

Proyecto de Locución Radial

“LA VOZ JUVENIL”



Eliazar Ortiz

Introducción

El arte ha sido, es, y siempre será, una de las mayores expresiones del sentir humano, en el que el hombre trasunta sus triunfos y derrotas, sus penas y alegrías, sus miedos y sueños, etc. Y dentro de este universo de artes existe uno que el hombre ha cultivado desde siempre: el arte de la palabra oral que desarrolla la capacidad expresiva y de escucha en los seres humanos para el adecuado desenvolvimiento social y educativo dentro de nuestra sociedad y sobre todo en las aulas educativas. Este arte oral no ha sido desarrollado con adecuación en los educandos bolivarianos, y es razón a este vacío que nuestros estudiantes a diario lidian con el miedo y la timidez a la hora de expresar adecuadamente sus pensamientos, sentimientos, emociones. Vacío que los lleva a no valorar las capacidades y potencialidades que poseen.

Es en razón a esta problemática la propuesta de este proyecto radial, con el único objetivo de fortalecer y afianzar las capacidades comunicativas de producción y expresión oral en la comunidad educativa bolivariana.

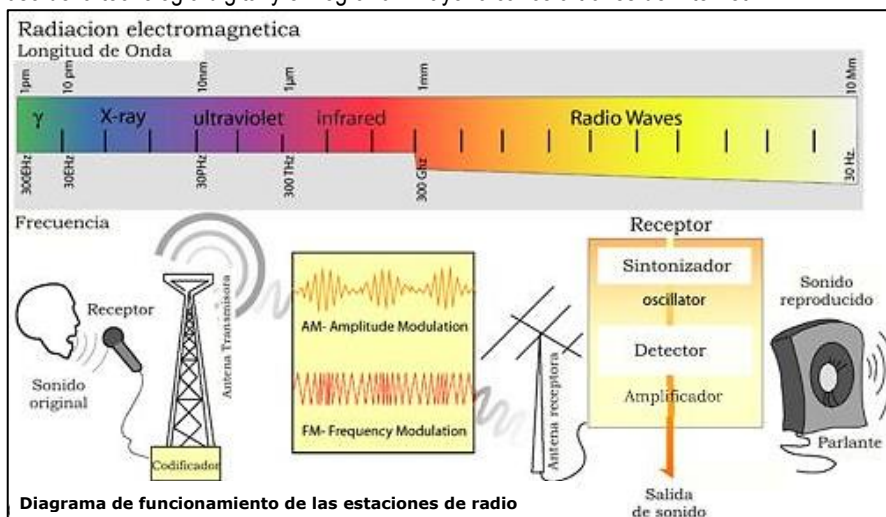
Sumario

1. LA RADIO: Historia, concepto, ventajas y limitaciones, funciones, características, tipos, organización.
2. LENGUAJE RADIAL: Concepto, elementos (Palabra, música, efectos sonoros, silencio).
3. GÉNEROS RADIALES: Concepto, clasificación. – FORMATOS RADIALES: Concepto, clasificación. – PROGRAMAS RADIALES: Concepto, características, elementos, clasificación.
4. PROGRAMACIÓN RADIAL: Concepto, fases (Pre-producción, producción, post-producción). GUIÓN RADIOFÓNICO: Concepto, modelos.
5. LOCUCIÓN RADIAL: Concepto, tipos, técnicas.
6. RECURSOS RADIALES: Cuñas, radio dramas.

LA RADIO

ACTIVIDAD TEÓRICA

- HISTORIA:** La comunicación radiofónica tiene su origen en las investigaciones que, acerca de la transmisión a distancia de los sonidos, vinieron realizando numerosos investigadores y científicos a lo largo del siglo XIX. En 1909 la conjunción de dos inventos recientes (el teléfono y la telegrafía sin hilos) en un único aparato hizo posible la radiodifusión. En 1920 se instala la primera estación regular de radio en EEUU y años más tarde en otros países. Mejoras posteriores, como la modulación de frecuencia (FM), el magnetófono, la estereofonía y los transistores aumentaron su calidad y ligereza, y por tanto su extensión. La radio del futuro está centrando su esfuerzo en mejorar la calidad del sonido mediante el uso de la tecnología digital y en lograr un mayor alcance a través de Internet.



- CONCEPTO:** Es un medio de comunicación masivo que informa y entretiene, nos permite comunicarnos y llegar a más personas. Su señal llega a zonas muy alejadas. La radio nos acompaña a lo largo del día, en el desayuno dándonos las noticias, o muy de mañana al salir a campo y, por supuesto, en las noches antes de dormir. Por ello muchos dicen que "la radio está siempre cerca de la gente". La radio trabaja con sonidos y una de sus más grandes potencialidades tiene que ver con la imaginación, con el hecho de que quien escucha tiene la oportunidad de completar el sentido, de construir una imagen propia o una historia.

La radio afecta a la gente de una forma muy íntima, de tú a tú, y ofrece todo un mundo de comunicación silenciosa entre el escritor-locutor y el oyente".

Marshall McLuhan.

3. VENTAJAS Y LIMITACIONES:

VENTAJAS	LIMITACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Amplia difusión popular: debido a que la mayoría de las personas tienen acceso a un receptor de radio. ✚ Simultaneidad: es accesible, porque tiene posibilidades de llegar a muchas personas al mismo tiempo y, además es un medio transportable. ✚ Largo alcance: porque las ondas sonoras de radio llegan a lugares distantes donde no llega el Internet, el cine, la televisión, ni otros medios. ✚ Bajo costo: es un medio económico, llega a más personas a menor precio, ya que tiene un costo de difusión menor que otros medios. Es más fácil, rápido y económico producir radio que producir televisión o imprimir un diario. Y es mucho más barata una radio a pilas que un televisor o la compra frecuente de una revista. ✚ Acceso directo a los destinatarios: porque llega al domicilio de cada oyente sin que este tenga que desplazarse para recibirlo. ✚ Accesibilidad al manejo del medio: porque requiere de menos capacitación técnica para manejarlo como medio, si lo comparamos con la televisión, el cine o la prensa. El lenguaje oral de la radio le permite ser absolutamente democrático. ✚ Rapidez: por último la radio es inmediata. Nos permite entrar en las cosas en el mismo instante en el que suceden. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La capacidad de respuesta: La radio comparte con la televisión y otros medios de comunicación la desventaja de tener ausente, muchas veces a varios kilómetros al receptor final de la información, imposibilitando conocer la reacción de los que escuchan la radio, no sabiendo si la información se recibe pasivamente o es rechazada y en la que el receptor no puede intervenir. ✚ Total accesibilidad: Las personas con discapacidad auditiva no pueden gozar del fabuloso mundo de la radio ya que las ondas sonoras las percibimos por medio del oído. Esta desventaja es menos sensible en los medios audiovisuales, ya que aquí entra en juego además del oído, la vista, por lo que el poder de transferir información se facilita al entrar en acción el oído y la vista. ✚ La fugacidad del mensaje radiofónico: Cuando el locutor habla y habla sin descansar, el receptor no es capaz de asimilar las ideas principales del mensaje, ya que la información en radio es efímera, no se detiene, se pierde en el tiempo y el espacio. La radio no es como el periódico donde el lector puede detenerse a interpretar la hoja o retroceder y retomar posteriormente una lectura, en la radio si no se sabe expresar adecuadamente, la comunicación es en vano, lo que se dijo salió y se perdió en el tiempo y el espacio. Por eso los mensajes radiofónicos deben tener cierto nivel de redundancia que no está presente en los medios de comunicación. ✚ El tiempo: Por radio no podemos darnos el lujo de leer un libro. La información de los programas radiales es limitada, sólo hay tiempo y espacio para pocas ideas, nos limita a pocos y claros conceptos en cada emisión.

4. FUNCIONES:

- ✚ **Educar:** La radio permite transmitir conocimientos y generar aprendizaje en quien escucha.
- ✚ **Informar:** La radio logra presentar información actualizada a través de las noticias.
- ✚ **Entretener:** La radio cuenta con el uso de la música y la locución para presentar mensajes atractivos y de entretenimiento.
- ✚ **Orientar:** La radio influye y busca orientar a quien lo escucha.

5. CARACTERÍSTICAS:

- ✚ **Inmediatez:** Nos permite escuchar los hechos que suceden justo en el momento en el que ocurren (un sismo, un bloqueo en una avenida o una noticia de trascendencia para la sociedad).
- ✚ **Personalización:** se refiere a que la Radio crea sentido de pertenencia, por ejemplo, "mi radio". A pesar de ser un medio masivo de comunicación cada persona se imagina de diferente forma al locutor que está hablando a través de la radio así como lo que está diciendo esa persona.
- ✚ **Multisensorialidad:** se refiere al hecho de que uno puede escuchar la radio y estar realizando otras actividades simultáneas. Al entrar el sonido por el oído, uno puede estar viendo otras cosas y estar "escuchando" la radio.

Otras características de la radio:

- ✚ Hace posible la creación de un ámbito privado en cualquier lugar, debido a su reducido tamaño.
- ✚ La variedad de emisoras y de programas permite satisfacer todas las necesidades informativas y recreativas del individuo.
- ✚ Requiere una menor concentración, ya que la percepción exclusivamente auditiva hace este medio compatible con otras actividades simultáneas, sobre todo manuales.
- ✚ Permite la participación del oyente, que interviene de forma activa en el diálogo continuo que se establece entre el locutor y los que escuchan a través de la línea telefónica.
- ✚ Rapidez e instantaneidad. Las noticias nos llegan con enorme rapidez, muchas veces en el mismo instante en el que están ocurriendo.
- ✚ Fugacidad del mensaje. Se percibe únicamente con el oído y nuestra capacidad de retención auditiva es muy inferior a la visual, por lo que la permanencia del mensaje en el tiempo es mínima.
- ✚ Potencia la imaginación. A partir de la palabra, el oyente, mediante su imaginación, "recrea" su propia realidad.
- ✚ Su utilización se reduce a la simple audición de la programación ofrecida por el medio.

6. TIPOS:

Según su cobertura	F. M. (modulación de frecuencia)	Poseen medios técnicos relativamente sencillos y una cobertura espacial limitada, debido a la propagación de sus ondas en línea recta y a la curvatura terrestre.
	A. M. (modalidad de amplitud)	Poseen medios técnicos más costosos y emiten en onda media y larga.
Según su titularidad	Pública.	Pertenece al Estado o a alguna otra institución oficial. Algunas no cuentan con publicidad y se financian exclusivamente del presupuesto asignado por el organismo al que pertenecen.
	Privada.	Sus propietarios son particulares o empresarios y se financia únicamente con la publicidad.

Según su contenido	Generalista o convencional	Presenta una programación variada que satisface a un gran número de personas.
	Temática o especializada	Se dirige a un público determinado ofreciéndole un tipo de mensaje concreto.

7. **ORGANIZACIÓN:** Una emisora radiofónica consta de los siguientes apartados:
- ✚ **Locutorio:** sala insonorizada donde se producen los mensajes orales y que está en permanente contacto visual con el control. La figura clave es el locutor que se erige en maestro involuntario al que se imita tanto más cuanto mayor es su prestigio. Ha de poseer las siguientes cualidades:
 - a. Tener capacidad de comunicación, de sinceridad en lo que cuenta.
 - b. Buen nivel de lectura.
 - c. Una espléndida dicción, riqueza de tonos y una bonita voz.
 - d. Buenas dotes de improvisación.
 - e. Alto nivel cultural.
 - ✚ **Control:** sala desde donde se controlan las mezclas de sonidos y la calidad de los mensajes que se emiten.
 - ✚ **Discoteca:** archivo ordenado de discos, cintas y compactos de que dispone la emisora.
 - ✚ **Sala de redacción:** lugar en el que se elaboran por escrito los mensajes que serán emitidos.

ACTIVIDAD PROCEDIMENTAL

- 1) Responde a las preguntas: ¿Por qué hacer Radio? Y ¿Para qué hacer radio?
- 2) Identifica cuales las principales emisoras radiales del país, la región, la provincia, y del distrito.
- 3) Responde a la pregunta: ¿Cuáles son los radios más escuchadas en nuestra localidad?

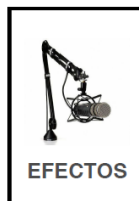
ACTIVIDAD VALORATIVA & REFLEXIVA & APLICATIVA

- 4) Participa en el conversatorio: la importancia de la radio en nuestro diario vivir, y reflexiona sobre su influencia en la conducta humana y social.

LENGUAJE RADIAL

ACTIVIDAD TEÓRICA

1. **CONCEPTO:** El lenguaje radiofónico es el lenguaje que se utiliza en la radio. Debido a las limitaciones del medio, se basa exclusivamente en el sonido (música, palabras, etc.), en una sola dirección (del emisor al oyente).



2. ELEMENTOS:

2.1. LA PALABRA:

- a. Como nuestra capacidad de retención auditiva no es muy grande, el lenguaje radiofónico tiende a simplificar:
- ✚ **No conviene emplear pasajes demasiado largos** ni cargados de datos o expresiones complicadas, porque perderemos la atención del oyente.
 - ✚ **Repetir** los asuntos esenciales de la información para que el oyente pueda tener claro lo más importante, y lo retenga.
 - ✚ Usar **palabras claras** y de **fácil comprensión**.
 - ✚ **Redondear las cifras** (es mejor decir 139.000 o más de 139.000, que 139.452).
- b. Para escribir un buen texto radiofónico hay que huir de determinados recursos que dificultan la comprensión:
- ✚ **La elipsis.** Hay que evitar la supresión de un elemento de la frase que se da por sobrentendido.
 - ✚ **La perifrasis.** Emplear un rodeo para no repetir una palabra.
 - ✚ **El hipérbaton.** Alterar el orden lógico de la oración.
- c. El lenguaje radiofónico debe emplear recursos que potencian la repetición, pero sin cansar:
- ✚ **La redundancia** de los datos más importantes y de las palabras de un texto.
 - ✚ **Acentuar y multiplicar las pausas** mediante los signos de puntuación haciendo que las oraciones subordinadas se transformen en oraciones simples y de fácil comprensión.
- d. **Recursos lingüísticos:**
- ✚ El **adjetivo** nos permite detallar, especificar la realidad para que el oyente pueda imaginar a partir de nuestras palabras.
 - ✚ La **comparación** y la **metáfora** nos ayudan a evocar imágenes en la mente del que escucha.
- e. **Buena entonación, pronunciación correcta y viveza expresiva** para hacer comprensible el mensaje y captar la atención del receptor.

- f. **Ritmo de elocución variado**, combinando el ritmo rápido con el lento para evitar la monotonía, que provoca aburrimiento.
- g. **Lenguaje coloquial**. El lenguaje debe ser comprensible para la gran masa de oyentes de diferentes niveles culturales que componen la audiencia.
 - + En la radio se escribe para que no se note, tratando de dar la impresión de que aquello que se dice surge con espontaneidad, sin papeles. Es decir, se escribe para **leer como si se hablara**, pero hay que evitar “**la estética del error**”, que iguala a veces torpeza y simpatía.
 - + El lenguaje radiofónico se caracteriza también por el empleo de **extranjerismos** innecesarios y de **eufemismos**.

2.2. **LA MÚSICA:** Es una de las manifestaciones artísticas más comunes y enriquecedora que el ser humano ha desarrollado. Se define como el arte de organizar sensible y lógicamente una combinación coherente de sonidos y silencios utilizando los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo.

- a. Tiene la **misión** de aportar sensaciones.
- b. Aparece como **protagonista absoluta** de muchos programas, en los que la palabra sirve únicamente como apoyo y entrada a las composiciones musicales.
- c. Como apoyo de la palabra o fondo cumple **funciones estéticas** esenciales:
 - + **Función expresiva:** destinada a crear una atmósfera sonora, un necesario ambiente emocional.
 - + **Función descriptiva:** empleada para describir elementos como un paisaje o un escenario muy concreto.
 - + **Función gramatical:** sustituye a los signos de puntuación en el mensaje sonoro.
 - + **Función reflexiva:** permite que el oyente reflexione sobre el mensaje oído.

Además, la música puede ser usada:

- + **Para sintonía:** identificar un programa específico.
- + **Como introducción:** nos indica el inicio de un tema o una sección específica del programa en general.
- + **Para cierre musical:** permite marcar el cierre de una sección o tema específico dentro del programa en su totalidad. También hace referencia a la música que indica la finalización del programa.
- + **Como cortina musical:** Son pedacitos de música (muy cortitos) que sirven para separar temas o partes de un mensaje, cambiar secuencias, distinguir un contenido de otro o bloques temáticos de un programa, hacer entrevistas, leer comunicados, etc.
- + **Como ráfaga:** es una música breve que señala una transición en el tiempo. También puede ser utilizada para separar secuencias, contenidos o bloques temáticos, con la diferencia que su duración es mucho menor que la de la cortina. Al ser un espacio tan breve permite ir marcando de una mejor manera el ritmo general de los bloques y del programa en general.
- + **Como golpe musical:** música muy breve (de 2 a 3 acordes) que permite dar énfasis a una acción.

- ✚ **Como tema musical:** permite identificar una “escena” de manera tal que se escoge un determinado tema para identificar un lugar, o un personaje o un momento en el tiempo. También, Aquí las canciones van completas y acompañadas de una presentación. Se debe dar el nombre de la canción y quien la canta.
- ✚ **Para presentar programas:** Si colocamos parte de una canción específica a un programa, cuando la escuchamos ya sabemos que es el inicio de tal o cual programa. Es como la firma o el apellido de un programa.

Consejos importantes para el uso del recurso musical:

- ✚ Debe ser apropiada para los temas tratados
- ✚ Debe gustar a la población con el tipo de población objetivo.
- ✚ Preferentemente utilizar música sin letra.
- ✚ No se debe utilizar en exceso la música.
- ✚ Emplear la misma característica musical para la apertura y cierre de un programa.
- ✚ Si el programa se divide en secciones, cada sección debe tener su música característica lo cual contribuirá a preparar al receptor para atenderla.
- ✚ Es indispensable que no se use música cantada ni en la identificación ni en las cortinas o puentes musicales ya que la voz humana distrae.
- ✚ Si la música instrumental empleada es muy popular y la letra es del dominio público, también distrae al receptor. Si las pausas son amplias, deben también tener música ya que el silencio prolongado por radio desconcierta y se transforma en “ruido”.
- ✚ Se procura que la música estimule el trabajo.

En un programa radial la música es el mejor apoyo técnico para que se interpreten adecuadamente los mensajes que se radiodifunden. Despertando el interés del auditor, en algunos casos específicos, la música o las canciones son el mensaje mismo.

A veces consideramos a la música como un accesorio. Pero lo cierto es que la mayoría de las personas que escucha radio FM lo hacen por la música. Y la música define mucho lo que somos.

2.3. LOS EFECTOS SONOROS: Contribuyen a representar la imagen que se pretende crear en el oyente. Se basa en el uso de formas naturales o artificiales de producir sonidos que ayudan en la descripción de ambientes o situaciones. Los efectos sonoros también cumplen una serie de funciones como:

- ✚ **Función descriptivo-ambiental:** si ayuda el efecto a describir un ambiente.
- ✚ **Función descriptivo-expresiva:** cuando el efecto sonoro se usa para describir una sensación o emoción.
- ✚ **Función narrativa:** tiene un valor complementario a la narración y se emplea en determinados momentos de la misma, por ejemplo para simular ruidos de objetos.
- ✚ **Función ornamental:** el efecto sonoro es accesorio y se usa como complemento, no son necesarios para situar al oyente.

2.4. **EL SILENCIO:** Contribuye a crear determinados ritmos y se suele utilizar con la intención de provocar advertencias dramáticas, reflexivas, etc. en el oyente. Se emplea normalmente con una intención psicológica, dramática. Incluso cuando cumple una función ortográfica se busca una respuesta emotiva en el oyente. Puede ser:

- ✚ Silencio objetivo: es la ausencia de música y de ruido. Sin más connotaciones.
- ✚ Silencio subjetivo: es el silencio utilizado con una intencionalidad ambiental o dramática.

Otra clasificación posible es:

- ✚ El silencio narrativo, que cuenta acciones en el tiempo.
- ✚ El silencio descriptivo, que muestra el aspecto de seres y cosas, y expresa sentimientos.
- ✚ El silencio rítmico, que apoya el ritmo de la acción.
- ✚ El silencio como recurso expresivo, que pueda aportar ambigüedad, dramatismo, etc.
- ✚ El silencio como pausa.
- ✚ El silencio como error.
- ✚ El silencio reflexivo, para ayudar a valorar el mensaje.

ACTIVIDAD PROCEDIMENTAL

- 1) Escucha algunos ejemplos de programas radiales y reconoce y valora los elementos del lenguaje radial.

ACTIVIDAD VALORATIVA & REFLEXIVA & APLICATIVA

- 2) Taller de lenguaje radiofónico: voz, mezclas musicales, efectos sonoros, silencios.

GÉNEROS, FORMATOS Y PROGRAMAS RADIALES

ACTIVIDAD TEÓRICA

GÉNEROS RADIALES

- 1. CONCEPTO:** Formas específicas para organizar los contenidos, son grandes clasificaciones de la producción. Los géneros son “modelos” que implican leyes y crean hábitos de percepción.
- 2. CLASIFICACIÓN:** En la radio existen 4 tipos de géneros: informativo, dramático, narrativo, musical.

Tipos de genero	Descripción	Tipo de formato	Descripción
INFORMATIVO	Es la forma como se da a conocer la noticia	Flash informativo	Adelanto breve de una noticia.
		Boletín informativo	Es el resumen de las noticias más importantes del día. El tiempo de duración es de 2 a 5 minutos
		Avance informativo	Es una mini noticia o titular ampliado. Debe durar un minuto o menos.
		Noticiero	Es la transmisión de las noticias ampliadas; permite hacer comentarios más largos.
DRAMÁTICO Producciones radiales que giran en torno a la ficción.	Es el reflejo de sucesos cotidianos que se viven en las familias, las comunidades o los distritos.	Personificaciones	Son personajes que cobran vida y que nos incitan a la reflexión frente a un problema.
		Socio drama	Es la recreación de la forma de vivir de la gente. Son situaciones cotidianas que nos muestran de forma corta vivencias y comportamientos de un grupo de personas.
		Relatos testimoniales	Son historias contadas por los mismos protagonistas o historias recreadas. Sirve para reconstruir situaciones, recordar anécdotas, revivir experiencias.

NARRATIVO O DE FICCIÓN	Son los preferidos por niñas, niños y jóvenes. Es la habilidad para narrar historias de ficción o históricas	Mitos y leyendas	Es la forma como nuestros antepasados interpretaron y explicaron el mundo. El estilo es siempre mágico y el narrador tiene que hablar con cierto misterio ubicando la narración en tiempo pasado. Los personajes son animales o dioses.
		Cuentos o dramatizaciones	Es la narración de algún conflicto interesante, empleando los recursos del lenguaje radial (palabra, música, efectos, silencio).
		Sketch	Es un diálogo muy breve y cómico. Es la narración irónica o burlona de algún problema o situación que es noticia. También es un recurso para divertir a los oyentes.
MUSICAL	Es el alma de la radio, porque inspira sentimientos de alegría, tristeza, nostalgia, etc.	Invitado especial	Se enfoca al hablar sobre la vida de un cantante; difundiendo sus mejores canciones, y comentando datos importantes de cada canción: fecha de creación, premiaciones o reconocimientos por la canción, etc.
		Historia de una canción	Es la dramatización de la letra de la canción, a través de una situación cotidiana.
		De género	Dedicada a la transmisión de un solo tipo de música: rock, romántica, salsa, cumbia, folklórica, latinoamericana, etc.

FORMATOS RADIALES

1. **CONCEPTO:** Formas generales para organizar el conjunto de programas y géneros de una emisora, son estructuras de producción posibles de ser reconocidas tanto por productores como por oyentes. No son programas de radio, por el contrario, son pequeñas piezas que nos permiten enriquecer los programas.

2. **CLASIFICACIÓN:**

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| ✚ Mitos y leyendas. | ✚ Crónica. |
| ✚ Noticiero. | ✚ Recitales. |
| ✚ Rueda de Prensa. | ✚ Anécdotas |
| ✚ Personificaciones. | ✚ Nota simple. |
| ✚ Radio Clip. | ✚ Nota ampliada con audio. |
| ✚ Sketch. | |
| ✚ Flash informativo. | ✚ Complacencias. |
| ✚ Jingles. | ✚ Cuñas. |

- ✚ Novelas.
- ✚ Entrevistas.
- ✚ Mesa redonda o panel.

- ✚ Debates.
- ✚ Chistes
- ✚ Cuentos.

PROGRAMAS RADIALES:

1. **CONCEPTO:** Es un producto comunicativo de carácter masivo, que posee un conjunto de caracteres específicos, objetivos, públicos, contenidos, etc. que le permiten diferenciarse de otro.

Cada programa de radio exige una adecuada articulación de sus elementos: música, efectos, publicidad y discurso verbal, posibilitándole una práctica de producción diferencial que adecúa su propio lenguaje, relaciones, usos y definiciones socioculturales a las demandas de los públicos.

2. **CARACTERÍSTICAS:** Para que un espacio radiofónico sea considerado un programa propiamente dicho, debe tener las siguientes características básicas y diferenciales:

- ✚ Un nombre que le permita ser reconocido por los oyentes.
- ✚ Objetivos. Intenciones de logro o relación con el público.
- ✚ Una duración o tiempo de emisión que respete los horarios y frecuencia de audición.
- ✚ Una estructura: dura o flexible.
- ✚ Se construye a partir de un formato o grupos de formatos predominantes.

3. **ELEMENTOS:**

- a. **Los bloques y secciones:** Son espacios determinados y diferenciados por las tandas comerciales; en tanto que las secciones refieren a los contenidos específicos y los formatos que se utilizan para presentarlos, es decir que en el último bloque del programa, por ejemplo, pueden ubicarse las secciones de deportes y sociales.

- b. **Caretas de presentación y despedida:** Como todo ritual de relaciones humanas cuando uno ingresa a un espacio se presenta y cuando finaliza se despide. El principio y el fin están caracterizado por un acto protocolar, y en la radio significa diferenciar esos dos momentos, y que mejor citación para poner en juego nuestra creatividad para causar más expectativa y atracción.

- c. **Cuñas:** Son breves formas promocionales del programa o de una sección específica (por lo general no pasan de los diez segundos), que ingresan en cualquier momento, incluso algunos dicen que de forma molesta para interrumpir sus canciones favoritas -bueno en algunos casos sí, pero en la mayoría se trata de evitar la piratería-.

- d. **Publicidad:** Elemento indispensable en las radios de hoy, principalmente en las radios comerciales, aunque algunas emisoras carezcan de ella. ¿Sino de que podrán vivir y mantener la producción?
4. **CLASIFICACIÓN:** La clasificación de los programas de radio pueden enfocarse de manera distintas:
- a. **Programas según contenidos:** Ecológicos, turísticos, deportivos, periodístico informativos, de espectáculos, hogar y familia, políticos, económicos, médicos, jurídicos, etc.
 - b. **Programas según públicos:** Adulto contemporáneos, juveniles, infantiles, familiares, popular urbanos, andino provincianos, rurales, campesinos, femeninos, étnicos (comunidades aymaras, quechuas, etc.).
 - c. **Programas según formatos:** Programas de entrevistas, testimoniales, consultorios radiales, especiales musicales, rankings musicales, de participación ciudadana, etc.
 - d. **Programas según modos de producción:**
 - ✚ **Programas "en vivo".** Su realización se da exactamente en el momento que se está emitiendo, con la naturalidad y riesgos al error. No obstante como cualquier proceso de producción, queda entendido que esta fórmula requiere de planificación y organización de los recursos necesarios para reducir las situaciones imprevistas.
 - ✚ **Programas grabados.** Las facilidades técnicos profesionales con las que cuenta una producción, podría facilitar un proceso de realización previa a la emisión; es decir que el programa completo se registra en algún sistema de audio: casete o disco, favoreciendo la posibilidad de anular los errores, pero eliminando toda forma de participación y contacto directo con los oyentes.
 - ✚ **Programas mixtos.** Porque implican ambas formas de producción; es decir que algunas secciones o fragmentos del programa se emiten en vivo, y otras han sido grabadas con anterioridad.

PROGRAMACIÓN RADIAL

ACTIVIDAD TEÓRICA

1. **CONCEPTO:** Es el proceso de planear, organizar y transmitir la música y los programas afines con el perfil deseado para una estación radiofónica. Responde a las siguientes interrogantes: ¿Qué quiero transmitir?, ¿Cómo lo llevo a cabo?, ¿Dónde consigo lo necesario para tenerla en funcionamiento?, ¿Locutores, productores afines con el proyecto?

2. **FASES:** La producción de un programa radial necesita mucha organización, por lo que es importante que se realice de manera planificada.
Las fases para la producción de un programa radial y de todo producto radial son:
 - ✚ **Pre-producción**, primera fase que corresponde a todas las acciones previas que necesitan realizarse para preparar el programa.
 - ✚ **Producción**, es la fase de la difusión misma del programa.
 - ✚ **Post-producción**, tercera y última fase, definida por las acciones de edición del producto radial.
- 2.1. **FASES DE PRE-PRODUCCIÓN:** Esta es la etapa inicial en la que se planifica y se prepara el programa o espacio radiofónico. La preproducción incluye al menos las siguientes tareas:
 - a. **Paso 1: Conocer a mi público oyente.** Es básico conocer a quién nos vamos a dirigir, para que nuestro programa sea escuchado y sea del agrado de nuestro público.
Para lograrlo debemos considerar:
 - ✚ Hábitos y costumbres de los oyentes, debemos conocer el horario para escuchar radio (mañana, tarde o noche), los días que gustan escuchar radio (todos los días, ciertos días de la semana), momentos en que escuchan radio (durante el almuerzo, el trabajo en la chacra, antes de dormir, etc.). Además de conocer qué tipo de programa les gusta escuchar (informativo, musical, narrativo, etc.).
 - ✚ Necesidades y problemas de la comunidad, debemos conocer los temas que le gustaría oír a nuestro público y se toquen dentro de nuestro programa. Ejemplo: salud, medio ambiente, políticos, agrícolas, ganaderos, cívicos, etc.
 - ✚ Ubicación geográfica: región de residencia, cantidad de habitantes de la localidad, condición urbana o rural.
 - ✚ Ingreso económico, edad, género, etapa de vida familiar (soltero, casado, sin hijos, etc.), clase social, nivel educativo, ocupación y origen étnico.

- ✚ Psicográfica: valores, actitudes, personalidad y estilo de vida (actividades, intereses, opiniones), ello nos permite orientar mejor los gustos y preferencias de nuestra audiencia.

“Conocer a la audiencia no es sólo contar oyentes y describir sus comportamientos y gustos, es también comprender el papel que la radio juega con las distintas facetas de su vida” María Cristina Mata.

Si bien no es conveniente pensar en el público únicamente en términos de género y edad, en los estudios de audiencia se acostumbra separar la población encuestada en franjas de edad y luego cruzar esa variable con otros aspectos demográficos como los de ocupación y lugar de residencia. Se tiene entonces las siguientes franjas:

- ✚ Niños (7 a 12 años).
- ✚ Adolescentes (13 a 17 años).
- ✚ Postadolescentes (18 a 24 años).
- ✚ Adulto Joven (25 a 34 años).
- ✚ Adulto Maduro (35 a 54 años).
- ✚ Adulto Mayor (55 años en adelante).

Ejemplo: los varones jóvenes gustan de música folklórica y cumbias. Prefieren las historias y gustan de las noticias de actualidad. Las mujeres con niños menores de 5 años gustan de los programas de salud y de la música folklórica. Los varones y mujeres adultos de la comunidad gustan de las noticias por la mañana.

¿Cómo conocer a nuestros oyentes? A través de las conversaciones con nuestros paisanos, a través de las visitas a otras comunidades vecinas, a grupos organizados; y sobre todo a través de nuestra observación y sentir propio.

- b. Paso 2: Conocer a mi competencia radial.** En esta fase debo analizar la programación de las otras radios y ver si los programas satisfacen a la audiencia. Identificar que está faltando en los programas radiales para proponer nuevos programas que cubran las necesidades de mi público oyente (audiencia).

¡Escuchar radio... mucha radio!

Para escribir bien hay que leer... para producir radio hay que escuchar radio. Radio nacional, radio por Internet, radios clásicas, populares, alternativas, malas, buenas, pero hay que escuchar radio. De esta manera podemos inspirarnos, aprender y tratar de no hacer “más de lo mismo”.

El desarrollo experimentado por la tecnología digital así como el acceso que hoy existe, nos invitan a apropiarnos del software de edición y a animarse a probar formatos nuevos.

Cada vez dependeremos menos de los expertos y lo técnicos para hacer nuestras producciones y a utilizar los pre-grabados y entrarle a la post-producción.

- c. **Paso 3: Diseño mi proyecto radial.** El diseño del programa debe obedecer a una serie de preguntas:

Preguntas	Fase	Ejemplo
¿Por qué es necesario hacer el programa radial?	Justificación	En la provincia de Acomayo existe un alto porcentaje de niñas con diarreas agudas debido a las malas prácticas de higiene al interno de las familias. Actualmente no existe un programa radial orientado a la salud preventiva.
¿Qué buscamos con nuestro programa radial?	Objetivo	Sensibilizar a las familias de la provincia de Acomayo para la adopción de buenas prácticas de higiene personal y limpieza del hogar.
¿A quiénes nos vamos a dirigir?	Audiencia	Familias de la provincia de Acomayo – Cusco.
¿Qué recursos tenemos para desarrollar nuestro programa de radio?	Recursos humanos, económicos, de tiempo, etc.	Nuestra organización cuenta con una hora radial en la emisora Radio Watamarca. Tenemos técnicos capacitados en la producción radial y contamos con la asesoría técnica de la institución Soluciones Prácticas.
¿Cómo lo voy a decir?	Géneros y formatos	Género: informativo, narrativo, musical Formato: noticias, entrevistas, socio drama, testimonio y de género
¿En qué momento?	Días y horarios	Todos los sábados de 7.00 a 8.00 am.

- d. **Paso 4: Elijo el nombre de mi programa radial.** El nombre del programa debe ser atractivo, relacionado a nuestro público objetivo y a los temas que vamos a tocar.

Ejemplo:

- ✚ **La Voz de la Tierra:** programa dirigido a la población en general. Toca temas de cuidado del medio ambiente.
 - ✚ **Pachamamapi Sumaqkausay:** programa dirigido a niños y jóvenes. Toca temas de buenas prácticas nutricionales, de higiene y cuidado del medio ambiente.
 - ✚ **El Poronguito Rebosante:** programa dirigido a los ganaderos. Toca temas de buenas prácticas ganaderas.
- e. **Paso 5: Planifico anual y mensualmente temas a tratar:** Esta fase nos ayuda a identificar temas de importancia para nuestro público objetivo. La planificación se debe hacer de forma anual y mensual.

Ejemplo A: PROGRAMA: ÑAUPAQMAM PURISHAIKU

AÑO: 2014

PÚBLICO OBJETIVO: Población y autoridades del distrito de Pomacanchi.

TEMARIO:	MESES											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Contaminación medio ambiente.			X									
Contaminación agua.				X								
Contaminación aire.					X							
Manejo de residuos.						X						

2.2. FASES DE PRE PRODUCCIÓN: Esta fase se refiere al diseño de los guiones y grabación de nuestros productos radiales (socio dramas, personificaciones, entrevistas, noticias, vox pópuli, testimonios, etc.). Es la puesta en acción de los locutores, actores y técnicos de grabación.

a. Paso 6: Diseño del guion del programa. Es importante hacer el guion para tener una pauta de la secuencia del programa y de los contenidos que se desean transmitir. Esto le dará más seguridad al locutor, permitiéndole ensayar antes y tener mayor control de la duración del programa.

✚ **Indicadores en el libreto.** Para enfatizar alguna frase es conveniente que toda ella se escriba con mayúsculas. Si es mayor el énfasis, se encierra la frase con signos de admiración, y si se quiere señalar aún más, se emplean mayúsculas y se subraya.

Para indicar pausa, si es breve, se emplean puntos suspensivos. Si es larga, puntos suspensivos más separados. Si se trata de dictar o aclarar una palabra, separa el texto en sílabas.

✚ **Lenguaje.** Para determinar el lenguaje a emplear en la redacción del texto es necesario partir del lenguaje habitual de los receptores pero tratando de hacerlo correcto en su expresión gramatical. Si se incorporan palabras técnicas, deben ser debidamente explicadas para lograr su comprensión, aceptación y asimilación y se deben reiterar en el transcurso del tema para su afirmación.

La redacción será en forma clara, sencilla, directa, precisa, imperativa, dinámica y estimulante.

Los locutores deben ponerse en la medida de sus posibilidades, al nivel del receptor y usar la primera persona del plural en cuanto sea posible para incorporarse al grupo. Es preferible que los párrafos sean cortos, sin embargo, es necesario que cada párrafo lleve idea completa.

✚ **Pausas.** El uso de las pausas es muy importante, ya que bien empleadas ayudan a asimilar los contenidos, mal empleadas se

convertirán en un “ruido”. Las pausas son necesarias para separar una idea de otra, para dar énfasis a una idea, para llevar a la reflexión. Las pausas bien empleadas son fundamentales para conservar el ritmo del programa.

b. Paso 7: Grabación de programa. En este paso, el programa sale al aire y es transmitido por la radio. El locutor es quien da el ritmo del programa, por lo que debe mostrar entusiasmo. Dependiendo de la experiencia del locutor, éste puede salirse del guion e improvisar según lo que suceda en el programa, sobre todo en las entrevistas. Esta facilidad se adquiere con los años. Para la producción de spots radiales, este es el paso donde los actores se ponen en acción. Se presentan a los personajes y se da curso a la historia.

✚ **Ante el Micrófono.** Antes de la producción es necesario 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.** Si sonamos una cuerda de guitarra fuera del instrumento solo se oirá un sonido opaco y seco sin armonía, sin resonancia. No es lo mismo cuando se encuentra en el instrumento; suena completamente distinto.

✚ Lo mismo sucede con la voz humana, la mera vibración de las cuerdas vocales en la garganta solo da un sonido pobre y desentonado. Es necesario que la voz resuene.

Así como la guitarra, toda nuestra estructura facial es como una caja acústica. La voz radiofónica, es una voz ejercitada para que llegue a tener resonancia, y eso permite que se hable por largo tiempo sin fatigar y afectar la laringe y las cuerdas vocales. Conviene tomar algunas clases de ejercitación, para adquirir la técnica de la emisión vocal. Debemos evitar carraspeos, toses y estornudos. Como norma general, por radio no se debe gritar.

✚ **La Respiración.** Una buena respiración es esencial, pues de ella depende en gran medida la emisión de la voz. La respiración en radio debe ser silenciosa, el micrófono amplifica la respiración ruidosa.

✚ **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 la declamación y el énfasis. Sentados en una mesa, tendemos a ser más íntimos y estamos más cómodos para manejar notas, libros, papeles, etc. Pero la voz no sale tan llena. Cada quien debe buscar su propia posición y asumir la actitud de quien está conversando tranquilamente.

✚ **Manejo del Micrófono.** Casi todo el mundo hasta un locutor fogueado y un actor muy acostumbrado a hablar en público, tiende generalmente a temerle al micrófono, lo asusta y lo pone nervioso. Por eso no se puede confiar de entrada en los locutores, principiantes.

Si el programa tiene finalidad educativa no hay que conformarse con que las voces salgan audibles y que las palabras se escuchen. Es necesario algo más; que las voces tengan cuerpo, color, calidez, plenitud. Esto en radio se llama presencia.

✚ **Colocación frente al micrófono.** ¿A qué distancia frente al micrófono debemos colocarnos? A la más corta posible siempre que no se sature y no se escuche la respiración. La distancia varía según el volumen de la voz. Si tiene una voz fuerte hay que colocarlo más atrás, si es débil algo más adelante. No se debe forzar la voz hablando más bajo de lo que habla habitualmente, porque no podrá mantener ese esfuerzo, durante toda la grabación y sin advertido, retornara a su volumen normal.

Al hablar hay que hablarle al micrófono y no al guion, nunca debe separarse de la posición en que el director le indique para que la intensidad del volumen de su voz sea el mismo durante el programa.

✚ **La lectura frente al micrófono.**

- ✚ No es leer, es conversar. El locutor o actor debe leer como si estuviera hablando.
- ✚ No caerse al final de la frase.
- ✚ Observar la puntuación gramática, tener en cuenta la puntuación radiofónica.
- ✚ Convicción, creer en lo que se lee.
- ✚ Pronunciar bien la última sílaba de cada palabra.
- ✚ Pronunciar cada palabra de manera que pueda ser oída.
- ✚ Naturalidad, sea usted mismo. Lea con sencillez como si improvisara.
- ✚ Separe los ojos del texto. Mire al micrófono.
- ✚ Mantenga una sonrisa en los labios. La expresión del rostro suaviza las palabras.
- ✚ Entonación, respete los grupos fónicos y diferencie melódicamente las frases y oraciones.
- ✚ Entusiasmo. Viva la lectura, interprétela, hágalo ver, sentir y vivir.
- ✚ Énfasis. De vida y destaque aquellas palabras que sean relevantes para la comprensión del contenido.
- ✚ Acentuación. Acentué correctamente.

- ♣ Ritmo. Observe el ritmo de la lectura. Más rápido cuando hay acción.
 - ♣ No atropelle la lectura. Sea más lento si razona, un poco más rápido si exhorta.
 - ♣ Saber pausar. Las pausas son muy significativas.
 - ♣ Serenidad. Prepare su lectura, para que se mantenga tranquilo, sereno.
 - ♣ Interprete los personajes, deles vida, color sabor. Hágalos aparecer reales, vivos.
 - ♣ Respire correctamente.
- ✚ **Los planos sonoros.** Los Descensos y elevaciones de voz, deben hacerse con acercamientos y alejamientos del micrófono. Si el libreto exige hablar en susurro el actor debe avanzar un paso y susurrar articulando bien y suavizando la voz.
- En cambio si la escena es de un pleito, debe de retirarse unos dos pasos y si por exigencia del libreto hay que gritar debe alejarse del micrófono, dependiendo del plano deseado.
- ✚ **Los Papeles.** El ruido de papel debe ser radicalmente evitado. Nunca hay que volver las hojas porque entonces crujan.
- ✚ **La Dicción.** Pocas son las personas que pronuncian bien, con dicción clara y correcta. En nuestra rutinaria vida, nos comemos letras, cortamos las palabras y a veces suprimimos silabas enteras. Debemos practicar hasta conseguir una articulación nítida en que cada letra se oiga claramente, las palabras han de oírse claras, distintas, completas sobre todo las ultimas silabas.
- Se debe leer controlando la velocidad. Es preciso, por la naturaleza del medio lograr una cierta lentitud separando bien las palabras; sin que ello reste naturalidad y sin hablar tan lentamente que resulte aburrido y en las escenas, donde hay que imprimir velocidad, hay que cuidar mucho la articulación y la vocalización para que el oyente pueda entender con claridad lo que se está diciendo.
- Si se está grabando el programa y hay algún error es mejor retroceder un poco en la grabación, corregir y seguir adelante.
- ✚ **Recomendaciones finales para la producción.**
- ♣ No es conveniente hacer improvisaciones o modificaciones en el texto del libreto una vez que este se ha considerado definitivo. Asimismo es conveniente que el contenido evite lo negativo y enfatice lo positivo.
 - ♣ En cuanto a su presentación, es conveniente que el libreto se escriba en papel que no haga ruido.

- ✦ Nunca se debe escribir un libreto a mano. Se debe hacer el número de ejemplares necesarios para las personas que intervienen en la grabación del programa, como locutores, así como para el de los controles.
- ✦ Se recomienda no engrapar el libreto ya que se puede producir ruido al voltear la hoja y cada una de las hojas del libreto deben tener en la parte superior el número de la página para evitar confusiones posteriores.

2.3. FASES DE POST PRODUCCIÓN. En esta fase, las piezas del rompecabezas empiezan a cobrar forma. Es la fase de edición de los productos radiales (cuando son programas grabados) los mismos que se irán acomodando según la estructura de nuestro programa radial. Es la etapa final del proceso, de la que sale el programa o espacio terminado.

a. Paso 8: Edición del programa. Cuando el programa es en vivo este paso, suele darse en simultáneo con el programa, siendo el sonidista quien incluye música y efectos de sonido durante la emisión del mismo. En caso se trate de un programa grabado o un spot radial, se puede corregir o cambiar según se quiera, sacando o incluyendo información. En esta fase es muy importante tener en cuenta qué se quiere transmitir y cómo se planea hacerlo con el programa, pues luego de la edición el producto estará finalizado y listo para ser difundido.

Importante:

- ✦ Las tres etapas de preproducción, producción y postproducción radiofónica deben cumplirse en todos sus aspectos cuando se realiza un programa grabado.
- ✦ En cambio, si el programa se produce en vivo, la producción y algunas tareas de la postproducción se llevan a cabo de manera simultánea en un solo momento y espacio.
- ✦ Lo que no debe obviarse en ninguna de las dos vertientes es la etapa de preproducción, pues al incluir varias tareas de planificación, resulta ser indispensable para garantizar la eficiencia y la eficacia del impacto de un mensaje radiofónico.

ACTIVIDAD PROCEDIMENTAL

1) Diseña un programa radial siguiendo los pasos antes mencionados.

¿Por qué es necesario hacer el programa radial?
---	-------------------------

¿Qué buscamos con nuestro programa radial?
¿A quiénes nos vamos a dirigir?
¿Qué recursos desarrollaremos para nuestro programa radial?
¿Cómo lo voy a decir?
¿En qué momento?

ACTIVIDAD VALORATIVA & REFLEXIVA & APLICATIVA

- 1) Taller de producción radial.

GUIÓN RADIAL

ACTIVIDAD TEÓRICA

1. **CONCEPTO.** Es el instrumento que sirve para planificar cualquier programa radiofónico y, especialmente, para prever todo el material sonoro que será necesario para su producción. En el guion se detallan, por tanto, todos los pasos a seguir y, en función del programa al que nos vayamos a enfrentar, será más o menos exhaustivo. Además, el guion es la pieza clave para que locutores y técnicos de sonido se entiendan y sepan qué es lo que configura un espacio en cada momento.

2. TIPOS.

Según la información que contienen:

✚ **Guiones literarios:** Son aquellos que dan una importancia fundamental al texto que deberá leer el locutor o los locutores. Excluyen las anotaciones técnicas relativas a planificación, figuras de montaje, etcétera, y en él solo se señalan, generalmente en mayúscula, los lugares en los que aparecen músicas y efectos sonoros. Por otra parte, en el guión constan indicaciones para los radiofonistas, semejantes a éstas:

***Locutora 1** (melancólica): "Él estaba allí, sentado junto a mí"*

***Locutora 2** (riendo): "No digas eso. Jamás estuvo contigo"*

✚ **Guiones técnicos:** A diferencia del anterior, en este tipo de guiones imperan las indicaciones técnicas, mientras que el texto verbal sólo aparece a medias y, en algunos casos, ni siquiera eso. De hecho, lo que van a decir los locutores se expresa en forma de ítems (**locutor 1: entrada noticia; locutor 2: cuerpo noticia, locutor 1: despedida, etcétera**), como si se tratase de una simple pauta. Este tipo de guión es el más usado en la radio actual, sobre todo en programas informativos.

✚ **Guiones técnico-literarios:** Son los que contienen toda la información posible. En ellos aparece el texto verbal completo, así como el conjunto de las indicaciones técnicas.

Según la posibilidad de realizar modificaciones.

✚ **Guión abierto.** Se crea para poder ser alterado durante la emisión de un programa, por lo cual se caracteriza por ser muy flexible.

✚ **Guión cerrado.** Como su nombre indica, no admite cambios.

Según su forma:

✚ **Guión americano.** Consta de una sola columna y se vale de párrafos con sangría para separar las indicaciones técnicas de las textuales. Las anotaciones técnicas se presentan subrayadas y los nombres de los locutores,

en letra mayúscula. Por otro lado, se suele reservar un cierto margen a la izquierda para potenciales anotaciones o alteraciones.

✚ **Guión europeo.** A diferencia del americano, el guión de radio europeo tiene dos columnas o más. La primera (que se encuentra a la izquierda) se utiliza para las indicaciones técnicas; la o las demás sirven para el texto completo de los locutores y para todas las cuestiones relacionadas con el contenido.

3. EJEMPLOS.

GUIÓN ESCALETA		GUIÓN TÉCNICO	
Nombre del programa: Realizador: Duración: Fecha de transmisión: Locutor(es):		Nombre del programa: Realizador: Duración: Fecha de transmisión: Locutor(es):	
Rúbrica de entrada:	Tiempos:		
1. Bienvenida.		O	FADE IN
2. Lectura de encabezados		O	ENTRA TEMA MUSICAL LA BAMBAM P.P. 5 SEG Y BAJA A 8P.
3. Información nacional		L1	La palabra Orizaba deriva de la voz...
4. Bloque de comentarios		O	Puente musical...
5. Información regional		L2	Los primeros pobladores...
6. Bloque de comerciales		O	Tema musical p.p. 5 seg. y baja a desaparecer
7. Información local		O	FADE OUT.
8. Información deportiva			
9. Despedida			
10. Rúbrica de salida.			

ACTIVIDAD PROCEDIMENTAL

- 1) Elaboración de un guion radiofónico en grupos de 3 integrantes.

ACTIVIDAD VALORATIVA & REFLEXIVA & APLICATIVA

- 2) Taller de locución radial.

LOCUCIÓN RADIAL

ACTIVIDAD TEÓRICA

1. **CONCEPTO.** Es un arte donde la palabra hablada transmite un mensaje y diferentes emociones. Es la capacidad de hablar ante un micrófono de manera correcta con la entonación y la dicción apropiada.

Las técnicas de locución no sólo nos sirven para leer correctamente y pronunciar mejor las palabras; también sirven para dar seguridad y soltura al expresarnos.

2. **CLASIFICACIÓN:**

✚ **Locución de lectura**, es cuando nos encontramos frente al texto escrito como noticias, relatos.

✚ **Locución de improvisación**, es más complicada de manejar, se trata de improvisar mediante pequeños apuntes o simplemente los saludos de bienvenida y final de un programa. (Todo lo que no es leído).

Dentro de la locución hay varias disciplinas en las cuales poder desenvolverse como: Locución (comercial, deportiva, informativa o periodismo), doblaje, narración documental, animación de programas, comentarios de opinión, presentadores,...

3. **ELEMENTOS IMPORTANTES PRODUCEN LA LOCUCIÓN:**

a. **El diafragma:** se localiza debajo de los pulmones, es el principal músculo de la respiración.

b. **Pulmones:** los pulmones toman el oxígeno del aire y lo llevan al torrente sanguíneo.

c. **Cuerdas vocales:** parte del aparato fonador directamente responsable de la producción de la voz.

d. **Caja de resonancia:** colabora con la emisión del sonido vocal por medio de las condiciones físicas que ofrece. Está formado por la boca, fosas nasales y senos óseos.

e. **La lengua:** Hidrostato muscular, cumple una función indispensable en la pronunciación de palabras.

f. **Los dientes:** piezas fundamentales, que en la formación de palabras cumple una función primordial.

g. **Los labios:** estos músculos carnosos y suaves ayudan y cumplen una función primordial en la definición de cada vocal o consonante.

4. **LA VOZ.**

4.1. **Aspecto físico:** la voz se produce por la vibración de las cuerdas vocales.

4.2. **Aspecto acústico:** la voz humana es un sonido, y como tal tiene las características propias de todos los sonidos.

5. TÉCNICAS Y EJERCICIOS PARA DESARROLLAR LA VOZ.

- a. **Respiración diafragmática:** Aptitud para respirar con la ayuda del diafragma, membrana que separa la caja torácica con el abdomen.
- b. **Flexibilidad bucal:** agilidad de los músculos de la cara y la boca para que faciliten el hablar.
- c. **Resonancia:** prolongación intensa del sonido.
- d. **Articulación:** es la técnica que consiste en juntar o articular los órganos de la boca para pronunciar correctamente los sonidos o fonemas consonánticos.
- e. **Vocalización:** es la forma de pronunciación que damos a las palabras.
- f. **Entonación y expresividad:** es el énfasis en el tono de la voz que le damos a una lectura hablada.

6. LECTURA DE GUIONES.

¡Vaya!, ¡qué sublime! Jamás había visto algo así. Me lo habían contado muchas veces, una y otra vez: que mira que tienes que ir, que es impresionante. Pero yo nada, hasta hoy. ¡Qué maravilloso!
¡ <u>Vaya!</u> ¡qué su-bli-me! Jamás había visto algo así. <u>Me lo habían contado muchas veces, una y otra vez:</u> que mira que tienes que ir, que es im-pre-sio-nan-te. <u>Pero yo nada,</u> has-ta hoy. ¡Qué ma-ra-vi-llo-so!
<ul style="list-style-type: none">• Más rápido: <i>en cursiva</i>.• Guiones: más lento.
Nunca sabré por qué me dijiste eso. ¿Por qué me dijiste eso?, ¿cómo fuiste capaz? Claro que alguno pensará que me lo merecía. ¡Mentira! Yo jamás lo hubiese hecho. No deberías haberme traicionado así.
<u>Nunca sabré por qué me dijiste eso. ¿Por qué me dijiste eso?.</u> ¿cómo fuiste capaz? Claro que alguno pensará que me lo merecía. ¡MENTIRA! YO JAMÁS LO HUBIESE HECHO. No deberías haberme traicionado así.
<ul style="list-style-type: none">• Normal: intensidad media.• MAYÚSCULAS: intensidad alta.• Cursiva: intensidad baja.

ACTIVIDAD PROCEDIMENTAL & VALORATIVA & REFLEXIVA & APLICATIVA

1) Taller de Locución Radial.

RECURSOS RADIALES

ACTIVIDAD TEÓRICA

CUÑA

1. **CONCEPTO.** Es un breve y explícito anuncio publicitario que se emite durante el programa, esta debe ser clara y concisa a la hora de transmitir su mensaje, la duración promedio de tiempo para una cuña radial debe ser corta, no puede pasar del minuto porque sería una sobrecarga, esta debe ser precisa.

A la hora de grabar una cuña radial es muy importante, vigilar el tiempo, utilizar un lenguaje natural y cercano, manejar música en ella; ya que esta la hace más dinámica y profesional, utilizar efectos sonoros porque

estos llaman más la atención del oyente; los saca de esa pasividad, intentar evocar imágenes; La capacidad del sonido para evocar imágenes es algo que nunca se debe perder, Repetir las palabras importantes más de una vez; La radio es fugaz, no permanece, no se puede volver a consultar. Las fechas, las marcas, los lugares, teléfonos, son términos que merece la pena repetir al menos un par de veces para que la audiencia los recuerde.

Estas cuñas radiales, estos pequeños comerciales son de gran ayuda para la gente es por eso fundamental lograr que su formato sea realmente llamativo al oído del oyente, hacer que no sea solo una propaganda más, sino una propaganda que marque, que llegue, que trascienda.



2. **CLASIFICACIÓN.**

- ✚ **Cuñas Publicitarias:** Son aquellas que tienen un sentido de promoción comercial.
- ✚ **Cuñas Institucionales:** Anuncian actividades e información dirigida al ciudadano que lleva a término la Administración Pública.
- ✚ **Cuñas Promocionales de la emisora:** Son las que informan sobre programas radiofónicos; contenido, día y hora de su emisión.

3. **EJEMPLOS.**

- a. **CUÑA DE MODA** (sin creatividad).

Porque eres joven, sigue la moda más vanguardista, ven y pruébate la mejor ropa juvenil que hayas visto. En todos los colores, todas las tallas...

Todos los colores, todas las tallas...

Porque es ropa cómoda, porque tiene un precio increíble y además porque tienen una excelente calidad...

b. CUÑA DE MODA (con creatividad).

Tu padre dice "que apagues la consola"

Tu madre grita "ya te estás quitando el piercing"

Tu hermano mayor te tiene frito "a ver cuando maduras enano"

Y sientes que el mundo está contra ti... aunque hay alguien que está en tu mundo.

"Chemical Jeans", porque eres tú, porque es tu mundo

RADIODRAMA

1. **CONCEPTO:** El radio drama (a veces también referido como radio comedia, comedia radiofónica, teatro radiofónico, o radioteatro) es un audiodrama que se transmite en la radio. Al carecer de componentes visuales, los radioteatros dependen del diálogo, la música y los efectos de sonido para ayudar al oyente a imaginar la historia.

2. **ELEMENTOS BÁSICOS:** El radiodrama contiene dentro de sí los siguientes cuatro elementos básicos:

a. **Personajes y los actores.** Son el elemento principal de la estructura dramática. Los personajes realizan las acciones, en uno o varios lugares, en un tiempo determinado. Poseen carácter y personalidad. Sin los personajes no puede existir la estructura dramática, pues son ellos quienes conducen la historia.

No conviene usar una gran cantidad de personajes. "El que no ve" tiene que reconocerlos y saber quién es quién, y un amontonamiento de voces le dificulta demasiado el trabajo.

Cuando los personajes hablan, es muy importante que el Guionista de radioteatro escriba de qué manera lo dicen. Este problema se resuelve con lo que se llaman "acotaciones", que se agregan al nombre del personaje inmediatamente después de su nombre, entre paréntesis.

Por ejemplo: no es lo mismo

ADELA: ¿Qué estás diciendo?

ADELA (FURIOSA): ¿Qué estás diciendo?

Por otro lado, de la misma manera que en una película el hecho de que un personaje esté en primer plano y otro en un segundo plano da idea de espacialidad, en el radioteatro ese recurso se consigue con los llamados "planos sonoros":

un "primer plano", que da idea de mucha cercanía, se da a través de una gran proximidad con el micrófono; un "segundo plano" da idea de mayor distancia, y el "tercer plano" sugiere lejanía.

El radioteatro cuenta con un recurso muy útil e importante: cuando un personaje "piensa" algo, su voz se filtra de un modo muy particular, al que se conoce con el nombre de "efecto de cámara". También deberá el Guionista indicar cuándo empieza y cuándo termina el mencionado efecto.

- b. **Acciones:** Determinan el cambio y el movimiento dentro de la estructura dramática. Son realizadas por los personajes y están condicionadas por los lugares y por el tiempo.
- c. **Lugares:** Cumplen con la función de ubicar la historia en un contexto específico. Poseen un gran impacto en las acciones de los personajes pues, los lugares definen el tipo de acción que un personaje puede realizar en ellos.
- d. **Tiempo:** Es el elemento más abstracto de los que integran la estructura dramática. Afecta de manera importante a personajes, acciones y lugares. De esta manera, el drama radiofónico podríamos definirlo como la representación de una historia, adaptada a la radio, donde su utiliza necesariamente el código radiofónico (voces, música, sonidos y silencios).
- e. **Relator.** "El que no ve" no se entera de cuándo la película cambia de una escena a otra. Para ello se recurre a la figura del Relator . El Relator es, en realidad, una de las figuras más importantes del radioteatro. Él describe el espacio en el que se desarrolla la acción y nos habla de los personajes: nos dice cómo se llaman, cómo son, cómo están y por qué.
La manera de "separar" al Relator de las escenas es introducir lo que suele llamarse "cortina musical", o sea una ráfaga de música que "al que no ve" le permita saber cuándo es el Relator el que habla, y cuándo lo hacen los personajes. Una vez que este código está claro, la cortina puede dar por sí sola, sin el Relator, el cambio de una situación a otra.
- a. **Música.** Además de esta "cortina", que cumple funciones de separadora, la música juega un rol fundamental en el radioteatro. Nos permite introducirnos en diferentes estados de ánimo: si hay un clima de alegría, de dolor, de exaltación, etcétera. Esta música, que suele servir de fondo a las escenas, se conoce con el nombre de "música incidental".
- b. **Sonidista.** La otra figura básica del radioteatro es el Sonidista . Si bien todos, en la radio, son sonidistas (hasta los actores, que aportan el "sonido" de sus voces), se acostumbra reservar el nombre de "sonidista" al que hace los "efectos de sonido": los pasos de los que caminan, un teléfono que suena, los murmullos y el ruido de los cubiertos en un restaurante, el audio de una batalla, por dar unos muy pocos ejemplos. De dichos efectos, algunos pueden realizarse en el mismo estudio, y otros se incorporan desde discos especiales.

Si bien los sonidistas son expertos que toman un guión de radioteatro y hacen su propia "partitura" de efectos sonoros, los Guionistas de radioteatro deben consignar con claridad en sus guiones en qué ambiente se desarrolla cada escena: un bar, una cancha de fútbol, una nave espacial, el living de una casa o lo que fuera.

- c. **Libreto.** Al igual que en una película, la historia es contada a través de diferentes escenas que se suceden las unas a las otras. De ahí que resulte conveniente, una vez que se sepa lo que se va a contar, armar una especie de "estructura" antes de escribir las escenas. **Por ejemplo:** Escena 1: en una confitería, el personaje A le cuenta al personaje B que acaban de echarlo del trabajo.

Es muy importante, al hacer la estructura, equilibrar la duración de las escenas de modo tal que la totalidad sea armónica y equilibrada.

3. PROCESO DE ELABORACIÓN DE UN RADIODRAMA.

- 1) Elige una historia.
- 2) Adapta una historia.
 - + Divide la historia en ESCENAS. Haz una PLANILLA donde pondrás todas las escenas en orden, contando dónde suceden, qué personajes participan y un resumen de lo que pasa. Esto te ayudará a escribir los diálogos y a elegir la música y efectos.
 - + Separa las escenas utilizando cortinas musicales, efectos o desvanecimientos de diálogos.
 - + Si tu radiodrama lleva un NARRADOR has que hable sólo lo necesario.
 - + Pon los PLANOS SONOROS, es decir, escribe en el guión cuando cambian de plano los personajes.
- 3) Haz el guion radiofónico del radio drama.
- 4) Practica el radio drama.
- 5) Graba el radio drama por equipos.
- 6) Escucha tu radiodrama y los comentamos.

ACTIVIDAD PROCEDIMENTAL & VALORATIVA & REFLEXIVA & APLICATIVA

- 1) Taller de grabación y edición de recursos radiales.

El arzobispo de constantinopla se quiere
desarzubipodeconstantinopolitanizar el
desarzubipodesconstantinopolitanizador que lo
desarzubipodescontatinopolitanice buen
desarzubipodescontatinopolitanizador será.

El otorrinolaringologo de parangaricutirimicuaro se
quiere desotorrinolangaparangaricutirimicuarizar. El
desotorrinolangaparangaricutirimicuarador que logre
desotorrinolangaparangaricutirimicuarizarlo, buen
desotorrinolangaparangaricutirimicuarador será.

En la granja hay una cabra etica peletica pelapelambretica peluda pela pelambruda tiene los cabritos eticos peleticos peludos pelepelambrudos.	Por el río van tres tablas encaravinculadas. El desencaravinculador que las desencaravincule buen desencaravinculador será.
Erase una vez una madre tranque sipilitranque le dijo al hijo trijo sipilitrijo: hijo trijo sipilitrijo ve al campo franco sipilitranco por una liebre notiebre sipilitiebre... madre tranque sipilitranqueaqui te traigo la liebre notiebre sipilitiebre... hijo trijo sipilitrijo ve y pidele a la vecina trija sipilitrija una olla trolla sipilitrolla para cocinar a la liebre notiebre...	Había una madre godable, pericotable y tantarantable que tenía un hijo godijo, pericotijo y tantarantijo: hijo godijo, pericotijo y tantarantijo tráedme la liebre godiebre, pericotiebre y tantarantiebre del monte godonte, pericotonte y tantarantonte. Así el hijo godijo, pericotijo y tantarantijo fue al monte godonte, pericotonte y tantarantonte a traer la liebre godiebre, pericotiebre y tantarantiebre.
El cielo está tarabicuadriquinado quien lo desentarabicuadriquinará? el buen desentarabicuadriquinador que lo desentarabicuadriquine, buen desentarabicuadriquinador será.	Tengo una gallinita pinta pipiripinta, gorda pipirigorda, pipiripintiva y sorda; que tiene tres pollitos pintos pipiripintos, gordos pipirigordos, pipiripintivos y sordos. Si la gallina no hubiera sido pinta pipiripinta, gorda pipirigorda, pipiripintiva y sorda. Los pollitos no hubieran sido pintos pipiripintos, gordos pipirigordos, pipiripintivos y sordos.
Piraguamonte, piragua, piragua, jevizarizagua. Bío, Bío, mi tambo te tengo en el río. Yo me era niña pequeña, y enviéronme un domingo a mariscar por la playa del río del Bío Bío; cestillo al brazo llevaba de plata y oro tejido. Bío, Bío, que mi tambo le tengo en el río.	Una vieja tecla, mecla, chirigorda, sorda y vieja, tenía siete hijos teclos, meclos, chirigordos, sordos y viejos. Si la vieja no hubiera sido tecla, mecla, chirigorda, sorda y vieja, los hijos no habrían sido teclos, meclos, chirigordos, sordos y viejos.
Ramírez Romero come y traga trigo y se atraganta. Si por lo dicho la lengua lengua se me traba, quién me la destrabará. Aquel que la destrabare buen destrabizador será.	¡Qué caso! ¡Qué cosa! A la hora del ocaso el cosaco y la cosaca cose junto en cosaquito. ¡Qué cosa! ¡Qué cosa! ¡Qué cosa! ¡Qué caso! ¡Qué caso! ¡Qué caso! Que cosa raro el de Casáquez.
Piraguamonte, piragua, piragua, jevizarizagua. Bío, Bío, que mi tambo le tengo en el río.	Y te digo Olmedo, el mudo midió al medo medio beodo. Y no erro cuando digo que el carretero Ramón
Sobre el triple trapecio de Trípoli, trabajan trastocados tres tristes triunviros trogloditas; tropiezan atribulados contra el trípode de triclino y otros trastos triturados por el tremendo tetrarca trapense.	El agente diligente llamaba urgente a la gerente y un ágil agente vigilaba o auscultaba entre la gente. Es estupendo estar por el espacio estelar, y estrechar estrellas estando estirado en la estación espacial.
Una mata de topotoropo tuvo cinco topotoropitos. Cuando la mata de topotoropo se entopotoropea se entopotoropean los cinco topotoropitos.	La Casáquez ¿qué cosa, qué cosa es? ¿ácaso es común que un casaco cosa un saco mientras cerca una casaca cose y cose una casaca?