guión completo, tal como se hará en la grabación, con texto, música, sonidos y efectos. Obviamente, se hace en el propio estudio de grabaciones.

Lo normal es hacer dos ensayos: uno de letra y otro de micrófono. Lo óptimo es hacer tres: dos secos y uno húmedo. De ese modo los intérpretes se compenetran más con su parte y se afirman mejor en el texto. En este caso, no es posible hacer los tres ensayos seguidos el mismo día de la grabación, pues resultaría excesivamente cansado: todos llegarían a la grabación con las gargantas fatigadas. En atención a ello, la

primera lectura se hace el día anterior. Lo cual apareja la ventaja adicional de que los intérpretes, ya orientados por el director, disponen de unas horas antes de la grabación para fijar los tonos y madurar a solas su papel.

La secuencia de trabajo es, pues, la siguiente:

- I. El día anterior: primera lectura (optativa).
- II. El día de la grabación:
 1. **Ensayo de la letra**
 2.
 - a) Pruebas y pregrabados previos al ensayo general.
 - b) **Ensayo general**
 - c) Correcciones; eventualmente cortes.
 3. **Grabación**
 4. Escucha de la grabación y eventuales pulidos.

Se ha de ver ahora en detalle cada una de estas etapas.

El ensayo de letra

Es el ensayo del texto bajo la guía del director. Si no se ha hecho ya un primer ensayo el día anterior, es, lógicamente, más intenso. Se procura dar en él fundamentalmente la entonación, la expresión, la idiosincrasia de los personajes, el carácter y el ritmo de cada escena. Será más conceptual si se trata de un radio-reportaje, más vivencial si de un radiodrama; pero, en cualquier caso, se hará una lectura expresiva, entonada. El texto no se pasa de corrido: cada vez que se encuentra que la entonación no es la adecuada, el director interrumpe, explica cómo debe ser dicho ese pasaje y lo hace repetir hasta que se lo logra.

Simultáneamente, el director va haciendo acotaciones técnicas: indicando con precisión las entradas, las salidas, los planos, la ejecución de las escenas de conjunto. Advierte en qué momentos los intérpretes deben detenerse para que se inserte una cortina musical, un sonido o un efecto y esperar su seña para volver a hablar nuevamente (esto se llama en radio “entrar a seña”). Los intérpretes toman nota de todo esto en su libreto. Indica asimismo al sonidista de estudio (o a los actores, si ellos se encargan de esta tarea), cuándo y cómo debe hacer los distintos efectos de sonido. Aunque no interviene directamente en este ensayo, el técnico también asiste a él, para tomar nota de todo lo que concernirá a su trabajo: volúmenes, planos, pausas, etc. Al final de este ensayo, todos deben saber exactamente lo que el director desea que hagan y cómo.

Las pruebas y pregrabados

Tras el ensayo en seco, se realiza una serie de pruebas para preparar el ensayo general.

1. Distribución de micrófonos: el director indica a cada intérprete frente a qué micrófono debe actuar en cada escena (cfr. capítulo anterior).
2. Regulación de la altura de los micrófonos, de acuerdo con la estatura de los distintos intérpretes.
3. Prueba de voces: el técnico prueba las voces de los distintos intérpretes e indica a cada uno la distancia a que debe colocarse del micrófono para que su voz salga bien.
4. Prueba de planos: cuando algunos bocadillos deben ser dichos desde lejos, se prueba la distancia y el volumen de voz con que el actor debe decirlos para que den la impresión de lejanía requerida y a la vez suenen audibles.

5. Prueba de filtros, ecualizaciones y resonancias: si en algunos pasajes las voces deben salir ecualizadas, con resonancia o a través de filtros, se hacen pruebas hasta lograr el nivel, la tonalidad y la intensidad que el director considera adecuadas.

6. Prueba de ciertos sonidos de estudio, hasta lograr el efecto deseado.

7. Prueba de las escenas de conjunto: éstas son también objeto de un ensayo previo para regular sus planos y volúmenes y determinar si los extras deben colocarse más lejos o más cerca, hablar más fuerte o más quedo, etc.

Obviamente, todas estas pruebas se hacen por el micrófono y con el director que escucha desde la cabina. Son sumamente necesarias: si no se las realiza, luego hay que estar deteniendo el ensayo a cada momento para corregir esos detalles.

8. Sincronización de los fondos musicales con el texto. Si hay parlamentos que deben ir con fondo musical, es necesario también antes del ensayo general ajustar la sincronización de la música con el texto. Se pone el trozo musical elegido y, simultáneamente se hace leer al actor el parlamento correspondiente a la misma velocidad que empleará en la emisión. De ese modo se verifica si el fondo tiene la duración suficiente para cubrir todo el pasaje. Esta medición se hace particularmente necesaria si está previsto que el mismo fondo culmine levantándose como cortina: es preciso que la lectura finalice exactamente en el compás en que la música debe pasar a primer plano.

Una vez hecha la medición (incluso a veces con ayuda del cronómetro para mayor precisión), se estudia la solución adecuada para que el texto y el fondo musical sincronicen bien. Esta solución puede ser, según los casos:

- a) iniciar el fondo unos segundos antes de lo previsto en el guión;
- b) iniciarlo unos segundos después;
- c) indicar al actor que diga su parlamento ligeramente más rápido con pausas un poco más cortas;
- d) indicarle que lo haga ligeramente más lento.

Pregrabados. A veces, en el guión, hay breves pasajes particularmente complicados, donde se combina la actuación de los intérpretes con varios efectos técnicos superpuestos o muy seguidos uno del otro. En esos casos, esos pasajes se desglosan del guión y se procede a pregrabarlos aparte, antes del ensayo general, para luego, ya grabados, incorporarlos íntegros a la grabación final. De este modo, haciéndolos con tranquilidad, se puede repetir esos pasajes tantas veces cuantas sean necesarias hasta lograrlos bien -incluso hacer varias tomas y quedarse con la mejor- sin que ello entorpezca y enlentezca el ensayo general y la grabación final. Esta última se hace con menos nerviosismo y más limpieza cuando todo el mundo tiene la tranquilidad de que esos pasajes “difíciles” ya están resueltos y envasados en un trozo de cinta.

Por las razones que ya se indicaron en el capítulo anterior, estos pregrabados se hacen a la velocidad 15.

También los playbacks (fondos) de ambientes de los que se habló en el precedente capítulo, son pregrabados antes del ensayo húmedo.

Asimismo, hay algunos trucos de sonido de estudio difíciles de lograr: muchas veces fallan, obligando a detener la grabación para rehacerlos. Para evitar este accidente, antes del ensayo general se los graba repetidas veces hasta lograr una toma en que salgan bien y en la grabación final se utiliza este pregrabado.

El ensayo general

Tras un corto descanso de unos minutos, se procede entonces a hacer el ensayo de micrófono. Al mismo tiempo que sirve para afirmar la actuación de los intérpretes, su objeto es ensayar la parte técnica. La emisión se ensaya, pues, completa, tal como se va a grabar, con música, efectos de sonido, montajes, etc.

En todo lo posible, hay que tratar de hacer el ensayo húmero de corrido, sin interrupciones, como se hace en el teatro el ensayo general. Detenerlo para repetir y corregir alguna cosa solo en casos de imprescindible necesidad. Únicamente haciéndolo así, en forma continuada, se logra que los intérpretes adquieran cohesión y ritmo en sus actuaciones. Un ensayo general que se interrumpe con frecuencia no cumple su función de tal: crea un estado colectivo de impaciencia y nerviosismo que incidirá sobre la grabación final. Precisamente para prevenir y evitar interrupciones, se han hecho antes todas esas pruebas que hemos reseñado en el párrafo precedente.

Los fallos que el director va encontrando en la actuación de los intérpretes y en el montaje técnico, los va anotando para corregirlos después del ensayo. Estas anotaciones tienen que ser por fuerza muy rápidas, telegráficas, ya que entre tanto el ensayo sigue adelante. Se anota el número de línea del guión en que se ha producido el fallo y apenas un par de palabras a modo de ayuda memoria que luego permitan recordar la corrección que se desea hacer. Incluso en muchos casos el director solo tiene tiempo de marcar con una cruz en su libreto la línea donde está el defecto o error que debe ser subsanado, la entonación o el efecto técnico que no le satisfizo y que desea corregir o mejorar.

El ensayo de micrófono se aprovecha también para medir el tiempo de la emisión. Como ya se ha explicado, la duración

precisa de un guión no se puede calcular por el número de páginas: depende enormemente del carácter del texto, que determina la velocidad y el ritmo de la actuación. Es el ensayo el que da la pauta de la verdadera duración y dice si la emisión “está en tiempo” o si requiere ajustes o cortes. A ese fin, es cronometrado en la forma que se explica en el Anexo que va al final.

Corrección

Después del ensayo húmedo el director regresa al estudio, se reúne con todo el elenco y corrige y hace repetir todo lo que no salió bien, tanto en la actuación como en la parte del técnico. Si lo considera necesario, hace ensayar nuevamente alguna escena.

Es, por cierto, el momento en que más se aprecia la utilidad de las líneas numeradas. Esta numeración facilita y agiliza la localización de los bocadillos que el director desea hacer repetir o sobre los que necesita formular alguna precisión. Sin ella, se pierde un tiempo enorme hasta que los intérpretes encuentren una determinada línea en su libreto.

Si el ensayo ha puesto de manifiesto que la emisión está excedida en tiempo, el director indica asimismo los cortes que deben hacerse (y que él ya tiene previstos de antemano). También para que todos puedan localizar rápidamente los bocadillos y/o parlamentos que han de quitarse, se vale de la numeración de las líneas correspondientes.

Tras unos minutos de descanso, se comienza a grabar la emisión.

2. LA INTERPRETACIÓN

La expresión

Uno de los cometidos básicos del director es cuidar la entonación de los intérpretes (locutores o actores) para que sea correcta, desde el punto de vista lógico, significativo; y a la vez expresiva, desde el punto de vista psicológico.

Recuerde que en radio todo tenemos que expresarlo con un solo recurso: la voz humana; la palabra, sus inflexiones, sus matices, sus pausas, a la que a lo sumo -y únicamente en radiodramas- podemos añadir otros “gestos” auditivos, tales como risas, suspiros, sollozos contenidos, jadeos, balbuceos, etc.

“Marque” los tonos a sus intérpretes. Explíqueles la intención, el carácter de sus parlamentos; pero además, dé el ejemplo leyéndolos como usted lo haría de ser el intérprete. No para que lo imiten: cada uno lo hará a su manera, sino para que lo comprendan mejor. Marque la entonación en el ensayo seco; después del ensayo general, corrija los tonos que no estuvieron acertados marcándolos nuevamente y haciéndolos repetir hasta lograrlos. Ya en plena grabación, si advierte un defecto de entonación muy grande, llegue incluso a la medida de interrumpir la grabación para corregir y repetir ese pasaje.

Combata especialmente las entonaciones convencionales, engoladas, afectadas, a que son tan propensos los intérpretes envidados por el profesionalismo radioteatral; defienda el carácter sencillo, fresco, comunicativo, coloquial, de su emisión. Luche contra los clisés: los falsos viejos de voz cascada, los “malos” y los “buenos” estereotipados. Hay actores que si deben interpretar a un cura, adoptan inmediatamente una voz solemne de catedral. En su inmensa mayoría, los curas de verdad no hablan así. Tal como hemos buscado personajes “de carne y hueso” al escribir el guión, procuremos que, al cobrar

vida en la voz de los intérpretes, estas criaturas suenan también naturales, “de carne y hueso”.

El ritmo

El gran enemigo del ritmo radiofónico -más aún, el gran enemigo de la emisión de radio en general- es el “bache”. Pocas cosas tan antirradiofónicas, en efecto, como esos silencios en medio de un diálogo producidos por distracción o vacilación; esas entradas tarde y a destiempo. Uno de los aspectos que más debe cuidar el director es el encadenado de los bocadillos. El ritmo depende sobre todo de la trabazón de las réplicas; de que el diálogo fluya continuadamente, sin baches; esto es, sin pausas injustificadas.

Los motivos por los cuales se producen generalmente los baches son:

a) Distracción. El intérprete no estaba atento, no seguía la lectura y su entrada lo tomó de sorpresa.

b) Inseguridad, impericia. Los bisoños siguen con atención el libreto; pero cuando les toca el momento de actuar, vacilan. No tienen noción del tiempo radiofónico. Dejan que el interlocutor termine su parte y solo entonces se preparan hesitadamente a decir su réplica. Los expertos, en cambio, ya están preparados, abarcan el libreto de un solo golpe de visa y “al pie” del interlocutor atacan su intervención inmediata y resueltamente.

c) Por falta de copias. Si dos o más tienen que leer de un mismo libreto, los baches se hacen inevitables.

De ahí la necesidad de que en la grabación prevalezca un clima colectivo de concentración, para que nadie se distraiga. De ahí también la importancia de los ensayos, para que todos

se familiaricen bien con el texto y, sobre todo con sus “pies” respectivos y no estén atados a la lectura. Y de ahí, por último, la norma de hacer copias en cantidad suficiente para que cada intérprete tenga la suya.

Las interrupciones

En un diálogo dramático, muchas veces un personaje, reaccionando vivamente (por ejemplo, en una discusión acalorada), interrumpe a otro en mitad de una frase. Se llama a esto “montar” la réplica, es decir, comenzar a hablar antes de que el otro termine, sin escucharle, sin dejarle completar su frase. Estas interrupciones deben ser bien ensayadas.

En el ensayo de letra, se debe determinar en qué momento preciso del parlamento de su interlocutor, sobre qué palabra, el acto debe interrumpirlo y comenzar a hablar. Y es necesario que esté sumamente atento a su entrada. El bache más ridículo y de peor efecto es el que se produce cuando un actor dice su parte, termina en puntos suspensivos esperando la interrupción y sus palabras quedan en el aire; “colgadas”, porque el otro no ha atacado a tiempo.

Pero también puede ser un error adelantarse e interrumpir demasiado pronto, antes de tiempo; antes de que el otro haya alcanzado a decir las palabras que provocan la reacción y la interrupción. Este error es sumamente frecuente.

En segundo lugar, para que el efecto resulte natural, el interrumpido debe actuar como si fuera sorprendido por la interrupción y no como si la estuviera esperando. No debe cortarse y dejar de hablar instantáneamente, sino alcanzar a articular aún algunas sílabas antes de callar. Esto es lo que hacemos naturalmente en la vida real cuando nos interrumpen. Y precisamente por eso se llama a este efecto “montar” las réplicas. Por un instante, ambos actores hablan al mismo tiempo hasta que el interrumpido calla.

Para mayor seguridad, el actor que ha de ser interrumpido debe tener siempre previstas algunas palabras más que las que figuran en su texto. Así, si el otro se atrasa unos segundos y demora en su interrupción, éste puede seguir entre tanto alegando coherentemente y evitar el bache.

Las pausas

Si, en general, las réplicas deben ser encadenadas y rápidas, también es antinatural en ciertos casos replicar demasiado pronto. En un diálogo normal, si el interlocutor plantea una opción, una duda, una objeción, lo lógico es que el personaje reflexione unos casos así, la pausa se impone. Si el actor responde en forma instantánea, se notará que está leyendo, diciendo mecánicamente lo que tiene escrito en su guión, y no escuchando al otro; porque resulta inverosímil que la respuesta se le haya ocurrido tan súbitamente.

Si el bache es malo, la ausencia de pausas naturales también lo es. Cuando hablamos, todos hacemos pausas en medio del discurso para pensar en lo que vamos a decir a continuación y para dejar tiempo a la reflexión del otro. En los momentos de emoción, también hablamos lentamente, pausando. Además, las pausas ayudan al oyente a captar y asimilar mejor las ideas y a vivir el proceso del personaje que habla. Es importante, pues, saber hacerlas y valorarlas.

3. LA REALIZACIÓN TÉCNICA (MÚSICA, SONIDOS, EFECTOS)

El tratamiento de la música: volúmenes

¿Cómo deben insertarse las cortinas musicales en la emisión hablada? ¿Con qué volumen se debe operar?

Como norma general -que se aplica tanto a radiodramas como a todo otro formato de programa hablado- las cortinas musicales no deben irrumpir ni terminar bruscamente, en forma abrupta, a todo volumen. Hay que introducirlas suavemente, en forma paulatina (es decir, en fade-in). Luego, ya establecidas, levantarlas hasta alcanzar el volumen normal. Del mismo modo se las debe hacer esfumar gradualmente por desvanecimiento (fade-out).

Hay casos, sin embargo, en que la frase musical escogida culmina en un remate neto, redondo. Solo en esos casos excepcionales, no se la desvanece, sino que se la finaliza a volumen normal.

Es fundamental que las cortinas se traben bien con el texto y establezcan una total continuidad con él, sin el más mínimo bache. Deben comenzar inmediatamente que el intérprete deja de hablar, sobre su última sílaba. Incluso a veces se comienza a insinuar la música suavemente cuando el texto aún no ha terminado, de fondo bajo las últimas palabras. Y, antes de finalizar la cortina, cuando ésta comienza a esfumarse, ya se da seña a los intérpretes para que comiencen a hablar, de modo que la música se sigue aún oyendo por un momento como fondo de sus palabras iniciales hasta que, imperceptiblemente, desaparece por completo.

La fragmentación de la música

Es el director quien indica al técnico el momento en que debe bajar el volumen de la música para dar entrada a las voces. ¿Cuándo debe dar esa seña? ¿Cuánto debe hacer durar la cortina antes de comenzar a esfumarla?

El director debe tener presente que toda obra musical está compuesta de frases melódicas; y solo se puede fragmentarla respetando el desarrollo de la frase. Jamás debe hacer des-

aparecer una cortina en medio de una frase musical, interrumpiéndola y mutilándola arbitrariamente, porque ese corte abrupto perturba al oyente, le crea un malestar, un ruido. De ahí que en el capítulo 6 hayamos señalado que la duración de una cortina musical no la puede fijar el guionista a priori, en una determinada cantidad de segundos, sino que depende de la duración de la frase que el musicalizador escogerá.

Al hacer o supervisar la selección musical para una emisión, el director debe familiarizarse con la música escogida y grabársela en el oído, para saber dónde, en el día de la grabación, hará esfumar cada cortina. Si no conoce bien la música que se va a emplear, corre dos peligros:

a) que la haga desaparecer demasiado pronto, mutilando la frase musical, o eliminando unos compases que, por su particular expresividad, eran los más valiosos para dar la atmósfera buscada;

b) que la haga durar demasiado, cuando el tema ya se definió y la música ha pasado a “otra cosa” que no tiene nada que ver con el efecto y el clima buscados.

Con lo dicho aquí, se comprenderá mejor por qué no se debe terminar una cortina musical a todo volumen, sino hacerla desvanecer gradualmente bajo las primeras palabras del texto: es, también, para no producir en el oído del oyente choques bruscos. Hacia el final de la frase musical se va haciendo bajar el volumen, de modo que las últimas notas de la frase se oigan todavía, pero más bajo, ya esfumándose. Así no se percibe el corte de la música. O bien se deja escuchar la frase musical completa y luego, cuando se insinúa su repetición o la nueva frase que la sucede, se va bajando el volumen suavemente. El momento de iniciar el desvanecimiento depende de la estructura de la obra musical empleada; es cuestión de oído. Pero siempre que la frase sea respetada; que no quede trunca.

Combinación de dos músicas

Cuando se desea combinar dos músicas diferentes para dar un cambio de clima, una transición, un contraste entre la escena que finaliza y la que comienza, algunos directores hacen un fundido o mezcla de ambas músicas (cross-fade). Nosotros no lo aconsejamos: la fusión de dos fragmentos musicales diferentes -aún siendo ambos de la misma obra y la misma tonalidad- queda disonante, antimusical.

Si se quiere combinar dos pasajes musicales, es mejor desvanecer el primero hasta hacerlo desaparecer; establecer una brevísima pausa o silencio de uno o dos segundos y luego entrar con la música siguiente. Si, por ejemplo, la primera es suave y melancólica y la segunda, en cambio, intensa y, tras el breve silencio, irrumpe vigorosamente, logramos el efecto de transición o contraste buscado, sin molestas disonancias.

El tratamiento de los fondos musicales

Cuando una escena lleva fondo musical, es importante cuidar su volumen. Si es excesivo, cubrirá las voces, impedirá oír el texto, distraerá la atención del oyente. Si, en cambio, se lo pone demasiado bajo, será inútil, ya que casi no se lo oír; y además el oyente hará un esfuerzo por percibirlo e igualmente se distraerá. Es, pues, necesario regular bien el nivel de los fondos musicales hasta lograr un adecuado volumen medio.

No conviene que el fondo musical comience en medio de las voces que hablan, sino en una breve pausa del texto. Y siempre gradualmente, en fade-in.

Los sonidos grabados: su volumen

Si la escena lleva sonidos de fondo, se nos presenta un problema: si los ponemos al volumen en el que normalmente

se los oye en la realidad, tapan las voces, no permiten oír el diálogo.

Para evitar este inconveniente, se procede así: una vez que el sonido se establece y se ha dado tiempo al oyente para identificarlo, se lo atenúa y se lo deja de fondo a menor volumen para que no moleste y permita oír a los intérpretes. Este artificio es innegablemente convencional: los sonidos reales no decrecen de volumen por sí mismos. Pero es una convención inevitable, a la que, por otra parte, el oyente está acostumbrado y adaptado. Es como si primero hiciéramos un plano general del lugar, durante el cual el micrófono toma los sonidos a gran volumen; y luego éste se desplazara a un primer plano de los personajes que dialogan, dejando el resto del escenario en un segundo plano.

Lo importante es que el sonido, aunque atenuado, esté ahí todo el tiempo que deba estar, como una referencia constante. Lo que no puede admitirse -y sucede, sin embargo a menudo en muchos programas- es que el sonido desaparezca totalmente a poco de comenzar la escena. O que fluctúe, y se lo oiga a ratos. Si los personajes dicen que está lloviendo, la lluvia debe oírse durante toda la escena; si estamos en un estadio de fútbol, la gritería de la multitud debe escucharse -más fuerte por momentos, más débil en otros- en el transcurso de toda la secuencia. Pero en un segundo plano.

Aun con esta precaución, debemos prevenir a los intérpretes que la escena lleva sonidos de fondo para que hablen bastante alto. (No olvide que los intérpretes en el estudio no oyen los sonidos de cabina). En esta clase de escenas no caben los susurros ni aun los diálogos íntimos a media voz, porque en ese caso, por atenuado que se ponga el sonido, el texto resultará poco audible. Por otra parte, en la vida real, cuando en un estadio de fútbol, por ejemplo, dos personas quieren hablar entre ellas, se ven obligadas a levantar la voz e incluso, a veces, a gritar; lo mismo si quieren conversar a bordo de un

avión en vuelo o de un jeep o un camión en marcha. De modo que esta elevación de la voz en situaciones como las descritas, contribuye a dar realismo y naturalidad a la escena.

Los sonidos de estudio: su ejecución

Ya en el capítulo precedente se ha explicado la forma de producir los sonidos de estudio más frecuentes. Complementaremos aquí esa información con algunas recomendaciones prácticas sobre su ejecución.

Los pasos. Concordamos con Daniels cuando dice que, en muchas emisiones de radio, los pasos suelen ser los “puntos débiles”. Suenan como un sonido sucio, indefinido, lejano, confuso; y además se los oye mecánicos, ajenos a la situación anímica de los personajes que se supone los están produciendo.

Es preciso poner especial cuidado para que los pasos suenen audibles, nítidos, en el plano correcto que corresponde al personaje que los produce; esto es, a la misma distancia que la voz. Debe percibirse bien si se alejan o se acercan o si permanecen en el mismo sitio; deben ser lentos en un hombre que camina triste o preocupado; rápidos si se marcha nervioso, asustado o huyendo.

Para que reflejen los estados de ánimo de los personajes respectivos, creemos preferible que los hagan los mismos actores que interpretan a esos personajes. En ese caso hay que tener la precaución de advertirles que vengan a la grabación con zapatos de suela (los pasos dados con zapatos de suela de caucho no se oyen). Hay que tener asimismo presente que los pasos de mujer no suenan igual que los de hombre. Aunque se cuente con un sonidista de sala, los pasos femeninos deben ser hechos por actrices. Y recomendarles a éstas que el día de la grabación vengan con zapatos de tacón de suela o de madera y no con calzado deportivo.

Precisamente una de las razones por la cual el micrófono destinado a la toma de sonidos se coloca a baja altura, es la de asegurar que los pasos se escuchen nítidos y en el plano adecuado. Si se los toma desde arriba, salen débiles y lejanos.

Las puertas. También éstas han de sonar de acuerdo con la situación: no es lo mismo el que se marcha tranquilamente y cierra la puerta suavemente y con cuidado, que el que se va furioso, dando un portazo.

Los planos de sonido. Se debe cuidar que el sonido producido en el estudio se oiga a una distancia lógica y natural con respecto al personaje que se supone lo origina.

Esto, que puede parecer tan obvio, es muy frecuentemente descuidado en las producciones de radio. Cuando un personaje habla por teléfono, por ejemplo, es muy común oír su voz en nítido primer plano pero, en cambio, los sonidos de levantar el auricular y discar el número, que por lógica debieran oírse también a la misma distancia, en primer plano, se escuchan lejanos, como si el teléfono estuviera a un metro o dos del que está hablando por él. Es que, por lo general, los accesorios de utilería se colocan arbitrariamente, en cualquier sitio. Se piensa que con que suenen y haga ruido, basta.

Para evitar esta incongruencia, hay que definir en cada caso en qué sitio se encuentra el personaje que produce el ruido y, según él, colocar el accesorio a una determinada distancia y altura con respecto al micrófono.

La naturalidad de los ambientes. Otra de las cosas que suenan artificiales es que en un recinto amplio donde se supone hay mucha gente, -vg. en una escena en que un profesor habla en clase, o un orador pronuncia un discurso en una asamblea política, o un predicador dice un sermón desde el púlpito- reine un silencio total.

Siempre en esos casos, por atento y silencioso que esté el público, se producen pequeños ruidos: toses, leves murmullos, carraspeos, crujidos de sillas. En escenas como las indicadas, conviene “ensuciar” la limpieza demasiado aséptica del estudio, haciendo que los actores, bastante alejados del micrófono, produzcan de cuando en cuando esos leves ruidos.

Recursos técnicos con la voz

En el capítulo 6 (pg. 233 y ss.) nos hemos referido a distintos recursos para tratar y alterar las voces, tales como filtros, resonancia, voz por teléfono, etc., así como al fundido o mezcla de voces. Corresponde ahora indicar cómo se logran y producen esos y otros efectos, cuando el guión los requiere.

Filtros, ecualizaciones, modulaciones. A veces el texto pide diferenciar, “despegar” una voz del resto de las voces. Por ejemplo, la lectura de una carta hecha no por su destinatario sino por quien la escribió, que está físicamente ausente de la escena pero al que se ha de oír, sin embargo, leyendo; una cita de un personaje histórico, (caso de los relatos montados); lo que un personaje piensa para sí mismo y no expresa a los demás; una voz del pasado que se evoca, etc. En fin, algo que se ubica en otro plano, en otro lugar y/o en otra época que el resto de la escena.

Esta diferenciación de una voz puede hacerse técnicamente en la consola, de varias maneras:

- Dando resonancia a la voz que se quiere destacar. Es la solución menos aconsejable: en general y salvo casos muy justificados, resulta grandilocuente, ampulosa.
- Haciendo pasar la voz por un filtro, que la desnaturaliza al suprimirle graves (o agudos). El filtro diferencia netamente esa voz de las restantes, pero le resta calidez, calidad.

- Ecualizando, esto es, modificando la tonalidad de esa voz. Mediante ecualización podemos reforzar y realzar los tonos graves (o los agudos). Por este procedimiento la voz no se diferencia tanto de las otras como si se empleara filtro, pero con todo es suficiente; y sale con más naturalidad y calidad. Su empleo se complica, sin embargo, esa voz “especial” tiene que entrar en diálogo con otras. En ese caso, se necesita una consola con ecualización independiente para cada canal, facilidad que, como ya se ha explicado, no todas ofrecen.

También podemos valernos de recursos acústicos en el estudio:

- Rodear a esa voz de paneles.

- Colgar en un ángulo del estudio cortinas gruesas o arpillera, poner el micrófono delante de éstas y hacer hablar al actor en dirección a las mismas. Las cortinas, igual que los paneles, absorben la resonancia y el brillo de la voz, haciendo que ésta salga más apagada que las restantes.

- Si se dispone de una casilla acústica aislada (cfr. capítulo 15), utilizarla para esta voz.

- Adosar al micrófono una bocina de cartón, que asordina la voz. Para reforzar el efecto, conviene que el micrófono esté ubicado cerca de la pared y orientado hacia ella.

- Cuando habla esta voz, cerrar todos los demás micrófonos dejando solo en función el de la voz “especial”: ésta sale así con menos ambiente, con menos brillo que las otras.

Un fondo musical que se oye solo cuando habla esta voz, ayuda a diferenciarla de las restantes. No obstante, este recurso tiene sus limitaciones: si la voz aparece con frecuencia, el empleo abusivo de fondos musicales resulta fatigoso y retórico.

La voz del narrador-personaje. Es una variante del caso anterior. Se trata aquí también de diferenciar la voz del actor cuando narra y cuando actúa. El actor debe emplear dos micrófonos colocados en V bien cerca uno del otro -para poder cambiar de micrófono rápidamente con un ligero desplazamiento del cuerpo- y hablar por uno de ellos cuando está relatando y por el otro cuando interviene en la acción. Si la consola tiene ecualización (control de tono) independiente para cada canal, se da al micrófono destinado a los relatos una tonalidad más grave; de lo contrario, para diferenciar ambos micrófonos, nos valemos de un recurso acústico, como ya se ejemplificó en la pág. 234. En cualquier caso, conviene que el micro de relatos esté cerca de la pared y orientado hacia ella.

Más que el recurso técnico empleado, es el intérprete mismo el que debe contribuir a dar los dos planos mediante un continuo cambio en su voz, en su modo de hablar. En medio de una escena violenta en que hablará agitadamente, cuando intercala un comentario o relato, tiene que pasar a un tono más calmo, más íntimo, propio del que evoca un hecho ya sucedido; e inmediatamente, al reanudar la acción, volver a hablar con fuerza e intensidad.

Casilla aislada. A veces es necesario poder aislar una voz de las restantes. Supóngase un programa donde se desarrolla una acción muy ruidosa (un tumulto, un accidente) y en el cual, en medio de la acción, simultáneamente, un narrador la va describiendo y comentando. Esto da una sensación muy periodística, de crónica viva, de transmisión directa de exteriores. Pero plantea el problema de cómo lograr que la voz del narrador resulte audible en medio de la gritería y los ruidos del estudio. Si están todos juntos, ello no es posible. Pero si el narrador se ubica en una casilla acústica aislada, se puede regular y manejar independientemente el volumen de esa voz en relación al ambiente general del estudio, porque el micrófono colocado en la casilla está aislado: no recoge el ruido de la escena.

Resonancia, con o sin cámara de eco. Normalmente, la resonancia se da mediante la cámara de eco -electrónica o acústica- controlada desde la consola. Basta hacer pasar la voz por ella para lograr, según el nivel en que se regule, una mayor o una menor resonancia.

Pero también se puede lograr resonancia si no se dispone de cámara de eco, siempre que en el estudio haya un piano de cola o de media cola. Se abre la tapa del piano y se coloca el micrófono sobre el encordado. El actor, inclinándose, introduce bien su cabeza dentro de la caja del piano acercándose así al micrófono; y simultáneamente él mismo (o el sonidista u otro actor) mantiene apretado con el pie el pedal derecho del instrumento. Las cuerdas del piano vibran con la voz del actor, la tapa abierta crea una caja acústica, y se logra un estupendo efecto de resonancia.

Voz telefónica con o sin filtro. El efecto de voz que se escucha por teléfono se logra haciendo pasar esa voz a través de un filtro que elimina los graves y le da un tono metálico y agudo. Pero si no se dispone de este recurso técnico, también se puede lograr el efecto adosando al micrófono una lata de conserva agujereada en su base para así enchufarla al micro. La vibración de la lata deforma la voz y le da tono metálico.

Efecto de voz que se escucha por altavoz (anuncio o llamado en aeropuerto, hotel, fábrica, hospital, etc.). El efecto debe pregrabarse y utilizarse luego en grabación. Se graba el texto del anuncio o llamado dándole resonancia y pasándole simultáneamente por un filtro que le quite graves y le dé tonalidad aguda.

Otra posibilidad es grabar el texto (con o sin filtro, como se prefiera), enviarlo al parlante de estudio y regrabar el retorno. Se puede dejar la puerta del estudio abierta para dar un ámbito de gran recinto.

Si no se dispone de las facilidades técnicas requeridas, el efecto también se puede grabar lográndolo acústicamente. El locutor introduce su cabeza en una caja de madera abierta por uno solo de los lados o acerca bien su boca a la caja; y se coloca el micrófono bien próximo a la misma para que recoja la resonancia de la voz al hablar.

Para simular un discurso que se oye por altavoces (por ejemplo, en un acto público), se le da resonancia y a la vez filtro.

Efecto de receptor de radio. Si el guión presenta una situación en que los personajes están escuchando algo por radio, el efecto puede lograrse pregrabando la “emisión” (música o palabras) que se supone oyen los personajes y poniendo luego la cinta grabada en un grabador de tipo doméstico, con parlante pequeño. Se coloca dicho grabador en el estudio, a mediana distancia del micrófono y, en el momento indicado por el guión, se lo pone a funcionar en play para que reproduzca la cinta. Da la sensación de que se está escuchando un receptor de radio corriente. (También se puede hacer el efecto con un grabador de cassette).

Para darle más realismo, se lo puede preceder de un efecto de sintonía: se graban los sonidos que salen de un receptor de radio real al girar rápidamente el dial y pasar por las distintas estaciones.

Fundido de voces (cross-fade). En la página 239 ya se han explicado los principios básicos para lograr este efecto. Los dos actores deben colocarse en micrófonos distintos, bastante alejados uno del otro, y leer al unísono. El técnico va quitando volumen gradualmente al primer micrófono mientras va aumentando el del segundo. La mezcla debe hacerse lentamente, durar diez o veinte segundos durante los cuales todavía oímos las dos voces, hasta que finalmente una desaparece y queda solo la otra.

4. LA GRABACIÓN

Finalizado el ensayo general, el técnico hace una prueba de micrófonos para balancearlos y equilibrar su nivel (es importantísimo que todos los micrófonos estén a volumen parejo) y se inicia la grabación.

Ya ha puesto en su grabador una cinta nueva o con poco uso, y de bastante espesor (la cinta profesional que se usa para masters); no solo porque da más calidad de grabación, sino sobre todo porque es más resistente a las innumerables frenadas y arrancadas de motor que se producen cada vez que hay que detener la grabación, volver atrás, retroceder y avanzar la cinta. La cinta delgada no soporta ese trato tan severo y hay mayor peligro de que se rompa o se doble.

Casi todos los directores dirigen la grabación desde la cabina. Desde allí, dan las órdenes al técnico, a quien tienen a su lado, en forma oral (salvo en los momentos en que el volumen en la cabina es tan fuerte que necesitan comunicarse con él por señas). Con los intérpretes en el estudio, así como con el sonidista, la comunicación es visual, mediante señas. La mano levantada indica “atención, esperen”; el índice apuntando, “comience a hablar”. Por lo demás, todos conocemos y utilizamos en la vida diaria ese universal lenguaje de señas y gestos, que se emplea en radio para decir, por ejemplo, “más rápido”, “más lento”, “más alto”, “más bajo”, “aléjese del micrófono”, “acérquese al micrófono”. Cuando la grabación se detiene por algún error o fallo, el director se puede valer del micrófono de órdenes para hablar al estudio y explicar a los intérpretes lo que deben corregir y rehacer.

Otros directores prefieren hacerlo desde el estudio, junto a los intérpretes. Encuentran que así pueden infundir más ritmo y más vida a la interpretación. Pero, en ese caso, como también necesitan oír música, los sonidos de cabina, la mezcla de las voces, etc., tienen que ponerse audífonos conectados

con la consola y dirigir con ellos puestos. Aunque físicamente están en el estudio, en realidad lo que oyen es lo que está saliendo en la cabina.

Cuando se graba, el técnico en la cabina pone sus parlantes (monitores) a alto volumen, para poder percibir cualquier defecto, aun pequeño; cualquier ruido intruso que se cuele en la grabación.

Durante la grabación: lo que se ha de cuidar

La concentración. Es importante velar por el ambiente de seriedad y disciplina en el estudio. Un poco de broma está bien, incluso es necesario: afloja la tensión nerviosa del trabajo, que de por sí es pesado (hay que parar muchas veces, volver atrás, rehacer, etc.). Pero si se permite que ese ambiente de chanza cunda y se generalice, el resultado final será nefasto.

La distracción es contagiosa. Los que no intervienen en una escena y se ponen a leer el periódico o a contar chistes en un rincón, sacan totalmente de situación a los que están actuando. Todos deben seguir concentradamente el guión. Nadie debe moverse ni hablar en sus momentos libres. El silencio debe ser absoluto todo ruido sale en la grabación y obliga a rehacer un tramo.

Disciplina no significa ambiente cuartelario. El director puede lograrla con cordialidad y compañerismo. Nuestra experiencia nos dice que los factores para lograrla son, básicamente:

a) Un guión valioso. Si el intérprete siente que un texto está bien hecho, respetable, trabajará él también con entusiasmo y respeto. Si el libreto en cambio es pobre, mediocre, pueril, no se sentirá motivado a poner fervor en él.

b) La conducta del director. El da el ejemplo. Si no es puntual no puede exigir puntualidad en los demás. Si viene con su libreto apenas leído, si no le da valor ni importancia a su trabajo, menos seriedad, qué puede esperar de sus colaboradores.

c) La motivación. Debe crearse en el elenco un sentido de equipo, una cierta vocación de servicio, una valoración de lo que se está haciendo. El director debe estimularlo a participar, a hacer aportes y sugerencias, y tener esos aportes en cuenta. Al final de la grabación, felicitar y manifestar gratitud a aquellos intérpretes que se empeñan y realizan una buena labor.

d) **Last but not least**, cuando se trabaja con profesionales, una remuneración justa y adecuada. El que se siente mal pagado, explotado, difícilmente encuentra estímulos para su trabajo.

La toma de las voces. Salvo cuando una voz ha de escucharse distante por indicación expresa de la acción, todas deben salir en un definido primer plano, con “presencia”. En un programa de entretenimiento trivial, no importa que algunas frases se pierdan un poco; en una emisión educativa, cada palabra debe escucharse claramente y sin exigir al oyente un esfuerzo extra para su percepción auditiva. Hay que vigilar permanentemente la colocación de los intérpretes ante el micrófono, la emisión de las voces, la regulación de los volúmenes por el técnico.

La respiración no debe oírse. Excepto casos especiales (por ejemplo, un actor que debe jadear para dar la impresión de que su personaje se halla exhausto y sin aliento), debe ser totalmente silenciosa.

Es preciso estar muy atentos a los “golpes” de micrófono provocados por la emisión frontal de consonantes explosivas.

Cuando se produce uno de esos golpes, hay que detener inmediatamente la grabación y rehacer el pasaje afectado.

Los ruidos. La grabación debe salir totalmente exenta de ruidos ajenos a la emisión. De todos los ruidos indeseables, el más frecuente en el estudio es el de los papeles al pasar a otra hoja del guión. Es preciso prevenirlo. Lo primero que hace un locutor profesional al llegar al estudio para el ensayo, es quitar la grapa de su libreto. Sabe que las hojas no se deben dar vuelta, sino ser levantadas y deslizarlas una sobre la otra. Si, a pesar de todo, un crujido de papeles se produce, el pasaje correspondiente debe ser borrado y grabado nuevamente.

Las correcciones

Errores, equivocaciones, defectos, fallos, deben borrarse y corregir. Esta es, precisamente, la ventaja de grabar los programas y la razón de hacerlo. Pero, sin embargo, en esto el director debe actuar con mesura. Si no repetir es malo, repetir en exceso también lo es.

A menudo -especialmente si se trata de una emisión larga y complicada- el director tiene que hacer sobre la marcha una difícil opción entre la atmósfera reinante en el estudio y la perfección de la grabación. Si los intérpretes están actuando bien, logrando el clima deseado, es peligroso interrumpirlos mucho: las detenciones frecuentes los sacan de situación, los cansan y ponen nerviosos, terminan por mecanizarlos. A veces es preferible dejar pasar pequeños defectos.

Por otra parte, la enmienda puede resultar peor que el soneto. Se corrige el pequeño fallo de dicción o técnico, pero en la repetición se pierde el ritmo, la fuerza, la frescura y naturalidad que se había alcanzado originalmente.

En cambio, hay ocasiones en que es sano parar resueltamente la grabación, no porque se haya cometido un error, sino

porque todo se está haciendo en forma distraída y desganada, sin ritmo ni expresión. Entonces, hay que hacer un alto, llamar a la conciencia profesional de los intérpretes, exhortarlos a poner más concentración y entusiasmo... y empezar de nuevo toda la grabación desde el principio.

Los empalmes

Hay dos formas de corregir lo ya grabado:

a) Rehaciendo nuevamente el pasaje sobre la misma cinta (al regrabar, simultáneamente queda borrado el registro anterior). Este es el procedimiento más corriente.

b) Cortando la cinta a tijera, quitando el fragmento que se desea suprimir y pegando otro en su lugar.

Veamos cómo se opera en el primer caso.

Teóricamente, borrar y rehacer una parte parece sencillo. El principio técnico es simple. Pero hay que lograrlo sin que se note, sin que el cambio sea advertido en absoluto por el oyente. Todo debe parecer después, al escuchar la grabación, dicho de corrido y de una vez. Y conseguir empalmes que no se noten, sin saltos de nivel o de entonación, requiere pericia y paciencia.

Inmediatamente que advierte la equivocación o fallo, el director ordena detener la grabación y comenzar nuevamente desde un poco antes.

Lo primero es, pues, encontrar una pausa, un silencio, desde el cual se pueda retomar. Vale decir, el lugar en que se hará el empalme entre la grabación anterior y la nueva. Se hace retroceder la cinta hasta encontrar una pausa propicia para la reanudación. Lo cual no siempre es fácil. A veces, basta volver atrás apenas unas pocas palabras, un par de

líneas, y ya aparece un silencio suficientemente largo para el empalme. Incluso dentro del mismo parlamento que se desea rehacer. Otras veces, en cambio, si se trata de una escena muy intensa -una disputa, una discusión- en que las réplicas se hallan muy pegadas una a la otra, sin pausas, se hace necesario retroceder mucho hasta dar con un momento adecuado para el empalme, lo cual obliga a repetir y grabar nuevamente un largo pasaje ya hecho.

Una vez encontrado el sitio para el empalme, si lo considera necesario, el técnico limpia de la grabación original -esto es, borra- las primeras palabras inmediatamente posteriores a la pausa. Si no lo hace así, existe el peligro de que esas palabras no lleguen a ser totalmente cubiertas por la nueva grabación y se superpongan a ella, saliendo dos veces: en la grabación inicial y en su repetición.

Entonces, se avisa a los intérpretes por el micrófono de órdenes, a partir de qué línea y de qué palabra deben retomar.

Pero es necesario que la nueva frase sea dicha con el mismo volumen, tono e inflexión con que venía transcurriendo el diálogo hasta ese momento. De no hacerse así, en la grabación saldría un cambio súbito y brusco de volumen y de tono en la voz del actor, que delataría y pondría en evidencia el regrabado y quitaría toda naturalidad a la emisión. Para lograr esa continuidad, se hace retroceder un poco más la cinta y se hace escuchar a los intérpretes, a través del parlante del estudio, el pasaje precedente. De este modo, ellos pueden recordar el volumen y el ritmo con que venían hablando hasta el momento escogido para retomar.

Es igualmente necesario que la frase donde se retoma sea precedida de una pausa normal, la misma que tenía originalmente; si las palabras de la nueva grabación se oyen encimadas a las de la anterior, sin pausa, se advertirá el efecto mecánico, ya que nadie puede pronunciar dos frases seguidas sin hacer

entre ellas una pausa para respirar. Entre la primera grabación y la segunda debe, pues, dejarse una pausa natural y solo entonces comenzar a regrabar. Pero cuidando de no alargar en exceso esa pausa para que no se convierta en un bache.

Empalmes imposibles o difíciles

El mayor impedimento para corregir un pasaje de una grabación, lo origina la música. En un pasaje de puro texto, la corrección y el empalme son más fáciles; pero si hay mezcla de música, las cosas se complican.

Obviamente, no es posible hacer un empalme en medio de una cortina musical; es sumamente difícil, por no decir imposible, retomar una música en medio de una frase, en la nota justa.

Por la misma razón, no se puede retomar sobre el final de una escena seguida de cortina musical si en él la música ya había comenzado a insinuarse en fade-in; ni menos aún sobre el comienzo de una escena precedida de cortina musical, porque allí todavía se escucha de fondo bajo las palabras, en fade-out, la música que va esfumándose. Si se hace el empalme y se regrababa en ese lugar, las palabras podrán ser reconstruidas, pero la música se cortará y se dejará de oír abruptamente. No hay más remedio que volver bastante atrás y retomar a partir de la escena anterior, cortina incluida.

La mayor dificultad se presenta en los pasajes que llevan música de fondo. El texto se puede empalmar, pero la música de fondo, no. Cuando un actor se equivoca hacia el final de una escena que va con fondo musical, en el estudio se produce una desazón colectiva. Hay que regrabar toda la escena, desde antes que comenzara la música.

Si el error se produce en una escena que lleva sonidos de fondo, a veces es posible rehacer un fragmento de la misma y

conservar el resto; esto es, hacer un empalme en medio de la escena. Depende del tipo de sonidos y de la habilidad con que el técnico logre dar la continuidad, de modo que no se advierta un corte brusco, una interrupción o un cambio de volumen en el sonido. En ocasiones, por amargo que resulte, hay que volver a grabar toda la escena que lleva el fondo sonoro.

Comprenderá ahora mejor el lector por qué el director, aun siendo muy exigente y concienzudo, ante un pequeño error sin demasiada importancia, a veces opta por dejarlo pasar de largo. Puede resultar peor el remedio que la enfermedad. Pero, por supuesto, esto no significa aconsejar complacencia ante los errores y defectos notorios, que deben ser corregidos por mucho que sea el trabajo que ello signifique.

Después de la grabación

La grabación ha terminado. Pero nadie se puede ir del estudio todavía, en tanto la grabación no haya sido escuchada y controlada. Por otra parte, nadie tampoco quiere irse: todos desean oír el trabajo completo, acabado. El resultado del esfuerzo común.

En silencio, atentamente, la grabación es escuchada para verificar si todo ha quedado bien grabado (los grabadores también pueden fallar); si no hay nada que necesite ser repetido y rehecho. A veces -aunque raramente- aparecen defectos graves, que pueden no haber sido percibidos durante la grabación.

Todavía es posible corregirlos. Ya no por empalme y regrabación sobre la misma cinta: se correría el riesgo de que lo regrabado dure más que la primera vez, borrando una parte del pasaje siguiente y echando a perder toda la grabación.

Pero sí es posible grabar el pasaje que se debe rehacer en otra cinta aparte, cortar el tramo que requiere ser reemplazado y pegar en su lugar el trozo nuevo. Los buenos técnicos son sumamente hábiles en esto. Son capaces de cortar una breve

frase de pocas palabras, incluso una palabra, y reemplazarla por otra en su lugar pegando un parche, sin que al oír la grabación se note el menor cambio. Pueden cortar un ruido intruso, una vacilación de un intérprete; unir y volver a pegar.

Para lograr estas sustituciones por pegado, es importante que el nuevo trozo quede exactamente en el mismo volumen y en el mismo ambiente que el original. Un estudio vacío donde se encuentra solo el intérprete que ha de grabar el trozo de reemplazo, no suena igual que ese mismo estudio en la grabación original, lleno de gente.

A veces, al escuchar la grabación, se advierte que, en un empalme, una pausa quedó excesivamente larga, originando un bache. Es perfectamente posible y sencillo acortarla y dejarla en su duración normal, quitándole unos centímetros de cinta y volviendo a pegar¹.

En otro empalme, la pausa acaso quedó demasiado corta, el intérprete comenzó a hablar muy pronto y se encimó a lo ya grabado anteriormente. También es posible “abrir” esa pausa, prolongarla, añadiendo un poco de cinta. Pero no cinta sin grabar, porque es silenciosa y, al oírse la grabación, se notaría el salto, la inserción de ese trozo inerte; el añadido debe tener ese mínimo de sonoridad que da el ámbito del estudio -aun en silencio- a micrófono abierto. Hay que impregnar, “ensuciar” de ambiente el pequeño segmento de cinta que se va a añadir, grabando y recogiendo en él el ambiente silente del estudio².

-
1. *Para cortar cinta magnética, debe emplearse una tijera especial, no imantada. Las tijeras corrientes tienen imantación y borran o afectan la cinta.*
 2. *Todo profesional o futuro profesional de radio debiera conocer el extraordinario cuento de HEINRICH BOLL *Los silencios del Dr. Murke* (Alianza/Taurus. Madrid, 1973). Además de constituir una denuncia y una sátira magistrales a los artificios técnicos de la grabación, constituye una insustituible lección sobre lo que se puede hacer manipulando, cortando y pegando cintas grabadas. Deja ver que este gran escritor alemán -Premio Nobel de Literatura 1972- hizo radio y se adentró en los secretos de la profesión.*

ANEXO I

LA MEDICIÓN Y EL AJUSTE DEL TIEMPO

El cronometrado

Cuando el programa tiene que ceñirse a exigencias estrictas de tiempo, se debe hacer una medición cuidadosa; cronometrarlo no solo en la grabación, sino antes, en el ensayo general. Solo así es posible tener una idea precisa de lo que dura la emisión y prevenir los cortes y ajustes necesarios para encuadrarla dentro del límite de tiempo que la emisora nos ha adjudicado. Si se espera para medir la emisión solo en la grabación, ya será tarde: ya no habrá cuándo hacer los cortes y ajustes requeridos.

Como -tanto en el ensayo cuanto en la grabación- siempre hay interrupciones y detenciones, se necesita un cronógrafo con dispositivo interruptor, que permita suspender la medición del tiempo cada vez que se produce una panne en el trabajo, y reanudarla una vez que la producción continúa. Cronógrafos de este tipo son los que se usan para medir los períodos de juego en algunos deportes, tales como fútbol o basket-ball, donde también se producen interrupciones en el juego que deben ser descontadas. Esta es la clase de cronógrafos que necesitamos para medir una producción de radio.

Tampoco basta con computar el tiempo total del ensayo y

de la grabación. Se debe hacer también una medición de tiempo parcial, minuto a minuto. Solo así será posible confrontar lo que la emisión duró en el ensayo y lo que está durando en la grabación, y saber si esta última no se está atrasando con respecto al primero.

El asistente cronometrista ha de proceder pues, del siguiente modo:

- Al comenzar el ensayo y la grabación, el cronógrafo debe estar en cero. En el momento exacto en que se comienza a ensayar o a grabar la emisión, con la primera palabra o el primer compás de música, se pone a marchar el cronógrafo.

- En el ensayo, cada vez que la aguja del segundo recorre un nuevo minuto, el cronometrista marca en su libreto la línea correspondiente. Por ejemplo, si al marcar el cronógrafo exactamente 8 minutos el ensayo iba por la línea 117 del guión, anota sobre el margen izquierdo de su libreto, junto a la línea 117 y en forma bien visible, el número 8; y si, cuando el cronógrafo completa el minuto 20 la línea que se estaba interpretando era la 304, marca en el libreto junto a esta la indicación 20'.

- Durante la grabación, vuelve a hacer la medición de esta misma manera, minuto a minuto, pero haciendo sus anotaciones en el guión con otro color para que el minutaje del ensayo y el de la grabación se diferencien nítidamente.

- Cada vez que el ensayo o la grabación se interrumpe, detiene el cronógrafo instantáneamente (esto implica que el cronometrista debe permanecer sumamente atento a las contingencias del ensayo y la grabación).

- Como hemos visto, en la grabación (y aun en el ensayo) es muy común que haya que volver atrás para corregir y rehacer un pasaje en el que hubo equivocaciones o fallos.

Lógicamente, los pasajes que se repiten no deben ser cronometrados nuevamente, pues ello alteraría la medición. Para evitar la superposición de mediciones, se procede del siguiente modo: cada vez que el ensayo o la grabación se detiene, el cronometrista, a la vez que para el cronógrafo, marca en su libreto con una cruz la palabra en que se ha producido la detención. Luego, cuando el pasaje se repite, siguen con el cronógrafo detenido; y solo al llegar la palabra marcada, lo vuelve a poner en marcha. De este modo, el pasaje repetido no se computa en la medición.

- Al finalizar el ensayo y la grabación, se para el cronógrafo y se anota en minutos y segundos el tiempo total que éste marca en ese momento. Se ha obtenido así la duración total, digamos, 24:12 (24'12"). Tras lo cual, se vuelve a poner el cronógrafo en cero.

- Aún se hace una tercera y última medición (ésta ya no parcial, minuto a minuto, sino solo total) cuando la grabación, ya realizada, se escucha de corrido. En virtud de las repeticiones, siempre puede haber algunos segundos de diferencia entre la medición hecha durante la grabación y la duración real, diferencia que se registra cuando la grabación definitiva se escucha sin pausas.

Los cortes y ajustes

Si la medición del ensayo pone de manifiesto que el guión es largo y excede el tiempo adjudicado, el director resuelve la magnitud de los cortes que se deben hacer. De los que ya tiene previstos, escoge los que calcula necesarios para poner la grabación en tiempo.

Incluso si el ensayo midió exactamente el tiempo de emisión asignado, el director debe preocuparse y tomar sus medidas de precaución, pues la experiencia dice que, por regla general, la grabación tiende siempre a relentarse y a alargarse

con relación al ensayo. Los actores, más posesionados de sus personajes, tienden a hacer más pausas y, al dar más expresión a sus parlamentos, van perdiendo segundos; el propio director tiende a dar más duración a la música, para que las frases expresivas de ésta se oigan más plenamente. Lo cierto es que, por lo general, un mismo guión dura más en la grabación que en el ensayo. Por lo tanto, si un ensayo excedido en tiempo equivale a luz roja, un ensayo justo no significa que el director pueda quedarse tranquilo y despreocupado, sino que equivale a luz amarilla.

Si el exceso de tiempo no es mucho, quizá el director opte por no hacer cortes. Tal vez el ensayo fue un tanto lento, vacilante, desmadejado y el director juzgue que puede ganar los segundos o minutos en exceso pidiendo al elenco que lleve la grabación con más vivacidad y más ritmo. Son muchos los segundos que se pueden ganar a lo largo de una grabación de media hora aligerando las pausas, hablando apenas un poco más de prisa.

Pero hay que tener sumo cuidado con esta opción. En un programa de radio, y mucho más si es de carácter educativo, nunca es bueno que los intérpretes se apresuren demasiado y “corran”. Tal vez se logre así hacer caber toda la letra, pero los contenidos se perderán. La emisión no cumplirá su función pedagógica. Si el resultado es un guión dicho sin pausas, sin “respiración”, sin expresión, una lluvia de palabras, es preferible hacer cortes. En todo caso, hacerlos optativamente (ver *infra*).

Después de indicárseles los cortes, los intérpretes deben hacer un rápido ensayo de lectura de los pasajes afectados por las supresiones; en primer lugar, para verificar que todos han entendido y no han suprimido de más ni de menos; y, en segundo lugar, para encadenar: para que vean cómo han de ligar en la lectura expresiva el pasaje que antecede al corte con la réplica posterior a él, a fin de mantener la continuidad del conjunto.

Durante la grabación: el control del tiempo

Como ya se ha indicado, durante la grabación el cronometrista vuelve a medir la emisión minuto a minuto y compara frecuentemente el tiempo que va durando la grabación con el que la misma porción de libreto duró en el ensayo.

La razón de este procedimiento puede ser inferida de lo que se ha dicho más arriba: el tiempo de la grabación y el del ensayo no son idénticos, no coinciden; por regla general, en esta última se tiende a demorar más que en el primero. Si no se hace el debido control minuto a minuto, puede darse incluso la desagradable sorpresa de que una emisión que apareció holgada y sin problemas de tiempo en el ensayo, resulte excedida en la grabación. De ahí la necesidad de controlar el tiempo de grabación en forma permanente, para asegurarse de que ésta no se está demorando demasiado.

Cada tanto, el director pregunta al asistente: “¿Vamos bien de tiempo? ¿No se están atrasando mucho?” Para poder dar esta información, el cronometrista compara ambos tiempos -el de la grabación y el del ensayo- a esa misma altura del guión: cuántas líneas más arriba o más abajo están ahora en la misma cantidad de tiempo. Y puede decir al director: “Estamos casi dos minutos atrasados con respecto al ensayo”. o “Estamos casi igual que en el ensayo”. O “Hemos ganado cerca de un minuto”.

Asimismo, si el guión era largo y ha habido que hacer cortes, esta comparación permite saber si los cortes efectuados -o/ y los ajustes de ritmo- han posibilitado ganar los segundos o minutos necesarios.

De acuerdo con esta información, el director va regulando el ritmo de la grabación; y, si hace falta, haciendo señas a los intérpretes para que no se demoren o incluso para que se apresuren un poco más.

Si algunos de los cortes previstos se sitúan hacia las últimas páginas del guión, pueden ser hechos en forma optativa. Si al llegar a este punto de la grabación el cronógrafo señala que ya se han ganado los segundos de exceso, el director resuelve que esos cortes adicionales ya no son necesarios y advierte a los intérpretes que no los tengan en cuenta.

Cuando el guión resulta corto

En todo lo anterior, no hemos considerado la posibilidad inversa: la de que el guión resulte corto. No la hemos considerado porque, sin duda, es menos dramática. Con todo, si el tiempo asignado al programa es de 25 minutos, no deja de ser un fallo serio entregar una grabación de 18.

Pero, en realidad, es bien poco lo que puede hacer el director en ese caso. Puede pedir a los intérpretes que “estiren” un poco la grabación hablando más lentamente y con más pausas; puede alargar algunos segundos las cortinas musicales. Pero solo un poco. Una emisión hecha con *ralentisseur*, sin ritmo, resulta aburrida y sin interés. El director en un caso así no puede suplir ni salvar la responsabilidad del guionista.

ANEXO II

EL SISTEMA DE GRABACIÓN EN DOS ETAPAS

Algunos técnicos, para simplificar el montaje de una emisión, sugieren realizar la grabación en dos etapas: utilizando un grabador de doble pista, grabar primero en una pista el texto “en seco” (vale decir, solo lo que es voz, palabra) dejando pausas, previamente calculadas y cronometradas, para la inserción de las cortinas y los efectos; y luego, tranquilos, ya sin nadie en el estudio, encerrarse en la cabina y añadir en la otra pista la música y los sonidos. Este método de separar el texto y la ambientación y manejarlos independientemente parece tentador; pero en la práctica, muy rara vez da resultado. Se crean muchos problemas en la nivelación de los volúmenes de la voz y los efectos sonoros y en la sincronización de la música con el texto.

Es mejor grabar de una vez la emisión completa, tal como aparece en el guión: voces, inserciones de música, sonidos, todo en su orden. Se logra cohesión, unidad, ritmo, volúmenes bien equilibrados.

Con todo, emisiones de montaje e interpretación especialmente complejas, se pueden realizar en dos etapas, si se procede de la siguiente manera:

1°. Grabación seca. En una primera etapa se graba solo el texto, la voz. En los lugares donde deben ir inserciones de música o sonidos, los intérpretes hacen breves pausas conven-

cionales (no importa de qué duración, ya que en la grabación final el técnico las distanciará tanto cuanto sea necesario). Esta grabación seca se hace a pista entera y a velocidad 15 para que no pierda brillo en exceso al retranscribirla. Se incluyen también en ella, naturalmente, los pasos y demás sonidos de estudio.

2°. Grabación húmeda o final. Se transcribe la grabación seca a otro grabador y, simultáneamente, se van mezclando a esta segunda grabación la música y los sonidos grabados. Cada vez que hay que incorporar una entrada musical o un efecto, el operador detiene el grabador donde se encuentra la grabación seca, efectúa la inserción y luego vuelve a poner en marcha dicho grabador.

El sistema tiene sus apreciables ventajas:

- Los actores no se fatigan innecesariamente. Los fallos técnicos no los afectan. Solo deben repetir el texto cuando ellos mismos se equivocan. Se elimina el fastidioso problema de los fondos musicales que obligan a rehacer todo un largo pasaje cuando alguien comete un error de lectura.

- En la grabación seca el director puede concentrarse totalmente en la interpretación y en la entonación.

- En la grabación húmeda, si un efecto sonoro o musical no sale bien, se lo puede repetir tantas veces como sea necesario sin cansar a los intérpretes. Estos ya han hecho su parte y la grabación seca está ahí, para reproducirla cuantas veces haga falta hasta que el montaje quede perfecto.

Pero es un método que demanda muchas horas de trabajo al técnico. Requiere, además, contar con un técnico de gran pericia. Y con una cabina muy completa y muy bien equipada. Solo lo aconsejamos, pues, para emisiones particularmente complejas.

*Este libro se terminó de imprimir
en diciembre de 1999,
en la Editorial "Quipus",
siendo Director General de CIESPAL,
el Lcdo. Edgar Jaramillo S. y de
Publicaciones Nelson Dávila V.*