

Módulo 2: Lenguaje y géneros radiofónicos



INTRODUCCIÓN AL MÓDULO

- ☰ Introducción

UNIDAD 3: CÓDIGOS ESPECÍFICOS DEL MEDIO RADIOFÓNICO

- ☰ Introducción a la unidad
- ☰ Tema 1: Lenguaje radiofónico
- ☰ Tema 2: Redacción radiofónica
- ☰ Tema 3: Producción radiofónica
- ☰ Cierre de la unidad

UNIDAD 4: GÉNEROS RADIOFÓNICOS. TONO Y LÍNEA EDITORIAL

- ☰ Introducción a la unidad
- ☰ Tema 1: Géneros radiofónicos
- ☰ Tema 2: Formatos

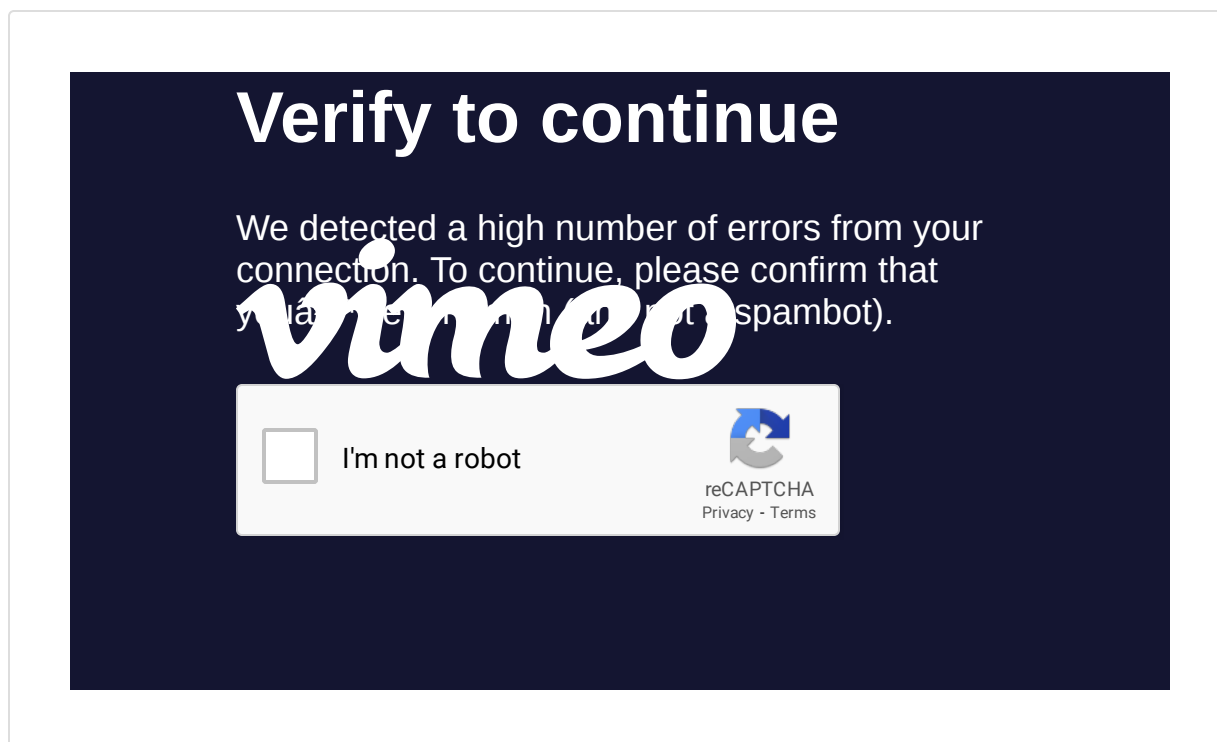
☰ Tema 3: Tono y línea editorial

☰ Cierre de la unidad

CIERRE DEL MÓDULO

☰ Descarga del contenido

Introducción



Comenzamos a recorrer el universo de la práctica radiofónica, pero para poder optimizar nuestra profesión tenemos que saber cuál es el lenguaje que usaremos, los recursos expresivos que podrán darle sentido a nuestro mensaje.

En este andar descubriremos que hay para cada mensaje una serie de recursos a tener en cuenta y que eso potenciará mucho más el efecto que esto tendrá en nuestras audiencias.

Construir el discurso de lo que buscamos decir, ser claros en las narraciones, cautivar a quien escuche... hablar como hablan nuestros oyentes para que se sientan parte.

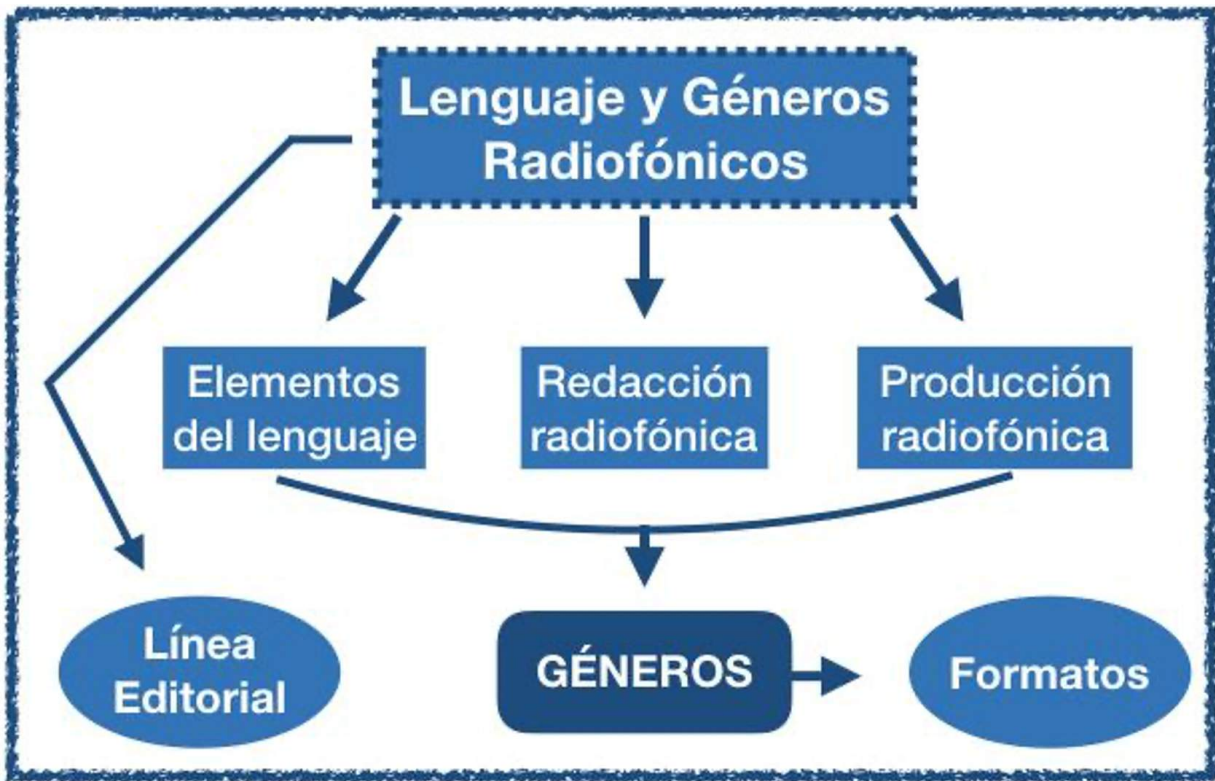


Figura 1. Elaboración propia (2019)

Objetivos del módulo

- Comprender las nociones básicas del lenguaje radiofónico y sus elementos.
- Conocer los géneros que componen a este medio.
- Identificar los formatos de acuerdo a lo que queremos comunicar.

Contenidos del módulo

Unidad 3- Códigos específicos del medio radiofónico

3.1 Lenguaje radiofónico

3.2 Redacción radiofónica

3.3 Producción radiofónica

Unidad 4- Géneros radiofónicos. Tono y línea editorial

4.1 Géneros radiofónicos

4.2 Formatos

4.3 Tono y línea editorial


Sonidos del Apagón

Collage sonoro, una narración a partir de la utilización de distintos retazos o fragmentos de audio.

ACCEDER A WEB

CPR (2019). Sonidos del Apagón. Recuperado el 05 de marzo de 2020 de: <https://cpr.org.ar/sonidos-del-apagon/>

Introducción a la unidad



¿El lenguaje radiofónico puede articularse con la redacción y la producción de contenidos en pos de optimizar la calidad del producto final?

Contenidos de la unidad

1

Lenguaje radiofónico

2

Redacción radiofónica

3

Producción radiofónica

Llegó el momento de comenzar a manipular los recursos propios del medio radiofónico. Como sucede en muchos ámbitos profesionales en los que existen particularidades, para su desarrollo, la radio tiene un lenguaje que la hace tener la sonoridad a la que estamos acostumbrados desde hace casi un siglo.

El lenguaje radiofónico se complementa con la manera en la que elaboramos los contenidos tanto desde su redacción como de su producción. Un equilibrio en la combinación de estos factores nos dará como resultado una producción atractiva para los oyentes de nuestro programa o nuestro podcast.

Comenzar la unidad

Te invitamos a recorrer el contenido de la unidad.

[IR AL CONTENIDO](#)

Tema 1: Lenguaje radiofónico

El lenguaje radiofónico marcará las pautas expresivas de nuestro mensaje sonoro. Está integrado por cuatro elementos que luego desarrollaremos: la palabra, la música, los efectos de sonido y el silencio.

El discurso que vamos a elaborar no sólo tendrá palabras, la voz que le da vida a esas palabras tendrá matices en la lectura e intenciones, y hará uso de los silencios (otro de los elementos del lenguaje) que darán sentido a lo que estamos transmitiendo. Nuestro discurso debe tener el objetivo de crear imágenes en los oyentes y acá, los efectos de sonidos y la música aportarán mucho para lograrlo.

Un uso adecuado de estos elementos dará como resultados impactantes imágenes acústicas. El desafío está en poder marcar la diferencia en el uso que se hace de estos recursos expresivos para dar identidad al comunicar.

La mexicana Lidia Camacho Camacho (1998), en su libro *La Imagen Radiofónica*, cita al catedrático de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, Armand Balsebre:

“Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y por el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativa-visual de los radioyentes.”

- Camacho, 1998, P.13.

Elementos

Haremos un repaso por las particularidades que tiene cada uno de los lenguajes radiofónicos para poder luego combinarlos y que ello potencie nuestros mensajes.

Cada uno tiene particularidades que deben ser contempladas y tienen que lograr equilibrio.

A medida que comienzan a combinarse los distintos elementos, el mensaje adquiere complejidad y mayor peso discursivo.

LA PALABRA

- Es el pilar del mensaje radiofónico.
- Es fundamental su buen uso.
- Diálogo, monólogo y voz en off.
- La voz identifica, traslada el texto y crea sensaciones.

LA VOZ

→ QUÉ Y CÓMO SE DICE

→ ES SONIDO

→ TIENE PARTICULARIDADES:

- TONO: graves - agudos.
Enfatizan palabras.
- INTENSIDAD: volumen.
Crea climas.
- TIMBRE: diferentes voces,
cada persona una voz
particular.
- DURACIÓN: rápido - medio
- lento.

Figura 1: Elaboración propia, 2020

LA MÚSICA

- Crea imágenes sonoras.
- Estimula la imaginación.
- Ambienta situaciones.
- Provoca estados de ánimo.

FUNCIONES

Orden, sintonía, cortina, ráfaga, golpe musical, programática, identificación, climas.

MÁS HABITUALES:

- DESCRIPTIVA: ambientación general.
- EXPRESIVA: Evoca o refuerza estados.
- NARRATIVA: signo de puntuación.
- RÍTMICA: crea o complementa el ritmo de la acción.
- SUSTITUTIVA: el texto de la música provoca sentido.

Figura 2: Elaboración propia, 2020

EFECTOS DE SONIDO

- Enriquecen el mensaje.
- Capacidad narrativa.
- No abusar de su uso.
- No es ruido, este es desagradable y muy pocas veces es funcional al mensaje.

- Pueden ser naturales o artificiales: grabados de colecciones, creados en vivo ó generados de manera digital.

FUNCIONES

→ Sustituir realidades.
→ Función icónica.

MÁS HABITUALES:

- DESCRIPTIVA: ilustran o describen entornos. Crean un ambiente real.
- EXPRESIVA: uso simbólico. Función anímica.
- NARRATIVA: elemento de puntuación entre diferentes escenas.
- RÍTMICA: crear estados. Generar o apoyar la narración.

Figura 3: Elaboración propia, 2020

SILENCIO

- Crea tensión dramática y expectativas.
- Otorga valor a lo previo y a lo posterior.
- Su uso debe ser breve y preciso.
- El bache es un silencio inesperado.

FUNCIONES



MÁS HABITUALES:

- **EXPRESIVA:** estados de ánimo.
- **NARRATIVA:** puntuación espacio-temporal.
- **RÍTMICA:** elemento clave para el ritmo de la narración.

Figura 4: Elaboración propia, 2020

Tema 2: Redacción radiofónica

La redacción radiofónica tiene como principal particularidad articular que apunta a la palabra hablada, escribimos para el oído, escribimos para decir.

Un pilar de nuestro mensaje radiofónico es la imposibilidad del medio para volver para atrás. Existe una regla básica: decir, repetir, redundar. El desafío es construir una redacción entendible que responda a esta premisa.

Particularidades

A continuación haremos un repaso por los ítems más importantes que se deben contemplar al momento de redactar para un formato radiofónico.

- El lenguaje debe ser sencillo y claro.
- Las frases deben ser simples y precisas.
- Oraciones cortas (sujeto + verbo + predicado): 20 palabras.
- Cada oración deberá aportar datos.
- Párrafos dinámicos: 4 líneas.
- Los párrafos deben constituir un texto integrado.

- Priorizar la voz activa: “El Congreso sesionará el lunes”.
- La voz pasiva usarla para centrar la información en el protagonista de un hecho: “El ministro de Hábitat, Juan García, fue demorado en el aeropuerto”.
- Usar el mismo tiempo verbal durante todo el texto.
- Los verbos dan fuerza a las oraciones.
- Apelar a verbos afirmativos: “Juan faltó a la cita”, en lugar de ‘Juan no se presentó a la cita”.
- Buscar el verbo correcto para la acción a la que se refiere.
- Evitar el uso de gerundios o verbos compuestos.
- Buen manejo de sinónimos.
- Evitar adjetivaciones y metáforas.
- El uso de los signos de puntuación marca el ritmo de la lectura.

Haremos dos ítems aparte para algo que suele ser habitual en nuestros textos radiofónicos: **los números y las citas textuales.**

NÚMEROS

CITAS

- Escribirlos para facilitar su lectura, por ejemplo: seis mil, en lugar de 6.000.
- Cuando sea posible redondear la cifra, por ejemplo: casi 4 millones de habitantes, en lugar de 3.988.560.
- Acompañar las cifras con datos descriptivos.

NÚMEROS

CITAS

- Directas: “Voy a concurrir”, dijo el Presidente.
- Indirectas: El Presidente dijo que concurrirá.
- Para la redacción radiofónica lo ideal son las citas indirectas.
- Podemos reemplazar una cita textual por un corte de audio de esa persona.
- En caso de usar un audio para ampliar la información, desde la redacción dar pie a presentarla y no repetir lo mismo que luego se escuchará.

Más adelante veremos formatos y las particularidades de redacción que tenemos en cada uno de ellos, pero haremos un repaso de los aspectos básicos que toda redacción de noticias radiofónicas debe contemplar. Esto, más adelante, lo aplicaremos como dijimos, a los diferentes formatos.

La nota radiofónica debe tener como premisa mantener la atención del oyente, por ello se recomienda que no supere los siete párrafos que, como explicamos con anterioridad, no deben tener más de cuatro líneas de extensión. (Estas medidas las calculamos en función del uso de tipografía ARIAL tamaño 12).

Al momento de redactar debemos hacer una selección criteriosa de los puntos más importantes del hecho que vamos a comunicar, y utilizar el primer párrafo de nuestra nota para resumir aquello de lo que hablaremos.

El texto debe ser dinámico y creíble, por ello sugerimos tener distintas fuentes, e incorporar a partir del tercer párrafo audios que sumen información y que su duración esté entre los 20 y 50 segundos.

Dos detalles que no debemos olvidar: situar geográficamente el hecho y dar a conocer el cargo o función del protagonista del hecho, además de su nombre.

Una vez que tenemos el texto listo, es conveniente hacer una lectura en voz alta para evaluar la construcción del mismo. Tengamos en cuenta que escribimos para la palabra hablada (esto es algo que remarcaremos en distintos momentos de la cursada, pero es un pilar de nuestro mensaje). Durante la lectura respetemos los signos de puntuación que hemos usado ya que aportarán ritmo y una escucha más atenta y agradable.

Tema 3: Producción radiofónica

La producción radiofónica es un trabajo de creación y experimentación sobre las ideas o hechos identificados para desarrollar. Buscaremos, investigaremos, crearemos y le daremos forma a nuestra pieza radiofónica o a nuestro programa o a nuestro podcast.

Algo que se relaciona con esto último se denomina grilla u hoja de ruta; en ella volcaremos el itinerario del desarrollo de nuestro contenido producido. Esto guiará la emisión de nuestro programa, la grabación de nuestro podcast y la edición de nuestra pieza radial.

En algunas ocasiones las tareas de producción recaerá sobre una persona pero al ser un espacio que comprende distintos roles lo más habitual será que todo se desarrolle en el marco de un equipo de trabajo.

Podemos dividir la producción en tres etapas para identificar con más claridad los pasos a seguir: **preproducción, producción y postproducción.**

PREPRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	POSTPRODUCCIÓN
---------------	------------	----------------

Pensar qué temas trabajar o seleccionar el hecho; identificar con qué recursos le daremos forma y cómo lo haremos.



INVESTIGAR

Recopilar material de fuentes confiables y buscar voces que puedan dar testimonios.



GENERAR

Contenidos que complementen la información recolectada, darle una identidad sonora.



ARMAR

Darle forma al material investigado, a las voces y a los elementos que darán identidad.

PREPRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN

POSTPRODUCCIÓN

Conocer el material elaborado al momento de salir al aire o de grabar, coordinar la puesta de lo que estuvimos trabajando.

PREPRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN

POSTPRODUCCIÓN

Escuchar, escuchar y volver a escuchar, esto siempre nos ayudará a ajustar nuestra producción, ver que faltó y que sobró. En caso de que hayamos salido al aire en vivo podemos tomar un recorte de la emisión y editarlo para difundirlo o subirlo a redes sociales o a alguna plataforma de podcast. Si nuestro material fue grabado en estudio, luego será momento de la instancia de edición, para su posterior difusión.


A diez años de la rosa de los vientos

El objetivo es poder identificar en los diferentes fragmentos el uso del lenguaje, la redacción y la producción radiofónica. También, cómo esto aporta a la sonoridad de las piezas seleccionadas.

ACCEDER A WEB

Daunes,L., Korol, C. (2001, 24 diciembre) Fragmentos del programa “La Rosa de los Vientos” . FM La Tribu. Biblioteca Sonora. Recuperado el 05 de marzo de 2020 de: <https://caseteca.wordpress.com/2011/12/19/a-10-anos-la-rosa-de-los-vientos/>

Cierre de la unidad



¿El lenguaje radiofónico puede articularse con la redacción y la producción de contenidos en pos de optimizar la calidad del producto final?

Encontrar un equilibrio de los elementos del lenguaje radiofónico aporta una sonoridad más atractiva a los contenidos que decidimos producir.

Es necesario que para un mejor uso de los recursos la redacción de dicho contenidos tenga las particularidades propias del medio sonoro para que los oyentes se sientan más atraídos durante la escucha.

Conclusión

El cierre de este encuentro será en las palabras de Mario Kaplún, de su libro Producción de programas para radio (1999). El autor plantea que la eficacia del mensaje radiofónico dependerá de una serie de factores.

- 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 sólo de la palabra, sino también de la música y el sonido.
- 4 Crear una comunicación afectiva, que no sólo hable al intelecto del oyente, sino que convoque también su sensibilidad y su participación emotiva.
- 5 Desarrollar la capacidad de empatía, haciendo que el radioescucha 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 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 todos sus exigencias. La utilización de técnicas creativas es condición esencial de la comunicación radiofónica educativa.

Bibliografía

de referencia

-
- Agencia Informativa Púlsar (2008). El continente es el contenido. En Manual de Estilo de la Agencia Informativa Púlsar. Asociación Mundial de Radio Comunitarias. Recuperado en abril de 2020 de: <https://archive.org/details/elcontinenteeselcontenidomanualdeestilodelaagenciainformativapulsar/page/n11/mode/2up>
 - Camacho Camacho, L. (1998). La imagen radiofónica. México: Mc Graw Hill.
 - Holgado, A. (2013). Identidad sonora en tiempos de intermedia. Argentina: Ciccus.
 - Kaplún, M. (1999). Producción de programas para radio. Ecuador. Ed. Quipus, CIESPAL.
 - Rodríguez, L. (2011). Ponele Onda. Herramientas para producir radio con jóvenes. Argentina: Ediciones La Tribu.

de lectura obligatoria

- Andrea Holgado."Identidad sonora en tiempo de intermedia".Capítulo 2 Sonoridad y lenguajes.PP. 57 a 78.

Introducción a la unidad



¿Los distintos géneros radiofónicos se pueden ajustar a los diferentes formatos y así potenciar el mensaje?

Contenidos de la unidad

1

Géneros radiofónicos

2

Formatos

3

Tono y línea editorial



En la continuidad del taller, nos comenzamos a adentrar en el uso del lenguaje radiofónico. Este será parte constitutiva de los géneros radiofónicos: dramático, informativo, musical y de opinión. En este último es donde se hará más presente la línea editorial que nos marque el medio para el que trabajamos o que nos atraviesa a cada uno y lo plasmamos en nuestra producción periodística.

Los géneros buscarán el formato más adecuado para construir su relato, su narración sobre el hecho o la temática elegida, pero siempre guiados por el uso de la voz, la música, los efectos y los silencios.

Comenzar la unidad

Te invitamos a recorrer el contenido de la unidad.

[IR AL CONTENIDO](#)

Tema 1: Géneros radiofónicos

Los géneros radiofónicos nos marcan algo así como las leyes de producción y comienzan a establecer hábitos de percepción en nuestras audiencias. A través de ellos narraremos el hecho elegido en algún formato que nos parezca indicado por la temática, por el estilo de la emisora o el podcast que estemos llevando adelante.

Los géneros representan la realidad, son herramientas para el trabajo de los periodistas; nos orientan en el modo de hacer las cosas y de cómo adaptarlas a las particularidades del medio.

Dramático / Narrativo

Lo dramático automáticamente lo asociamos con la ficción o con lo teatral, y en el universo radial no es la excepción. De hecho, los orígenes de la radio, como hemos visto, tienen este género como fundador.

En este caso, el pilar para que nuestra historia se destaque es el conflicto que resida en ella.

Esta narración de hechos que ocurren en un tiempo determinado y que nos presentan una historia, que puede ser la adaptación de un escrito de otro o la creación a partir de una idea propia. En este último caso, debemos construir argumentos, convertir nuestra idea en una historia. Definiremos personajes, escenario; investigaremos los hechos que contamos y profundizaremos en aquellos que atraigan a nuestros oyentes.

Un buen relato dramático o de ficción debe contar con un guión en el que se organice aquello que hemos escritos con su 'traducción' radial. Un guión al que cuestionamos todo el tiempo para ir puliendo la trama de nuestra historia final.

El relato puede tener una estructura sencilla pero sin dudas efectiva: principio/planteamiento, medio/desarrollo y final/resolución. Seguramente estos conceptos no les sean desconocidos, todas las historias que hemos escuchado en nuestra vida tenían: introducción, nudo y desenlace; ¿por qué esto sería la excepción?.

Hay algunos elementos en el género dramático radiofónico a los que debemos prestar atención, porque atienden a la especificidad del medio:

- **CONFLICTO:** es el elemento esencial del género, da movimiento a la historia. Este puede surgir de una situación vivida o imaginada.
- **GUIÓN:** muestra el conjunto de nuestra historia y nos permite poner la lupa en los detalles. Debemos ver, pero sobre todo escuchar, lo que hemos escrito. Como dijimos más arriba, el guión está compuesto por tres instancias que deben contemplar la tensión dramática: **principio (presenta el tema y debe atraer al oyente), medio (aquí comienza la historia) y final (es el camino al cierre de la historia, que de ser posible debe incluir algo que sorprenda).**
- **PERSONAJES:** son quienes llevan adelante la historia. Se construyen con **motivación** que los hace parte de la historia por tener una **meta** que les da movimiento y la **acción** para obtener esa meta. Cada personaje está guiado por un texto y la interpretación que se haga de este.
- **ESCENAS:** deben ser cortas, útiles y con ritmo para mantener 'enganchada' a la audiencia. A través de ellas transcurre la historia.
- **RECURSOS:** acá entran en juego todos los elementos del lenguaje radiofónico. La **voz** de los personajes y su interpretación, y la escenografía acústica con **efectos, música y silencios.**

Periodístico

Este, quizá, es el género presente en la mayoría de la producción radiofónica y que se entrecruza con otros. Siempre busca dar cuenta de hechos que han ocurrido en la realidad.

La información es su elemento vital, es la materia prima con la que los comunicadores trabajaremos: tomaremos un hecho, lo interpretaremos y le daremos difusión. Más adelante profundizaremos sobre la línea editorial que tienen los medios, algo que influye en este proceso de selección y construcción de nuestro relato. La información que los medios emitan contribuye a la generación de opinión pública.

No existe la objetividad, los medios relatan una parte de los hechos; discurso que implica y produce ideología.

El comunicador cubano Ignacio López Vigil (citado en Rodríguez, 2011) dijo hace muchos años, algo que sigue vigente hasta nuestros días, en relación con la tarea periodística: **informar para formar, informar para inconformes e informar para transformar.**

¿Para qué hacemos periodismo? José Ignacio López Vigil, productor de radio cubano, contestó esa pregunta de la siguiente manera:

- **Informar para formar:** El género apunta directamente a la formación de opinión pública. Frente a una misma cuestión no hay una única corriente de opinión sino varias.
- **Informar para inconformar:** Buscamos cuestionar y cuestionarnos, denuncias las desigualdades e injusticias. La información provoca que las personas nos sensibilicemos sobre los problemas y actuemos para resolverlos.
- **Informar para transformar:** La formación de la opinión pública nos moviliza e influye poderosamente en las decisiones que todos tomamos día a día.

Dentro del género periodístico podemos identificar tres grandes subgrupos:

- **INFORMATIVO:** busca plasmar los acontecimientos.
- **OPINIÓN:** interpreta y analiza un hecho.

- **INVESTIGACIÓN:** profundiza e interpreta las causas y consecuencias del hecho.

Por último, debemos contemplar otros tres conceptos al momento de producir géneros periodísticos:

- **AGENDA:** está compuesta por temas y las maneras en las que podemos abordarlos.
- **FUENTES:** proporcionan información u opinión acerca de un tema.
- **CREDIBILIDAD:** la información debe ser confiable, al igual que las fuentes lo deben ser.

Musical

Siempre debemos tener presente que la música es una herramienta más de comunicación sea por lo que quiso transmitir quien la compuso o por el uso que le daremos desde nuestra producción o por el simple hecho de invitar a nuestros oyentes a disfrutar.

Estos factores hacen de la música uno de los elementos del lenguaje radiofónico, como hemos visto en la Unidad anterior.

Recordemos que la música que elijamos generará un diálogo con el oyente, nos definirá ante ellos, dará identidad a nuestra emisora y generará empatía con la audiencia. El desafío es capitalizar la riqueza expresiva del recurso y que esto se potencie en el género musical.

Repasemos algunas de las funciones que puede tener la música:

- Sentido propio.
- Función emotiva.

- Construye imágenes.
- Potencia un mensaje.

El uso que encontramos del género musical puede ser dentro de un programa o en toda la programación de la emisora, en ambos casos la música dará identidad. Algunos criterios musicales que son frecuentes:

- Selección musical por especialistas.
 - Selección musical por estilo.
 - Selección musical por idioma.
 - Selección pauta con discográficas.
 - Selección por estudio de mercado / Nichos musicales.
 - Una combinación de las anteriores.
-

Tema 2: Formatos

Los formatos radiofónicos son algo así como los moldes de las producciones que realizaremos, y dentro de ellos pueden convivir más de un género.

Conocer las particularidades de cada formato dará como resultado producciones enriquecidas, atractivas y más efectivas con los oyentes. Cada formato se basa en algo, tiene un origen que es la columna sobre la que se construye ese contenido.

Nuevamente citamos al radialista López Vigil (citado en Rodríguez, 2011):

¿Cuál es el mejor formato para abordar lo que nos proponemos? Aquí una serie de pistas compartidas por José Ignacio López Vigil:

- El que comunica más: depende del contexto en donde esté la radio y de la audiencia que escucha.
- El más adecuado: el que mejor responda a la intención de los y las productores/as y el tema a abordar.
- El que se rompe: conviene conocer primero la receta para romperla y seguir el camino de la creatividad.

Haremos un repaso por los distintos formatos a partir de cuál es su base, y profundizaremos en aquellos que son más habituales.

Noticia - Noticia ampliada - Crónica - Flash - Boletín - Panorama - Entrevista - Reporte - Móvil - Conferencia de Prensa - Servicio Social.

Nos detendremos en aquellos que son más frecuentes en la tarea radiofónica:

- **NOTICIA:** da a conocer los datos básicos del hecho que estamos comunicando. Está regida por criterios que componen lo noticiable: actualidad, interés colectivo, inmediatez, proximidad, rareza, tragedia, celebridad o entretenimiento. Deben responder a cierta estructura: título, cuerpo (aquí respondemos a las preguntas básicas del periodismo) y cierre.
- **FLASH:** es una primicia o una urgencia que se presenta de manera breve, puede irrumpir en la programación de la emisora.
- **BOLETINES:** reúne una serie de noticias y se emite en horarios fijos, con una duración promedio de 3 minutos. Suele tener como dato fijo al inicio y al final del compilado de noticias, la hora, la temperatura y la humedad; el HTH.
- **PANORAMA:** reúne noticias con un desarrollo más extenso, y su extensión total puede llegar a la media hora.
- **CRÓNICA:** es un relato cronológico del acontecimiento tal como ha sucedido.
- **MÓVIL:** el periodista relata la noticia desde el lugar en que el que esta ocurre. Generalmente, es una comunicación telefónica en la que da el parte del hecho.
- **ENTREVISTA:** es un diálogo entre el comunicador y el protagonista de un hecho o un especialista en aquello que estamos informando.

Basados en la opinión y el análisis

Comentario - Editorial - Debate - Encuesta - Panel - Mesa Redonda - Charla - Entrevista en Profundidad - Columna.

Nos detendremos en aquellos que son más frecuentes en la tarea radiofónica:

- **EDITORIAL:** analiza, interpreta y elabora conclusiones sobre un hecho. Refleja la opinión del medio o del programa.
- **COMENTARIO:** refleja la opinión del periodista que lo elaboró y comparte la estructura del editorial.

Estos dos formatos requieren la elección de un tema y qué diremos. Muchos profesionales suelen escribir estos formatos y no dejarlos sujetos a la improvisación.

- **COLUMNA:** a partir de una temática puntual un especialista desarrolla el formato.

Basados en la investigación

Aquí nos encontramos con el informe o documental, un formato que en los últimos tiempos ha recuperado lugar en los podcast.

Con un disparador que guiará toda la producción, convivirán la investigación, la opinión y la creatividad.

El objetivo es a partir de un hecho real, profundizar datos, analizar causas, contextualizar, revelar datos y en esto el periodista tiene un rol fundamental.

Para la producción de un informe podemos tener en cuenta el siguiente esquema:

- Elegir un tema.

- Generar interrogantes.
- Recortar un eje.
- Crear un equipo de trabajo.
- Recopilar material.
- Chequear fuentes.
- Filtrar el material.
- Elaborar un guión.

El informe tendrá una estructura similar los formatos de ficción: apertura, desarrollo y cierre.

Basados en el relato

Relato - Cuento - Leyenda - Fábula - Mito - Chiste - Carta

Solemos encontrar mucha narración en la radio y entre las cosas fundamentales de estas piezas se encuentran la interpretación, el ritmo y la extensión.

Destacamos el relato, donde se cuentan cronológicamente los hechos y la figura del narrador es quien lidera este formato.

Basados en personajes y escenas

Personificación - Monólogo - Imitación - Sketches - Series - Parodia - Radioteatro - Radionovela - Adaptación.

Como vimos dentro de los formatos de ficción, puede estar la figura del narrador pero el formato se centra en otros recursos. Hemos hablado también de los radioteatros y su importancia en la historia del medio. Este formato, en una misma producción, tiene su inicio, su desarrollo y su final, todo en una misma emisión. Lo que lo diferencia de la radionovela es que ésta se divide en capítulos.

Basados en criterios musicales

Además de estos formatos a los que nos referimos existen algunos que están puramente conectados con lo musical como el ranking o el 2x1. También nos encontramos con producciones que combinan distintos formatos y son de mucha utilidad en la radio: campañas, publicidades, jingles, radioarte, entre otros.

Tema 3: Tono y línea editorial

Cada medio tendrá ejes sobre los cuales trabajará la información, a qué le dará más jerarquía y tratamiento. La objetividad en sí misma no existe, y el recorte de los hechos es el claro ejemplo de esto. La perspectiva editorial marcará la agenda.

Qué es la línea editorial

Como mencionamos, nos referimos a aquello que decidimos comunicar y a aquello que no se comunica. En la mayoría de los medios que pertenecen a empresas esto se puede leer con mucha claridad, sobre todo en estas épocas de multimedios.

También existe una serie de factores que determinan la línea editorial: de qué se habla, a quién se le habla, cómo se diferencia de otros medios.

Importancia

La línea editorial puede tener una carga negativa quizá, pero es aquello que reunirá los lineamientos que un medio tendrá para generar sus contenidos y le dará identidad.

Cómo crear la línea editorial

Durante muchos años los medios elaboraron manuales de estilo y sobre ellos plantean el trabajo de los periodistas. Los elementos que se contemplan al momento de responder a la línea editorial están relacionados con el lenguaje, los

temas seleccionados y la manera en la que estos se abordan.

Una línea editorial clara permitirá que el contenido sea consistente a lo largo del tiempo y permitirá que en el caso de un programa si cambia alguno de sus integrantes, la nueva persona se pueda integrar a ese esqueleto con sus particularidades.

Existe una serie de elementos a contemplar incluso en lo más micro de la realización radiofónica. Se debe definir cuál es el objetivo del medio, del programa, del podcast o del formato que se produce.

La calidad de la producción que realizamos debe apuntar a piezas que se destaquen ya sea por su edición sonora, por el contenido atractivo que ofrecen, porque hemos convocado a un invitado exclusivo; prestar atención a estos factores marcará la diferencia y ayudará que se realce nuestro trabajo.


¿Qué puede la radio hoy?

Reconocidos productores y productoras de todo el mundo dan su voz a un texto escrito en el Centro de Producciones Radiofónicas sobre las posibilidades de la radio.

ACCEDER A WEB

CPR (2018) ¿Qué puede una radio hoy? Recuperado el 05 de Marzo de 2020 de: <https://cpr.org.ar/que-puede-la-radio-hoy-2/>

Cierre de la unidad



¿Los distintos géneros radiofónicos se pueden ajustar a los diferentes formatos y así potenciar el mensaje?

El desafío a lo largo de la producción de contenidos radica en que a medida que surgen nuevos recursos estos potencien nuestra labor.

Aquí, más allá de en qué se base el formato, el objetivo es poder aplicarlos a los géneros que forman la radio.

El plus viene de la mano de la línea editorial, algo que cada medio tiene, y muchas veces debe ajustarse a los contenidos.

Conclusión

El cierre de este encuentro será un gráfico que resume lo que hemos recorrido a lo largo de la unidad, un material que se puede tener a mano. A veces olvidamos la cantidad de opciones que tenemos en la radio y podemos trasladar a nuestros programas y podcast.

Por último, les proponemos leer la siguiente respuesta del Consultorio Ético de la Fundación Gabo: ¿Qué es la línea editorial de un medio de comunicación? (<https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/888>, Recuperado el 28 de abril de 2020).

Bibliografía

de referencia

- Holgado, A. (2013). Identidad sonora en tiempos de intermedia. Argentina: Ciccus.
- Jaimes, D. (s.f.) Géneros y formatos radiofónicos. Programa Federal de Radio Socioeducativas. Argentina. Ministerio de Educación de la Nación, Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual y Comisión Nacional de Comunicaciones.
- Rodríguez, L. (2011). Ponele Onda. Herramientas para producir radio con jóvenes. Argentina: Ediciones La Tribu. Recuperado en abril de 2020 de:
https://poneleondaradio.files.wordpress.com/2012/08/ponele_onda.pdf

de lectura obligatoria

- Laura Rodríguez. "Id Ponele Onda". Cap.5,6,8 y "El género musical". PP. 37 a 39, 41 a 46, 63 a 71 y 89 a 91.

Descarga del contenido

¿Quieres imprimir el contenido del módulo?

Para descargar el contenido del módulo, e imprimirlo, haz clic en el archivo que se encuentra a continuación.
