

**MANUAL DE DRAMATURGIA**

**Y**



---

**RADIO**

**TOMAS URTUSASTEGUI**

**TEATRO, RADIO Y COMUNICACION**

¿Cómo nos comunicamos? ¿Cómo nos comunicamos en la vida real, en el teatro, en el radio? ¿Tú, lector, cómo te comunicas con los demás? Si contestas que con la palabra, te diré que sí, que la palabra es uno de nuestros mayores medios de comunicación, tanto la palabra escrita como la palabra hablada. Con la palabra podemos decir verdades, pero también mentiras. ¿Con qué más? Por supuesto, también nos comunicamos con la expresión corporal: señas, gestos, movimientos. Así se comunican los mimos, los sordomudos, las personas que tratan de decirse algo a la distancia. Y las que no están tan lejos también. Quién no ha guiñado un ojo o sonreído.

Sigamos, digan otra forma de comunicación. ¿Con los sonidos? ¡Perfecto! Sí, también con los sonidos. Sonidos de percusión como es el aplauso- el mejor alimento de los actores...y de los autores. Sonidos de viento, como el chiflido. Cinco notas unidas en una corta melodía sirven para recordarnos a nuestra madrecita, esas mismas notas y la misma melodía sirve, en Sudamérica, solamente para avisar, amigablemente, que ya llegaron. Cuando doy cursos en esos países les pido que al visitar a México dejen de avisar que ya llegaron, porque en lugar de llegar se van a ir a la otra vida o al menos al hospital.

Los seres humanos nos comunicamos CON LOS CINCO SENTIDOS. Así, con mayúsculas, para que no se les olvide. Con los sentidos nos comunicamos o se comunican con nosotros. ¿A cuál pertenecen la palabra y los sonidos? Por supuesto que al sentido del oído. ¿Y los gestos? Los gestos...Después se los digo. Prefiero ir por partes y ver uno a uno de nuestros cinco sentidos. Al terminar de conocer cómo los utilizamos en la vida común y corriente veremos el modo de utilizarlos en el teatro, en la tele o en el radio.

Empezamos con el sentido del oído. Por este sentido se comunican con nosotros con palabras, con sonidos, con ruidos. Nosotros hacemos lo mismo. A la novia le llevamos una serenata, nos ponemos rojos de coraje cuando nos tocan el claxon varias veces, decimos un poema, contamos una mentira. Nuestra comunicación será positiva o negativa. Un insulto será negativo, una palabra de aliento será positiva.

El segundo sentido es el tacto. Un sentido que utilizamos cada vez menos y que es tan importante. A la mujer que amamos la acariciamos, a nuestros hijos les hacemos píojo, a nuestros amigos les palmeamos en la espalda. A los enemigos los golpeamos. La máxima comunicación táctil es el acto sexual, la más negativa es dar muerte a otro con nuestras manos.

Continuemos con el olfato. ¿Cómo se les ocurre que nos podemos comunicar con este sentido? Es muy fácil. Con olores. Un perfume de mujer nos comunica que ella nos quiere ser grata o deseable, el olor a una buena comida le dice al marido que su mujer lo ama, un olor a café puede decir al amigo que se le estima. El sentido del olfato es otro que estamos perdiendo a pasos agigantados.

¿ Y el gusto? Con él también nos comunicamos y se comunican con nosotros. Una sabrosa comida nos dice mucho de nuestra compañera, una copa de cognac algo de nuestros amigos. Con unos chocolates trato de convencer a una secretaria a que me de una cita con su jefe. Ya con fines eróticos el lamer la piel de nuestra compañera nos dice mucho de ella.

Falta la vista, el más importante de lo sentidos de comunicación. Sí, leyó usted bien, el más importante, más que la palabra o algún otro. ¿ No lo cree? ¿ Tú tampoco? Pues así es y se los voy a demostrar. Pero primero vamos a ver cómo nos comunicamos con la vista. ¿ Será haciendo ojitos, viendo feo, poniendo ojos a medio morir? ¿ Qué dices? ¿ Que poniendo ojos a medio morir o cerrando el párpado? El ojo solo no comunica casi nada, comunica el gesto. Los seres humanos nos vestimos, nos arreglamos, nos pintamos, adelgazamos, usamos maquillajes, arreglamos nuestra casa y nuestro auto para demostrar algo a los demás, para decirles que somos jóvenes, bellos, simpáticos, ricos. Todo esto lo comunicaremos con el sentido de la vista.

La palabra, los sonidos y la música no se necesitan practicar pues los usamos en nuestra vida diaria continuamente aunque no siempre de manera consciente. Ustedes como comunicadores radiales sí tienen que hacer muchos ejercicios de ruidos, de sonidos, de palabras. Ellos serán su herramienta principal. Pueden comenzar uniendo palabras con ruidos y después con sonidos, pero no cualquier ruido o sonido, tendrán que ser congruentes con la palabra. Podemos usar el ruido que hace una silla al ser retirada bruscamente para que el espectador pueda levantarse, después grita de emoción, aplaude y por último grita ¡Bravo!.. . Los otros sentidos también los usamos, qué conste, pero la palabra es la única que utilizamos conscientemente para comunicarnos.

Por si te queda alguna duda vamos a aplicar los cinco sentidos al teatro, a la cabina de radio, al estudio de televisión. ¿Crees que se pueda? ¡ Claro que no! En el teatro sí es posible, en la televisión sólo vamos a usar dos sentidos, la vista y el oído y en el radio sólo uno, el oído. Me preguntarás, con razón, qué caso tiene conocer los otros. La respuesta es que tú los tienes que hacer sentir al público por medio de la narración, de tu voz, de los sonidos. El público que te oiga sentirá que toca a alguien, que huele un aromático café, que saborea un rico mole oaxaqueño y que ve a la hermosa mujer que se lo sirve. Tú lo tienes que convencer.

Una tarea para toda la vida: ¡ Observen continuamente a todos los que los rodean, vean cómo se visten, cómo caminan, qué se ponen encima, cómo se maquillan, cómo paladean una comida, cómo aspiran el perfume de una flor. ¡Véanlos pelear, besarse, rechazarse! Si no observan no serán buenos artistas. Y por supuesto, ustedes comunicadores de radio, escuchen, escuchen todo el tiempo. Escuchen voces, frases,

conversaciones, ruidos, sonidos, música. Oigan cómo habla la gente, sus inflexiones de voz, tu tono, su timbre, sus pausas, sus intenciones, su color.

### SEMIÓTICA DEL RADIO

Semiótica es la ciencia de los signos. Semiología y semiótica designa la misma disciplina.

Un código representa el conjunto de conocimientos que poseen en común el emisor y el receptor antes de iniciar el proceso de la comunicación. Existen códigos secretos que conocen pocos emisores y receptores, como los códigos de guerra o bien pueden ser difíciles para la mayoría como es el código el Morse. Un idioma es un código. La codificación debe entenderse como el conjunto de operaciones realizadas para un operador o por un grupo, a través de cualquier sistema con una infraestructura específica, para enunciar una serie de reglas de ensamblaje de signos elementales o bien para hacer posible crear tales signos.

El radio como cualquiera otro medio o forma de comunicación posible, es un sistema estructurante y comunicante de signos. La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes. Esta operación implica un objeto, asunto o tema del que se habla y que se denomina referente, o signos y, por lo tanto un código, un medio de transmisión, así también, evidentemente, un destinatario. Un emisor, fuente, cifrador o remitente y un destinatario, receptor, perceptor o descifrador.

Existen seis funciones del lenguaje verbal que Roman Jakobson ha investigado y que el radio utiliza de manera cotidiana. Son las siguientes:

1.-Función referencial o denotativa, está orientada al contexto y es la base de toda comunicación. Establece y define las relaciones directas entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. El referente debe formular una información directa, verdadera y objetiva, una información observable, verificable y que no exija mayor explicación. Por ej. El libro está sobre la mesa. Distinto sería decir el libro que está sobre la mesa lo escribió fulano y trata sobre la guerra. Esto ya implica una connotación y la posibilidad de una interpretación diversa. En el radio, la función referencial está relacionada con la información que se transmite en forma de noticias.

2.-La función emotiva. Es de carácter expresivo porque define las relaciones entre el mensaje y el emisor. Nadie escapa a un grado de sensibilidad y temperamento que filtra la expresión de su personalidad cuando razona en función de un mensaje recibido. Cada respuesta lleva una carga de esto. Uno habla con emociones. La función referencial y la función emotiva representan las bases, al mismo tiempo complementarias y concurrentes, del proceso de la comunicación. Ello explica que se hable con frecuencia de la doble función del lenguaje: una cognoscitiva y objetiva y la otra afectiva y subjetiva.

3.-La función connotativa o conativa tiene que ver con todo lo que recibe el destinatario como información y que, a su juicio, le va dar una interpretación. Ello significa que nada de lo que se recibe como información es

aceptado plenamente pues siempre existe la capacidad humana de dar un significado muy particular a lo que se recibe de los demás. Yo puedo decir que el gobernador es honrado y decirlo con verdad. El que me escuche puede pensar que es un mensaje irónico y creer lo contrario de lo que yo dije.

4.-La función poética o estética. Es la relación del mensaje consigo mismo, la función poética está centrada en el propio mensaje: es la función estética por excelencia en las artes. El mensaje deja de ser el instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto.

5.-La función fática tiene el propósito de afirmar, mantener, prolongar o detener la comunicación, por ej. Hola, ¿me escucha bien?; para atraer la atención o asegurarse de que no decaiga: ¿ me entiende?. Pueden ser expresiones como: déjeme decirle; no es posible, tendré que señalarlo; me parece pertinente aclarar...Frasas que rompen la noticia pero que enriquecen el arte oral.

6.-La función metalingüística está centrada en el código y tiene por objeto definir el sentido de los signos que, por alguna razón, pueden no ser comprendidos por el perceptor. Por ej. Cuando se entrecomilla “democracia” para dar el sentido de “demos gracias”, la función metalingüística remite el signo democracia al código del cual extrae su significado como puede ser las raíces lingüísticas de la palabra. El oyente puede preguntar ¿ qué tratas de decir? o el que habla decir ¿ me entiendes lo que te estoy diciendo? En resumen se preguntan si están en el mismo código.

Las seis funciones: referencial, poética, fática, metalingüística, emotiva y conativa se entrelazan entre sí. Ninguna funciona por sí sola. La referencial está en el contexto, la poética en el mensaje, la emotiva en el emisor, la conativa en el receptor, la fática en el contacto y la metalingüística en el código.

Los géneros radiofónicos se pueden dividir, de acuerdo a estas funciones en tres grandes grupos. El primero, son los que tienen que ver con la información, cuya función dominante es la referencial. El segundo, los que tienen que ver con la persuasión, cuya función dominante es la conativa. El tercero, son los que tienen que ver con la creación artística que pueden dividirse en dos: los poéticos y de ficción y los musicales.

### LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.

El radio, en tanto medio de comunicación, es un complejo tecnológico que pone en contacto por lo menos a dos sujetos: los emisores y los receptores. La radio produce significaciones de manera distinta a la comunicación interpersonal. En el último caso se les califica de verdaderos o reales. Los otros son a distancia, a través del tiempo. Los medios de comunicación colectiva y a distancia se dan históricamente en el siguiente orden de aparición: a la invención de la imprenta le sucedieron las de la fotografía, el fonógrafo,

el cine mudo, el radio, el cine hablado, el cine a colores, la televisión, el video, la computadora. El radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir tanto grabaciones realizadas en el pasado como ejecuciones vivas. Esta última virtud, la de la instantaneidad, pertenece hoy como fenómeno masivo sólo a la radio y la televisión, y define en gran medida la especificidad del medio que estamos tratando. El radio se distingue de la televisión sobre todo porque el receptor no tiene que estar atento a una pantalla y puede seguir haciendo su vida normal mientras lo escucha. Los medios que utiliza el radio para comunicar son la palabra, la música y los sonidos.

## **DIALOGO**

Dejé aparte el diálogo y la palabra de los ejercicios anteriores a propósito ya que por la importancia que tienen se deben estudiar más a fondo. Lo primero que distinguir es que la palabra no es sinónimo de diálogo. Puede existir diálogo entre dos personas sin palabras con sólo expresión corporal. Inútil recalcar la importancia de la palabra, base de cualquier obra literaria, incluido el teatro y por supuesto el radio.

¿ Qué características debe de tener el diálogo común y corriente, el que hablamos todos los días; cuáles son sus principales fallas, en qué consiste? Lo primero que hay que saber es que debe existir un emisor y un receptor, después que debe haber un contenido, un lenguaje común, una idea o un interés mutuo y una vía de comunicación.

El diálogo debe de ser claro. Entre los muchos defectos está el ser repetitivo, el no terminar nunca las frases, el cambiar bruscamente de tema, irse por las ramas, tartamudear, mala dicción, lenguaje pobre, mala sintaxis, no tener claras las ideas, hablar varias personas al mismo tiempo, no prestar atención al compañero cuando habla, hablar a gritos o en voz muy baja, comerse letras de las palabras, tener un lenguaje diferente, etc. etc. Todos estos defectos pueden aparecer en el texto teatral o radial; si corresponden a los personajes serán correctos, en caso contrario serán fallas del autor.

El diálogo tiene una serie de características que se deben estudiar y después practicar para poder aplicarlas correctamente.

### **1.- EL DIALOGO DEBE DAR COLOR**

¿ Qué es color? Obviamente no es el rojo o el amarillo. Es al que se refiere la gente cuando dice que fulano de tal tiene un lenguaje muy colorido. El color lo dan las palabras, las frases, los modismos, el cantadito que utilizan las gentes y los gestos corporales que las acompañan, todo esto dependiendo de dónde son, a qué se dedican, a qué clase social pertenecen. El color lo da todo lo que está fuera de nosotros, lo que nos rodea, todo lo exterior que influye en el lenguaje. Los colores más importantes son:

**A) COLOR GEOGRAFICO.** Vamos a hablar distinto los que vivimos en el Distrito Federal que los que viven en Yucatán o en Tamaulipas. Los mexicanos hablamos distinto que los uruguayos o los españoles.

**B) COLOR PROFESIONAL O DE OFICIO.** Si soy médico voy a emplear frases o palabras especiales en mi conversación cotidiana pero será en mayor grado cuando converso con mis colegas. Hablaremos de isquemias, de endoscopías, de otorrinolaringología o del esternocleidomastoideo, de tomografías, de neoplasias o de traumatismos craneoencefálicos. Si soy abogado hablaré de ilícitos, de amparos, de actos legales. Los carpinteros hablarán de leznas, de tipos de maderas, de brocas, de tornillos del número dos. Cada oficio o profesión tiene su lenguaje propio, alguno más especializado que otro.

**C) COLOR DE EDAD.** Para nadie será una sorpresa que yo les diga que los ancianos hablan muy distinto que los niños y éstos que los jóvenes. Cada edad tiene su propio lenguaje y su propio medio para expresarlo.

**E) COLOR DE SEXO.-** Este color ya no es tan marcado en la época actual como antaño. Antes las mujeres procuraban usar un lenguaje elevado, correcto, fino. Los hombres, al hablar con ellas, también procuraban que su lenguaje fuera el apropiado cuidando de no ofender a su interlocutora.

**F) COLOR FAMILIAR .-** Cada familia tiene su modo particular de trato. En algunas todo se habla en diminutivo: hijito, papito, tortillita, cosita, ratito. En otras todo el mundo usa apodos.

**G) COLOR CULTURAL .-** El lenguaje que se utiliza en una reunión de gente culta será muy diferente del usado por otra de gente inculta. Creo que esto es tan obvio que no se necesita ejemplificar.

**H.- COLOR POÉTICO.** Este color rompe con prácticamente todos los colores anteriores ya que se utilizará un lenguaje poético y este no tiene reglas. Un niño pequeño puede decir un largo verso, un licenciado puede hablar poéticamente y dejar de lado su color particular. Es el lenguaje que hablaba García Lorca.

**I.- COLOR SOCIAL.** Definitivamente hablan muy distinto una persona perteneciente a la aristocracia que una gente lumpen. Hay color de clase alta, media y baja.

## **2.-- EL DIALOGO DEBE DAR CARACTER**

Si color es todo lo externo que influye en nuestro lenguaje, carácter es todo lo interno que hace lo mismo. Influirá nuestro modo de ser, de pensar, de sentir. Nuestra psicología en una palabra. Un ser extrovertido hablará y se expresará corporalmente muy diferente de un ser introvertido; una persona depresiva no tendrá el mismo diálogo que una persona eufórica. Nuestras obsesiones, nuestros temores, nuestras fobias, deseos y enfermedades nos obligarán a comunicarnos de una manera particular. Si el color nos agrupó, nos hizo

formar parte de una determinada sociedad, el carácter nos va a diferenciar de todos, nos va a transformar en seres únicos. Dar carácter a un personaje es mil veces más difícil que darle color.

### **3.- EL DIALOGO DEBE ADELANTAR LA ACCION**

Esta característica del diálogo es quizás la más difícil de entender. La primera vez que yo la oí en clase de Hugo Argüelles pensé que era contar lo que va a suceder después, hasta que pasó mucho tiempo entendí de lo que se trataba. La dificultad viene de la palabra acción. El teatro es acción, la palabra drama quiere decir acción. Acción son los cambios que se presentan en la historia o en los personajes a partir de instalarse un conflicto. Adelantar la acción es conocer paso a paso como se va dando ese conflicto y los cambios que origina. Cada vez que hable alguno de los personajes vamos a saber un poco más de la historia o de él mismo. Eso es adelantar la acción.

Tan importante como conocer las características del diálogo es saber los errores en que se puede caer. El usar equivocadamente el color o el carácter nos llevarán a no aceptar al personaje. Si en lugar de adelantar la acción la detenemos- DETENER LA ACCION- se pierde el ritmo y sobre todo el interés del público. Este defecto es muy común en el radio. Se detiene la acción por varios motivos.

1.- Didácticos : Cuando el autor escribe de más o se sale de la acción para informarnos algo que considera importante pero que no tiene nada que ver con la obra. Esto sucede sobre todo cuando se tiene una intención didáctica . Por medio del teatro muchos autores nos quieren explicar desde cómo limpiarnos correctamente los dientes a cualquier tesis filosófica pasando por las matemáticas o la geografía.

2.- Placenteros: Cuando uno empieza a escribir teatro y pone a dialogar a sus personajes y estos lo logran, uno se entusiasma y sigue escribe y escribe para que ellos sigan hablando. Aplicando color mexicano decimos que nos picamos.

3.- Presunción: En otras ocasiones queremos demostrar nuestra erudición y llenamos nuestro texto de datos y más datos que no sirven a la acción de la obra.

### **4.- EL DIALOGO DEBE SER SINTETICO.**

El teatro y el radio ya son de por sí una síntesis. El diálogo lo debe ser también, en especial en la época moderna donde ya no se admiten las grandes parrafadas. En tiempos pasados la gente podía asistir al teatro y permanecer en él tres a cuatro horas. Hoy es diferente. Por otra parte al hacerse el diálogo sintético se gana enormemente en intensidad e interés pues se quita toda la paja con que antes adornaban cualquier texto.

### **5.- EL DIALOGO DEBE DAR SENSACION DE VIDA**



Dar sensación de vida es lograr que el diálogo lo entendamos y lo sintamos como algo propio, algo que está sucediendo en este momento y con gentes vivas. La forma más sencilla de lograrlo es utilizando el lenguaje actual. Durante la representación lo que el público ve frente a él es algo vivo, presente, no es algo que ya pasó.

#### **6.- EL DIALOGO DEBE SER MUCHO MAS EMOCIONAL QUE RACIONAL**

Esta es una regla que se debe aplicar con cuidado ya que no en todos los géneros es necesaria. Al espectador le gusta ver, oír e identificarse con personajes que muestren reacciones humanas viscerales. Quieren que tenga sangre y no atole en las venas. Si yo en la vida real no me atrevo a darle una buena cachetada a mi mujer después de que me hizo desesperar, en el teatro o en una radionovela quiero que sí se la den, y no sólo una. Quiero que la arrastren de los pelos y la pateen.

#### **7.- EL DIALOGO NO DEBE VENDER LA TRAMA**

Si al espectador se le dice desde el principio de que va a tratar la obra y cuál va a ser el desenlace, seguramente perderá mucho del interés que pudiera tener.

#### **8.- EL DIALOGO NO DEBE SER OBVIO**

Es muy fácil caer en lo obvio, en el lugar común, quejarse por ejemplo, de lo cara que está la vida o de que existe corrupción en el gobierno. Sin sentirlo, o a propósito, usamos frases manidas. Un ejemplo es la frase "como te lo iba diciendo" que se utiliza después de cualquier interrupción a un diálogo. Esto empobrece nuestro texto. La excepción es cuando se usa a propósito para explicar a un personaje.

#### **9.- EL DIALOGO NO DEBE DECIR TODO**

La verdad se dice por partes, en forma graduada. Un diálogo trunco muchas veces es más efectivo que un largo párrafo que explica todo, que comenta todo. Lo contenido tiene mayor emoción.

#### **10.- EL DIALOGO DEBE ESTAR BIEN ESCRITO GRAMATICALMENTE**

Esta es una característica obvia. Un texto con mala puntuación, mal uso de verbos y adjetivos, mala sintaxis, será siempre un texto fallido. La única excepción a esta regla es cuando el diálogo amerite mala sintaxis por su lenguaje coloquial.

#### **11.- EL DIALOGO DEBE SER CONGRUENTE CON LOS PERSONAJES Y LAS SITUACIONES**

En ocasiones nos olvidamos de esto y ponemos a hablar a un joven con color de anciano, a una sirvienta que habla como su patrona, a un licenciado como un médico o a todos nuestros personajes con nuestro propio

lenguaje particular. También olvidamos los cambios que puede tener un personaje cuando cambia de situación: un hombre en su hogar, en la iglesia, en la cantina, en el burdel. Más grave es olvidar el carácter y a un personaje introvertido lo volvemos extrovertido.

## **12.- LOS DIALOGOS DEBEN SER CREIBLES E INTERESANTES**

El diálogo será creíble en cuanto sea congruente con los personajes y la situación. Serán interesantes según se comprometa el autor con su tema, y sobre todo, cuando nos diga algo diferente y en un estilo propio.

### **EL CONTENIDO**

Ya estudiamos la forma en que se comunica el ser humano en la vida real y en el teatro o en el radio. La pregunta es qué vamos a comunicar y cómo lo vamos a hacer.

En pocas palabras diremos que contando una historia que lleve implícita una premisa o tesis y que presentaremos en forma de argumento. La premisa es lo que nosotros queremos decir de un tema. Algunos autores le llaman también tesis. La historia es la serie de acontecimientos que ilustran el tema y la tesis; el argumento es la historia escrita, ya terminada, estructurada y lista para ser leída en su totalidad.

### **EL TEMA**

El tema es de lo que se trata en la obra o el programa, su esencia, su base principal. Si yo voy a escribir una obra de teatro o a escribir un guión de radio, lo voy a hacer porque quiero tratar un tema que me importe, un tema del que quiero decir algo a los demás. Temas hay miles, temas humanos, se debe especificar, pues también existen temas científicos, geográficos, históricos, etc. El teatro maneja temas humanos. El radio puede manejar además de los humanos otros tipos de temas como son los científicos. ¿ Pueden ustedes ponerme algunos ejemplos de temas humanos? Sí, muy bien: el amor, la amistad, la soledad, la muerte, el aborto, la derogación, la homosexualidad, la violencia, la vejez, el hambre, la libertad, la liberación femenina. De alguno de estos temas vamos a hablar. Esto es forzoso y más vale conocerlo antes de ponerse a escribir que descubrirlo cuando ya se terminó la obra o el programa y ver que por esta falla el texto no quedó bien. Si el tema es claro todo se facilitará.

### **PREMISA Y TESIS**

El diccionario dice que tesis es una conclusión, una proposición que se mantiene con argumentos, con razonamientos. El mismo diccionario define a la premisa como una de las dos primeras proposiciones del silogismo, de donde se infiere y saca la conclusión. Ambas son proposiciones para llegar a una conclusión. Para no crear confusión usaré exclusivamente la palabra tesis, el que desee usar la palabra premisa también tiene el derecho a hacerlo.

El escritor debe saber por qué y para qué se escogió un tema determinado, saber qué quiere decir de él. Si yo, por ejemplo, escojo el tema del amor no es para hablar en abstracto de él, yo quiero dar mi punto de vista. Este puede ser que el amor no existe, o que el amor es el único sentimiento verdadero del hombre, o que el amor es una costumbre y no otra cosa. Esto que quiero decir de un tema es la tesis. Y esta tesis es lo que voy a demostrar en mi obra. El autor se debe comprometer con su tesis no importa que esto le pueda causar problemas familiares, sociales o políticos. Si no se compromete mejor que no escriba. Una obra o un programa sin una tesis definida no tendrá "garra", no podrá trascender.

Al existir una tesis por lógica existe al mismo tiempo una antítesis. Si yo estoy a favor del aborto muchos no lo estarán. Si yo quiero que maten a los homosexuales muchos otros lucharán por su libertad, si yo digo que el matrimonio es nefasto miles dirán lo contrario. La lucha entre ambas posiciones produce el conflicto. " Teatro sin conflicto no es teatro". Esta sentencia la hemos leído y escuchado infinidad de veces. Yo estoy de acuerdo con ella. El conflicto debe de existir aunque sea mínimo. Sin conflicto no hay interés.

Adelantando otro poco, ya que el conflicto es un tema aparte, también diré que los personajes que estén a favor de la tesis del autor serán los protagonistas y los que estén en contra los antagonistas. Pero eso ya lo veremos después.

### **CONFLICTOS**

Son cinco los conflictos que se tratan en el teatro y en el radio y ellos son los mismos a los que nos enfrentamos en la vida real. Algunos autores consideran que sólo deben existir cuatro, y pueden tener razón, como veremos más adelante.

Primero los enumeraré para después explicarlos.

CONFLICTO 1.- Contra dios, contra el destino o contra la naturaleza.

CONFLICTO 2.- Contra uno mismo y nuestras pasiones.

CONFLICTO 3.- Contra la sociedad.

CONFLICTO 4.- Contra nuestra pareja.

CONFLICTO 5.- El conflicto por el conflicto en sí.

Cuando el hombre hace su aparición sobre la faz de la tierra es un ser ignorante, sin experiencia. Todos sus actos se basan en los instintos primarios de supervivencia. Se reproduce sin saber como, se alimenta de lo que está a su alcance. Para él no existe explicación para que se produzca el frío o el calor, que haya luz de día y oscuridad de noche, menos aún puede explicar las enfermedades, las sequías, las inundaciones, el nacimiento y la muerte. Al no encontrar respuesta a sus múltiples dudas inventa seres superiores que serán los responsables directos de todos esos fenómenos. Así crea un dios para la lluvia, otro

para las cosechas, uno más para la muerte y otro para el nacimiento. Más tarde condensará en un solo dios a todos ellos, un dios con un poder infinito. ¿Qué hace el ser primitivo cuando no llueve durante mucho tiempo? Va y le reclama al dios de la lluvia. Si sigue sin llover le llevará ofrendas para tenerlo contento. Si no lo contenta entonces lleva a cabo un sacrificio humano o animal.

Históricamente el conflicto con los dioses es el primero que aparece. Lo mismo sucede en el teatro. Las primeras representaciones fueron ritos religiosos. El teatro griego se inicia también con este conflicto, el de los dioses.

Pasan años, y quizás siglos, para que el hombre observe que si deja caer un grano y éste se cubre de tierra fértil nacerá una planta con muchos más granos. Aprende también que puede domesticar animales. Con ello deja de ser errante y se establece en un lugar fijo. Muy pronto aprende a sembrar, a cazar, a defenderse, a cubrirse de pieles, a masticar hierbas para las enfermedades, a construir. Se da cuenta de que muchas de las cosas que le suceden no son por culpa de los dioses sino de él mismo. Es entonces se pregunta que quién es él, qué hace en la tierra, para qué vive. Se empieza a llenar de culpas. Este es el segundo conflicto. El del hombre contra sí mismo. Igual que en el primer conflicto resulta derrotado.

El hombre logra establecerse, pero igual a él, otros hombres hacen lo mismo. Todos buscan los mejores lugares, generalmente donde hay agua y buen clima. Un vecino se apropia de una fruta o un animal, otro de una parte de la tierra o de la mujer; uno más lo molesta con el sonido que hace golpeando maderas en la madrugada. Se produce el conflicto. Es el conflicto del hombre contra la sociedad. Esta sociedad puede ser cualquier desconocido que trate de quitarle algo o imponerle un modo de pensar o de ser o bien de privarlo de su libertad. El hombre se enfrentará directamente contra otro hombre o contra un grupo de hombres.

Sigue el cuarto conflicto, el cotidiano. En el tercero, no lo dije, cualquiera de los dos bandos puede ganar. En el cuarto todos pierden o al menos nadie gana. Es el conflicto de pareja, otros le llaman conflicto familiar. La pareja no es forzosamente la pareja sexual, es cualquier persona que viva muy cerca de nosotros, que nos conozca y que nosotros conozcamos igual. Puede ser el hijo, la madre, el padre, el abuelo, la sirvienta, nuestro compañero de oficina, de club deportivo, de cantina o de escuela. El o ella saben nuestros defectos, de que pie cojeamos. Pero nosotros también sabemos los de ellos. Es un conflicto que se da una y otra vez y que casi nunca se resuelve o se resuelve muy a la larga.

Queda el quinto conflicto. Ya dije que muchos autores opinan que no existe, que el conflicto por el conflicto en sí es un invento más que una realidad, que en todos los casos pertenecerá a alguno de los conflictos anteriores. Yo sí lo utilizo pues tiene características propias. Este es un conflicto que se da espontáneamente, de repente, sin ningún antecedente. Uno conduce su automóvil, se detiene en un alto,

mira al conductor del auto vecino, este le pregunta molesto que qué tanto lo mira. Se bajan, se agarran a golpes. Ninguno de los dos se conocía, no tenían nada el uno contra el otro. De repente se presenta la situación y viene el enfrentamiento.

La diferencia con los cuatro conflictos anteriores es que en éste no existe ningún antecedente. En los otros cuatro sí los hay. En el primero los dioses mandan la sequía, después una inundación, se muere el hijo. En el segundo me pregunto a mí mismo por qué no hice esto o lo otro en tantos años. el tercero nos agarramos de la larga cabellera ( recuerden que somos primitivos) con el salvaje que quiso llevarse a mi mujer y que antes ya me había robado mis animales y que además no me dejaba dormir con su tan tan tan toda la noche. En el cuarto llevo años de soportar a mi mujer, ella dice lo mismo, que lleva años soportándome a mí. Pero en el quinto no tengo por qué pelearme con los que van en el Metro conmigo o los que hacen cola en el Banco. El único antecedente que existe es la neurosis de las ciudades o simplemente de las personas. Pero no hay antecedentes de relación personal.

En este conflicto puede ganar cualquiera de las dos partes o bien perder todos.

¿ Qué es lo que tienen de común los cinco conflictos? Sí, claro. El ser una lucha. ¿ Qué más, por qué se pelea en todos los casos? Se pelea por una sola cosa: EL PODER. No peleamos por el dinero, por el mueble, por el puesto, porque me miró feo, por el amor de esa mujer. Ese es el pretexto. El pleito es por el poder. Necesito el poder para imponer mis puntos de vista, para tener más cosas, para demostrar que soy el mejor, para que me sirvan.

¿Qué instrumentos utiliza el ser humano para obtener el poder o simplemente para doblegar a su adversario? Pueden ser innumerables pero estos son los principales:

- 1.- **Dios y la religión.**-Si haces eso te vas a condenar. -Dios te está vigilando.-La virgencita se va a poner contenta si me obedeces.-Es pecado.
- 2.- **Las tradiciones sociales y familiares.**-En nuestra familia nunca ha habido alguien...-No nos vas a hacer romper nuestras tradiciones...-Los mexicanos somos así, si fuéramos daneses...
- 3.- **El dinero.**-Te voy a desheredar.-¿ Qué diablos haces con todo el dinero que te doy? -Si te portas bien te voy a dar un regalo.
- 4.- **La fuerza bruta y la violencia.**-! Hija de la chingada!-Te estás acercando al callejón de los chingadazos.-  
¡ Impotente, hijo de tu mamacita!
- 5.- **La clase social.**- ¡ Mecos estos!-¡ Fíjese con quien habla, pelado este!-¿ Es tu pueblo ya tienen teléfono?

6.- **La cultura y los conocimientos.**- Cómo te quieres comparar conmigo si ni siquiera has terminado la primaria.-Mira, primero lee un poco antes de hablar.-Hijita, cómo quieres salir con ese muchacho que viene de una familia sin la mínima cultura.

7.- **La edad.**-Jovencito, cómo te vas a comparar conmigo que ya viví la vida.-Habla cuando ya tengas alguna experiencia, antes mejor te quedas callado.- Los niños no deben hablar cuando están hablando los adultos.

8.- **Las jerarquías sociales y familiares.**- ¡Obedece a tu abuela y no preguntes!- El es el jefe y punto.- Estás hablando de los Martínez Elizarragás, cuida lo que dices. Ellos merecen nuestro mayor respeto. -Si siguen hablando los voy a reprobar.

9.- **El sexo.**- Sí, sí, todo el día fregándome la vida y ahora quieres que te haga el amor. Cómo no.-¿ No me vas a dar ese pequeño regalo? ¿ Acaso ya no te gusto?-¿ Impotente, eso es lo que eres!

10.- **Chantaje moral.**- Yo que me he sacrificado por ti.- No te importa que me esté muriendo.-¿ Por qué siempre yo? Ya sé, por ser mujer.

11.- **Las razas.**- ¡Pinche negro!-¿ What do you say? I don't understand you.-Nacos méndigos.

12.- **Principios morales.**- Una muchacha decente no se viste así.

-¿ Cómo te atreves a defender el aborto?-¿Quieres ser el hazme reír de todos?

13.- **El engaño, la mentira, las falsas promesas.** Voy a conseguir que te suban de categoría si...Te voy a presentar a un cuero de vieja si...A ti es a quien más quiero ¿ acaso no lo sabías?

14.- **Por miedo, en especial a lo desconocido o a las enfermedades mortales.**..Va a venir el coco y te llevará. Si comes tanta grasa te va a dar un infarto. Si te da el Sida no digas luego que no te lo advertí. En esos lugares te asaltan y hasta te pueden matar. Va a venir el difunto y te va a jalar las patas.

Generalmente unimos varios de estos modos para derrotar a nuestro enemigo:

Sí, ya sé que no te importa lo que a mí me pase ni que esto esté en contra de lo que te han enseñado nuestros padres, pero no creas que no tendrás castigo, mi papá ya no te dará dinero, te vas a ir al infierno y yo te voy a dejar de querer. Ojalá y que cuando aprendas un poco de la vida pienses de otro modo. Yo en la universidad aprendí ...Etc. etc. etc.

Todas estas formas para dominar o convencer son usadas en el radio posiblemente no de una forma tan directa como los ejemplos anteriores pero sí utilizándolas en una forma estilizada que puede ser igual de efectiva. Díganlo sino los anuncios en el radio y la televisión. ¿ Acaso no usan el sexo, la moral, la religión, las clases sociales, las mentiras, las falsas promesas para convencer, para imponerse?

## **PERSONAJES**

Al ser humano se le ha clasificado de muy diversas maneras según las distintas necesidades. Los curas nos clasifican en pecadores y no pecadores, en ateos y creyentes. Los médicos nos clasifican en enfermos y sanos, en diabéticos y no diabéticos, en sidosos y no sidosos. Los políticos en votantes y no votantes, en capitalistas y comunistas. Así otros nos clasifican en hombres y mujeres, viejos y jóvenes, blancos y negros, chaparros y altos, simpáticos y aburridos. Miles de formas existen para clasificar a las personas. Y cada clasificación conlleva una serie de datos que debe poseer el clasificado. El tonto debe ser muy distinto del listo, el rico del pobre, el católico del musulmán, el culto del inculto. Ninguna de las anteriores clasificaciones pertenece al teatro o de la radionovela, pero sí, todos los personajes de teatro o de radio se pueden clasificar como todo lo anterior, y nosotros, como autores, tenemos que incluirles todos los detalles necesarios para que sean lo indicado. Nada difícil que nuestro personaje sea masculino, chaparro, rico, diabético, mexicano, feo, calvo, viejo. El personaje deberá ser congruente con cada uno de estos atributos. Se tendrá que comportar como una persona rica, anciana, deberá hablar como mexicano, vestirse como un ser masculino, etc. etc. Esto no lo debemos olvidar nunca.

Por las necesidades teatrales y radiales también nosotros hemos clasificado a los hombres de dos formas. La primera tiene que ver con el tema y la tesis. Los personajes se van a dividir en protagonistas y antagonistas. Ya se sabe, protagonista es el que está a favor de la tesis del autor y antagonista su contrario. Esto ya lo explicamos antes.

La segunda clasificación sirve para crear al personaje, para entenderlo. Antes de que el personaje pelee por una tesis debe de existir él mismo, debe ser. Ya creados los personajes los dividimos en siluetas, tipos y caracteres.

### **SILUETA**

Es un personaje cuya única función en la obra es la de crear un ambiente, ninguna otra. Corresponden en el cine a los extras. Estos personajes no tendrán nombre propio ni ejercerán acciones específicas. Su función apenas es un poco mayor que la escenografía. Cuando se refiera el autor a ellos siempre lo hará en las acotaciones. En el radio formarán murmullos o ruidos. Se escucharán por ejemplo pisadas de miles de gentes o murmullos en una iglesia.

### **TIPO**

Tipo es un personaje conocido por todos y que generalmente ejerce un oficio o profesión. Es fácilmente reconocible por su vestuario o por sus actitudes. Tiene un lenguaje propio. Los tipos no tienen trayectoria y no sufren cambios. Esto no quiere decir que no les ocurra nada. Sí, a un tipo lo pueden golpear y hasta matar, lo pueden engañar, se puede enamorar, pero siempre como tipo, con reacciones que todos

esperamos de él. Tipos son el policía, el médico, la sirvienta, el soldado, la madre, el peladito mexicano, el gaucho argentino, el loco, el borracho, el cura, la prostituta. También son tipos el niño, la enamorada, la religiosa, el ladrón, el avaro, el tendero. Cada uno de ellos diferente al otro, cada uno bien definido. Algunos personajes tipo se pueden subdividir en tres: prototipo, estereotipo y arquetipo. Prototipo viene de la raíz Proto-primer-. El primero en la clase, el mejor, el más perfecto. Si ustedes se refieren a la señora Virginia González como el prototipo de madre, será porque ella reúne todos los requisitos, los de mayor calidad, para ese tipo. Será una madre que pueda servir de ejemplo a las demás. El prototipo es ejemplar. Chaplin puede ser el prototipo de los cómicos de cine, Marilyn Monroe de la mujer sexi, María Félix de la mujer hermosa. Los prototipos siempre tienen nombre propio.

¿ Qué es un arquetipo? Arquetipo viene de la raíz Arqueo, antiguo. Es el tipo que se conoce desde la antigüedad y que persiste hasta la fecha actual. Arquetipo es la madre, el sacerdote, el soldado, el hijo, el amigo. Durante siglos la madre sigue alimentando a sus hijos, protegiéndolos, amándolos. Durante siglos el soldado sigue obedeciendo órdenes, sigue defendiendo y sigue matando. Han cambiado los vestuarios, las armas, los medios, pero la esencia continua. El médico es un arquetipo; en los albores de la humanidad posiblemente se vestía como brujo y usaba hierbas para curar, actualmente puede usar rayos Lasser y otros aparatos electrónicos, pero su esencia es curar al enfermo. Piensen en un arquetipo de este siglo. ¿ Los locutores? No, ya en las tragedias griegas habían narradores. El único arquetipo de este siglo, real, es el astronauta. Conste que dije real pues en ficción también ya existía. Cada vez que pensemos en un astronauta vamos a referirnos a Amstrong y cuando lo representemos lo vamos a vestir como él y haremos que camine como caminaron los primeros astronautas sobre la luna.

¿ Y el estereotipo? Estereotipo viene de la raíz Estéreo, sólido. Algo que queda fijo aunque sea falso. ¿ No han escuchado que fulanito de tal tiene una sonrisa estereotipada? Quieren decir que tiene una sonrisa falsa, exagerada. Y eso son estos personajes, seres falsos, exagerados. Si a un indígena mexicano lo ponemos a caminar de puntas, dando saltitos y lo hacemos hablar como un retrasado mental, estamos construyendo un estereotipo. Nuestras pastorelas navideñas están llenas de estos personajes. Unos estereotipos son los inditos, pero también lo son el ángel y los diablos. Son falsos puesto que nadie sabe como son estos últimos en la realidad o si al menos existen. El indio que presentó Pedro Infante en la película premiada "Tizoc" es también estereotípico.

Los personajes tipo son importantísimos en el teatro o en el radio. La comedia, la farsa, la tragicomedia se conforman a base de ellos. La radionovela también. El estereotipo es muy útil en la farsa. Los arquetipos y prototipos en el melodrama y en la comedia. El cura, los machos y los indios son todos



tipos. Un porcentaje muy elevado del teatro y del radio mexicano, y del resto del mundo, está conformado con personajes tipos.

### **CARACTER**

Un personaje carácter es un ser complejo, con un vicio de carácter, recurrente, con una trayectoria definida, tanático o erótico, que mueve o padece la acción, que sufre un cambio importante durante su trayectoria, que puede ser cerebral, cordial o visceral; que es contradictorio y aspira a la singularidad.

¿ Muy difícil? Vamos a aclarar punto por punto. El primero es el más simple. Un ser complejo es el que no es sencillo, el que tiene muchos elementos que lo forman y no uno solo. Este concepto no creo que necesite mayor aclaración, en cambio, el vicio de carácter nos va a llevar más tiempo. El diccionario dice que vicio es un defecto o imperfección que hace que una persona sea impropia para el fin al que se destina. También que es una disposición o tendencia a lo malo. Yo diría, de manera más sencilla, que vicio es la exageración de cualquiera de nuestros gustos normales. La comida me da un gusto, si la exagero llego a la gula. El gozar del sexo es lo normal, si me vuelvo obsesivo se convierte en lujuria. El descansar es necesario y gratificante, el no hacer nada nos lleva a la pereza. Vicio es exagerar cualquier cosa, por eso nos decían nuestros padres que "cualquier exceso es malo" o que " todo con medida, nada con exceso". Lo que no sabían, o más bien lo sabían muy profundamente, y por eso tantas recomendaciones, es que cada uno de nosotros tiene un vicio y que ese vicio es el que va a marcar toda nuestra vida.¿ Recuerdan los pecados capitales? Son siete: lujuria, gula, ira, pereza, soberbia, envidia y avaricia. Estos vicios son los que movían al mundo...y lo siguen moviendo. Hay muchos otros vicios, unos mayores y otros menores.. Podemos nombrar entre ellos al alcoholismo, la drogadicción, el chisme, la mitomanía, el robo, el sadismo, el masoquismo, la falsa modestia, la jactancia, la pudibundez, el exhibicionismo, la intransigencia y muchos otros.

Si yo, como ser humano que soy, tengo alguno de estos vicios, es casi seguro que mi vida será regida por él. Si soy goloso, por ejemplo, todo lo voy a relacionar con la comida, lo bueno y lo malo. Sufriré con la gordura, me pondré a dieta, pensaré todo el día en que voy a comer, desayunar y cenar, viajaré por el mundo para conocer restaurantes y platillos típicos, me casaré con una mujer que sepa cocinar, a mi trabajo llevaré tortas o cualquier otro alimento. Mis mayores conocimientos serán saber como se cocina tal o cual alimento, dónde se preparan las mejores tortas de chorizo de la ciudad o los mejores tacos sudados. Inútil que me digan que por mi gula me voy a enfermar, que me voy a volver diabético o hipertenso, que el dinero no me va a alcanzar si sigo comprando tantas cosas de comer, sobre todo cosas de lujo como quesos, angulas, dulces de almendra. Con mis amigos y familiares platicaré de comida, organizaré todos los eventos familiares, sociales

y de trabajo en buenos restaurantes y con deliciosos platillos y...! Hmmm! Cuando esté frente al plato anhelado mi gozo será infinito.

Y esto es por lo que nos volvemos viciosos. ¡ Por el gozo! El vicio nos produce tanto placer que nos importa poco todo lo demás: enfermedades, críticas, dolores, pobreza. Por eso lo repetimos una y otra vez. Esta repetición es lo que se llama recurrencia. Recurrencia es la tercera característica del personaje carácter. Un gusto que no produce un placer intenso que obligue a repetirlo obsesivamente no es un vicio.

Al conocer a fondo nuestro vicio de carácter lo podremos manejar y no permitiremos que él nos maneje a nosotros. Por eso es tan importante saberlo. Si lo conocemos nos vamos a poder explicar a nosotros mismos un poco mejor.

Veamos la trayectoria de un personaje carácter. Sus antecedentes serán muy importantes ya que son lo que van a determinar la personalidad del personaje. Estos antecedentes los podemos dividir en físicos, familiares, socioeconómicos y psíquicos. Los físicos son los que corresponden al cuerpo del personaje, a su salud: tamaño, forma, deformidades, altura, belleza o fealdad, fuerza, etc. Un ser enfermo o con algún defecto físico va a responder frente a un estímulo de una forma muy diferente a como lo puede hacer un ser bello y fuerte. Los aspectos familiares y socioeconómicos también serán determinantes: clase social, cultura, educación, hábitos y costumbres. Un niño de la calle jamás responderá igual que un niño de una colonia rica. Una niña maltratada va a ser muy diferente que una niña a la que se le da todo. La unión de lo físico con lo social y familiar nos determinará nuestra psicología. Un niño siempre amenazado o castigado se volverá introvertido. Un niño siempre alabado se volverá extrovertido. Si nuestros padres toda la vida se insultaban, se golpeaban o nos golpeaban, van a lograr que seamos ya de adultos seres neuróticos. Esos mismos antecedentes serán los que nos expliquen nuestro vicio de carácter. Si no recibí cariño de niño me volví comelón para tener algún satisfactor. Hoy soy goloso. La trayectoria del personaje carácter es la serie de hechos que nos hacen conocer su vicio de carácter y sus recurrencias. Por este vicio tendrá que mover o padecer la acción.

Si ustedes no conocen perfectamente a sus personajes, si no estudian sus antecedentes, difícilmente podrán hacerlos importantes. Será lo mismo que si no conocen el tema del que van a tratar. Por ser obvio no había dado importancia a este punto. Pero sí, se necesita conocer a fondo de lo que se va a hablar para poder discutirlo, trabajarlo. Yo siempre recomiendo a mis alumnos que después de escoger el tema hagan un pequeño ensayo sobre él. Si voy a escoger el tema del aborto tendré que enterarme quién se lo practica, por qué se lo hace, dónde lo llevan a cabo, sus fallas, las leyes que existen sobre él, los peligros que acarrea; necesito saber cuántos abortos se llevan a cabo en la República y en el mundo al mes, al año. Igual debo

conocer en que países se acepta legalmente y cuáles son las bases para esta permisión. Entre más se sepa sobre el tema será mucho más fácil trabajar en él.

En el caso de los personajes, además de conocerlos muy bien, el autor debe escribir una biografía de cada uno de ellos, anotando cómo es físicamente, sus antecedentes familiares y sociales, su grado de enseñanza, sus gustos, sus miedos, sus deseos, con quién se relaciona, su vocación, su trabajo, su cultura, sus amores, sus actividades sexuales, su historia. Es Necesario conocerlo a fondo para entender su trayectoria y sus reacciones actuales y poder ofrecérselas al público.

¿ Vamos bien? ¿ Qué sabemos hasta el momento de un personaje carácter? Sí, eso, que es complejo, que tiene un vicio de carácter y una recurrencia, que sufre o provoca la acción. Veamos su singularidad.

Cuando estudiamos a los personajes tipo dijimos que cada uno de ellos debe pertenecer a un grupo de seres humanos iguales o parecidos a él. El tipo nos uniforma, nos hace pertenecer a diversas comunidades. El médico pertenece al grupo de médicos, el norteño a todos sus paisanos. El carácter por el contrario nos separa de todos, nos vuelve únicos, individuales. Yo soy distinto a todos los demás, tú también eres distinto. Todos somos únicos e irrepetibles. No importa que Juan sea médico igual que yo, a mí no se me parece en nada.

Otro punto de los personajes carácter es su cambio. El tipo nunca tiene un cambio, siempre es el mismo aunque le sucedan muchas cosas. El carácter tiene un cambio constante que lo llevará al gran cambio, éste producido por su vicio de carácter.

### **TANATISMO Y EROTISMO**

Vamos a pasar a una parte que implica mayor dificultad para entender pero que es muy importante para la creación de un personaje. Hablo del erotismo y el tanatismo.

Erótico, que viene de Eros, amor, se refiere a amor a la vida, a todo lo relacionado con ella. El sexo es parte fundamental pues es por medio de él que los seres vivos se pueden reproducir, sin sexo la vida se acabaría en una generación. Cualquier acto que se relacione con la vida, con el gusto por ella, con la creación, será erótico. En cambio todo lo que esté relacionado con la muerte, que hable de ella, que se interese en ella, será tanático. Tánatos viene de la misma palabra griega y quiere decir muerte. Si yo pienso frecuentemente en ella, la deseo, o por lo contrario, le tengo miedo, seré un ser tanático. Los humanos somos al mismo tiempo eróticos y tanáticos, de la misma forma que sucede con el sexo, todos somos masculinos y femeninos, pero igual que sucede en la esfera sexual, siempre va a predominar alguna de las dos fuerzas. Los seres masculinos tendrán mucho más hormonas masculinas que femeninas; los seres femeninos más

hormonas femeninas que masculinas. De igual manera seremos más eróticos que tanáticos o más tanáticos que eróticos. Jamás se encontrará al erótico puro como tampoco al masculino puro.

Hagamos un resumen de las actitudes ante la vida de cada uno de ellos. El tanático es destructivo, opacado, introvertido, espectador, masoquista, poco creativo, púdico, débil, enfermizo, cobarde, huidizo, pensador, filósofo, sumiso, tibio, coleccionista, amigo, observador, poco excitable. Es un ser que no encuentra fácilmente solución a sus problemas, que se le cierra el mundo. Fácilmente cae en la depresión. Es cerebral. Puede caer en la drogadicción o el alcoholismo. Es dependiente.

El erótico es un ser constructivo, actor de los acontecimientos, sexual, sádico, sano, extrovertido, valiente, elegante, pasional, alegre, con don de mando, que muere generalmente joven, se enfrenta a los acontecimientos y circunstancias. Es infiel con la esposa y los amigos. Generalmente es inculto y no siempre inteligente. Es visceral. Sabe gozar la vida. Es apasionado.

Es importante saber que todos vivimos continuamente en conflicto por nuestro tanatismo que se opone a nuestro erotismo. Lo tanático frena a lo erótico, lo erótico derrota a lo tanático. Nuestro erotismo nos pide que nos acostemos con todas las mujeres del mundo; nuestro tanatismo nos dice que no es posible, que es peligroso, que nos podemos enfermar. Los personajes también tendrán este tipo de conflicto.

Para terminar con los personajes carácter nos falta el estudio de lo cerebral, lo cordial y lo visceral.

### **CARACTER CEREBRAL, CORDIAL Y VISCERAL**

Todos los seres humanos nacemos siendo eróticos. La educación, los traumas, la cultura, nuestro físico, nuestras circunstancias nos lo reafirmarán o nos lo cambiarán para llegar a ser tanáticos. Igual sucede con lo cerebral, cordial y visceral. Todos nacemos con respuestas viscerales a cualquier estímulo. Poco a poco podemos cambiar a cordiales o cerebrales. Lo visceral son los instintos; los principales el de la supervivencia y el de la reproducción. Lo cordial son los sentimientos. Cerebral los pensamientos, el análisis. Examinemos un estímulo y nuestra respuesta. Al tener en nosotros tres posibilidades de respuesta debemos saber que generalmente es una de ellas la que predomina en nosotros. Esa constante es la que nos define. que nuestro temperamento será nuestra respuesta. El estímulo ya llegó a todas partes pero nuestra respuesta va a ser diferente según predomine alguna parte de nuestro cuerpo. Los cerebrales serán los intelectuales, los cordiales los románticos y los viscerales los pasionales. Es fundamental conocer a que estrato pertenecemos pues de ello dependerá en mucho nuestro comportamiento y nuestra forma de ser y de relacionarnos. Entre más viscerales seamos vamos a tener una respuesta más animal, si estamos más

evolucionados seremos cordiales y solamente el hombre superior tiene una respuesta cerebral. Entre más bajo sea el nivel de respuesta, mas bajo será en evolución. Lo visceral es erótico, lo cerebral tanático.

Tan importante como es conocernos a nosotros mismos es tratar de conocer a los demás. Eso nos facilitará la comunicación. Si yo soy un ser cerebral y tengo que comunicarme con un ser visceral, debo, por fuerza, que descender a su nivel y hablarle en su lenguaje. También deberíamos saber, a tiempo, en que rango entran los trabajos o profesiones a los que nos vamos a dedicar. Definitivamente las hay cordiales, viscerales o cerebrales. La carrera de enfermería, de medicina, de trabajadora social, de maestro, son básicamente cordiales. Las de matemático, filósofo, ingeniero son cerebrales. Las deportivas, las de danza, actuación, la carrera militar, la de astronauta, son viscerales. No digo con esto que dichas carreras no tengan elementos cordiales, viscerales o cerebrales. Todas los tienen, pero es uno el que predomina.

La primera zona, la alta, es la fuente de conocimientos y la inteligencia. La unión de estos dos nos da el criterio con que escogemos. El actor que pertenezca a esta zona utilizará un tono de voz agudo. La segunda, la intermedia, contiene sentimientos como la ternura, el amor, la tristeza, la nostalgia, la pena. El actor usará una voz más baja que la anterior. La tercera zona es la de la intuición, de la percepción, iluminación, premonición y adivinación. Es el mundo del inconsciente y de los deseos. En esta zona está la inspiración. El actor deberá usar una voz baja. Comparen su respuesta emocional al escuchar a Guadalupe Pineda o a Lola Beltrán.

El público tiene una marcada preferencia por lo visceral, ya sea en los personajes, ya en sus vicios propios, en las obras de arte o en la crítica. Todos queremos conocer nuestra parte animal. En segundo lugar prefieren lo cordial, el sentimiento. Por eso va al cine a llorar, por eso leen tanta novela rosa o ven telenovelas. Una minoría, generalmente la más preparada y culta, prefiere lo cerebral.

Otro dato importante es que nosotros, y los personajes, actuamos debido, en mucho, para obedecer a nuestros instintos primarios: el de conservación, el de reproducción, el de poder, el de libertad, el del conocimiento.

### LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

En el mundo existen varios medios de comunicación, los más usuales son los directos: de persona a persona y el teléfono. Los indirectos: radio, televisión y periodismo. Será importante ver la diferencia entre un medio que es totalmente visual, como es el caso del periódico, con uno que es solamente auditivo, que es el radio.

El periódico es impreso, es visual, se tiene que leer. La capacidad de información es más amplia. Recibe simultáneamente toda la información. Esta es elaborada y sistematizada. El lector puede escoger. La

comunicación es diferida y puede ser duradera. Puede quedar como registro y testimonio. No existe interacción con el lector y por lo tanto el escritor no puede conocer la reacción.

En el radio la comunicación es oral y auditiva. Estimula la capacidad de imaginación del escucha, éste recibe la información de un modo sucesivo. La comunicación es espontanea. El emisor puede rectificar pero no borrar. La comunicación es inmediata en tiempo y en espacio, es rápida, fugaz e instantánea. Es efímera. Utiliza códigos no verbales como exclamaciones o ruidos. Existe una interacción entre el emisor y el receptor.

Con estos datos podemos inferir que una noticia se debe dar de muy diferente manera en el radio que en el periódico. En el periódico las noticias son amplias y explicativas, las oraciones son largas, se le pueden insertar citas, títulos o cifras. Utiliza comillas para distinguir. Es permanente. Adopta casi siempre un formato y un estilo. Se escribe para ser leído. Informa y provoca reflexión.

En el radio la noticia se da en notas cortas, con expresiones también cortas. Las entradas recurren a declaraciones vivas. Utiliza el inserto como testimonio vivo. El texto es dinámico, instantáneo y perecedero. Es espontaneo. Se escribe para oírse. El texto enuncia y produce emociones. Es irrepetible.

Los medios de comunicación se dieron históricamente de la siguiente forma: imprenta, fotografía, fonógrafo, el cine mudo, el radio, el cine hablado, el cine a colore, la televisión, el video, la computación. El radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir tanto grabaciones realizadas en el pasado como ejecuciones vivas. Es el único medio en el que el receptor no tiene que estar pendiente de la transmisión, puede estar ejecutando otras actividades al mismo tiempo que escucha el radio. Esto lo hace un medio diferente a los otros. Es un acompañante de las actividades normales de los humanos y de ahí su importancia y algunas de sus limitaciones. Al poder llegar a todo tipo de público la radio cae fácilmente en la censura oficial o la autocensura. Por otro lado el escucha no le presta la debida atención, es, repito, un acompañante. Esto cambia en situaciones graves como puede ser un terremoto, un ciclón, una caída de gobierno. Es este momento toma una importancia fundamental ya que es el medio que más fácilmente llega al lugar de los hechos y puede transmitir al instante.

El tiempo de la producción radiofónica estará ocupado por los dos grandes universos que conduce: el de la música y el de la palabra hablada. A estos añade la producción de efectos que imitan a los ruidos. La palabra, la música y los ruidos son los elementos básicos en el radio. El que los recibe es el público que solamente, si no graba, puede escuchar el texto en una única ocasión. Por éste último motivo el reportero deberá ser redundante y reiterativo. Puede repetir las ideas principales en momentos distintos y con otras palabras. Puede hacer pequeños resúmenes. En caso de programas interpretativos el locutor puede anticipar

el tema, preparar al público, se puede también en ambos casos destacar los detalles numerándolos. Se puede decir, por ejemplo, en primer lugar...tal cosa, en segundo lugar...tal otra.deporte y en el panel también un grupo dirá su opinión pero sin

### **GENEROS RADIOFONICOS.**

Para poder elaborar un buen guión de radio es necesario conocer los géneros radiofónicos pero antes saber que un guión es básicamente una guía. De ahí su importancia. Su nombre viene de esta palabra. Existen guiones radiofónicos, cinematográficos, audiovisuales, etcétera. Nos abocaremos al radiofónico.

Existen muchos, muchísimos géneros radiofónicos, pero vamos a examinar a los más comunes, los de uso diario. Según el diccionario género es la manera o el modo de hacer una cosa, yo agregaría que es la manera de estructurar y que para pertenecer a un género determinado se tienen que tener características iguales. Los seres nos dividimos según el género en masculinos o femeninos. Los masculinos tenemos que tener características sexuales iguales y los femeninos otras diferentes. En telas los géneros agrupan a sedas, artiselas, piqué, lanas, etc, cada una de ellas con caracteres iguales. Una lana puede ser de diferentes colores o dibujos pero tienen en común su procedencia, eso las hace pertenecer a un género. En teatro existen varios géneros: comedia, farsa, tragedia, tragicomedia, melodrama. Eso se verá en otra ocasión, lo importante en este momento es conocer los géneros radiales. Se pueden dividir según su fuente en informativos, donde la información, instantánea o ya procesada, sea lo más importante. En este género aparecen el flash informativo, el noticiero, la nota informativa, la entrevista (noticia, opinión, semblanza de personalidad), el reportaje, la crónica o reporte y la encuesta en sus dos facetas.

La segunda fuente es en la que el tema es lo más importante, en este grupo entran el documental, el comentario, la editorial, el debate y el panel.

En un grupo distinto está la radionovela o el radio teatro.

Continúan los programas musicales.

Por último están los spots comerciales que son de lo que viven la mayor parte de las estaciones de radio.

Pongamos un ejemplo para separar estos géneros. Hablemos del fut ball que está tan de moda. En el Flash informativo se nos dirá que México empató con Holanda dos a dos. En el noticiero se nos informará que el día tal México, dentro del campeonato de Francia logró empatar a Holanda, que los goles fueron hechos por fulano y zutano. La nota informativa será más amplia, dirá lo que sucedió en el primer tiempo y en el segundo, la cantidad de tiros a gol que hubieron, etc. En la entrevista oiremos al entrenador decir el

gusto de que la selección mexicana haya pasado a otra etapa y que va a cambiar de táctica en el siguiente juego (noticia), o bien oiremos a un experto de fut ball que analiza el partido (opinión) o a otro reportero relatándonos la vida del Matador Hernández (semblanza). La crónica nos relatará no sólo el partido de México sino que lo situará con los demás partidos, recordará otros mundiales, etc. La encuesta se hará con público en la calle para que de su opinión sobre el pase de México a octavos de final.

En los interpretativos el tema será el fut ball. El documental nos relatará la historia del fut ball desde sus inicios hasta nuestros días, el comentario podrá comparar a este deporte con otros que se practican en el mundo y decir sus pros y sus contras. En la editorial se dirá que el fut ball es el circo para el pueblo que necesita trabajo y comida, que cómo es posible que la nacionalidad se juegue con unos zapatos. En el debate se invitará a diversas personas para que hablen a favor o en contra de este entrar en polémica.

La radionovela será una serie de sucesos donde el protagonista puede ser un jugador de fut ball que sufre un accidente que lo deja invalido. Su esposa y sus hijos lo ayudan a salir adelante. Al fin consigue volver a jugar y gana un campeonato.

Un programa musical puede estar confeccionado con música escrita especialmente para este campeonato. Se oirá a Riky Martín cantando el himno del 98.

Por último, los spots comerciales nos invitarán a usar calzones de tal marca que son los que usan los futbolistas mexicanos que acudieron a Francia.

### LA NOTICIA.

Todo lo que sucede al ser humano puede ser noticia, sobre todo es noticia lo que rompe el orden establecido en cualquier punto: parto múltiple, devaluación, tormenta, violencia, apariciones, muertes, accidentes, guerras, catástrofes. Etc. La noticia tiene nuevos aliados para darse a conocer: la computación, el internet, los teléfonos celulares, el fax ( facsímil), sistemas parabólicos de los satélites.

La noticia es un acontecimiento que por su interés, importancia y oportunidad merece ser hecha pública. La noticia se debe expresar con sencillez y con pocas palabras. La noticia puede ser un hecho simple que pueda llegar a afectar la vida social como puede ser una epidemia de gripe.

El buen reportero entiende la noticia, la detecta, la reconoce, la interpreta, la confirma y por último la difunde.

La noticia o la información debe ser veraz, confiable y oportuna. La noticia radial enlaza inmediatamente a los protagonistas con el público y el comunicador.



Hasta hace poco la noticia debía responder a las siguientes preguntas: qué, cuándo, quién, cómo, dónde y por qué. Las respuestas debían estar al principio. Ahora se puede seguir esta fórmula pero ya no es tan estricta. Actualmente se puede dar la noticia de la forma que desee el locutor.

### EL REPORTERO.

El reportero se debe identificar consigo mismo, con el medio y con su entorno. Debe tener voluntad, disciplina y conocimientos. Debe emplear la información con alto grado de responsabilidad y dar seguimiento a la noticia. Sólo mediante la investigación, la consulta permanente, la evaluación de los resultados y la vocación de servicio puede funcionar.

La radio es una tribuna de expresión colectiva. El locutor debe preguntarse siempre si al dar una noticia debe comprometerse consigo mismo y defender sus puntos de vista o debe ser imparcial. En los programas informativos deberá ser siempre imparcial, no así en los interpretativos donde sí tiene que tomar partido.

El locutor debe conocer bien su entorno para captar las noticias. Ya con ella la debe decir con un lenguaje familiar. Debe saber describir y evitar la retórica. Es importante saber transmitir los hechos con crudeza y con la fuerza de la realidad.

El locutor debe documentarse lo mejor posible. Consultar libros, revistas, enciclopedias, archivos y cuanto documento exista. Debe aprender a usar el internet y sobre todo debe leer varios periódicos tanto nacionales como extranjeros y ver lo noticieros de la televisión.

El locutor debe desarrollar la agresividad para captar el interés humano de las noticias, descubrir los secretos escondidos de los hechos, lugares y gente. Hacer sentir al público que es él el protagonista. El locutor debe escribir lo que va a decir, debe tener las notas fundamentales por escrito para tener un orden y no olvidar datos.

El locutor no debe dar por un hecho que el público entienda igual que él. No debe quedarse con ideas para sí mismo creyendo que ya las conoce o entiende de antemano el público.

El locutor debe buscar y tener un estilo propio. Dentro de este estilo se agradece la brevedad y la puntuación además del lenguaje coloquial.

En radio dentro de la puntuación se debe usar el punto y seguido en lugar del punto y coma y los dos puntos o el punto y aparte. No debe usar interrogantes en notas cortas.

Se usará el presente verbal en un ochenta o noventa por ciento de la información. Esta debe ser completa en sí misma. No pensar que el público ya tiene parte de esa información aunque así sea.

El locutor deberá evitar lo más posible los adjetivos, los adverbios y los gerundios. Por ejemplo no se debe usar la siguiente frase: Le estoy haciendo llegar o bien Esperando qué. Al inicio se deben evitar los nombres propios si no son de personajes muy conocidos. Al usar nombres, estos deben ser precedidos del título o cargo. Es mejor decir El Gobernador de Puebla, fulano de tal, que Fulano de tal, gobernador de Puebla. Si la persona tiene varios títulos o cargos dar solamente el más importante de ellos.

Nunca deberán usarse pronombres personales en lugar del nombre. No se puede decir, por ejemplo, él dijo, sino que se tiene que decir Maradona dijo. En caso de entrevistas largas se debe repetir varias veces el nombre del entrevistado.

En caso de usar citas estas se deben advertir al público. Por ejemplo decir “con lo que Monsivais llamó...”, o “Monsivais dijo textualmente....

Cuando se utilicen números o cifras estas se deben leer siempre y no decirlas de memoria. Si es una cifra larga se debe redondear. En lugar de decir 19, 988.000, decir cerca de veinte millones.

Se deben evitar las abreviaturas o siglas, con excepción de las muy conocidas como pueden ser el PRI, la ONU, la CIA, el FBI.

El locutor antes de redactar debe fijar el objetivo, su contenido y el destinatario. Tener una lista de ideas concretas. Al momento de redactar debe distribuir la información en una estructura y respetar la sintaxis, pronunciación y estilo. Después de redactar debe repasar el contenido y corregir errores para mejorar la forma y la presentación.

El reportero o redactor de radio, debe, según Paul White decir al público lo que va a decirle, después decírselo, y después, decirle lo que ha dicho. Por ejemplo se debe decir al público que vamos a hablar del Sida, después hablaremos de esta enfermedad, para terminar diciendo que ya hablamos del Sida, azote actual de la humanidad ¡Cúidense de ella! ¡ Usen condón!

Para terminar este tema del reportero debemos enfatizar en que éste debe ser ético ya que lo que él diga y su información serán un mecanismo de integración social, de convivencia y de difusión de la cultura. Ahí su responsabilidad. El locutor es generador de opinión. Su pobreza de lenguaje, la mala información, sus errores, pueden ser repetidos por todos.

### GUIÓN.

La estructura del guión radiofónico consta de dos partes: la cabeza, en donde se consignan todos los datos que orientan sobre el tipo de programa que se va a desarrollar y las personas que intervienen en él; y el cuerpo que es el desarrollo mismo del programa con las funciones y momentos de cada uno de los participantes.

Los participantes en la realización de un programa radiofónico son:

OP.- Operador. Encargada de manejar los aparatos.

EFC.- Efectista. Encargado de crear los ruidos o los efectos especiales.

LOC.- Locutor. Encargado de la presentación, despedida y créditos del programa.

VOCES.- Los personajes.

GUIONISTA. Es la persona encargada de llevar a cabo la labor de estructurar los contenidos del guión literario.

MUSICALIZADOR. Encargado de crear o seleccionar la música.

DIRECTOR/REALIZADOR/PRODUCTOR.- Es el responsable creativo del programa.

En la cabeza, además de los participantes se debe incluir la emisora, el programa el título del programa, la fecha de grabación, la fecha de transmisión y la duración real del programa.

El cuerpo del guión de radio se escribe a doble espacio. Se divide en cuatro columnas. La primera contiene la numeración progresiva de las líneas escritas en el guión, esa numeración va del uno al veintiocho, en cada cuartilla, tiene una finalidad práctica, la de poder ubicar inmediatamente la línea de error y el comienzo de la regrabación. El que sean veintiocho líneas nos permite ubicar un tiempo aproximado de lectura de un minuto, siempre y cuando cada línea no vaya más allá de 52 golpes de máquina. La segunda columna ubica las funciones de las personas que intervienen en la realización: OP, LOC, EFC. VOCES. La tercera columna es el cuerpo del programa; en esta quedan plasmadas literariamente las indicaciones al operador y al efectista y deben escribirse con mayúsculas sostenidas, subrayadas, en 52 golpes de máquina por renglón. Estas indicaciones deben ser lo más claro posible para evitar confusiones o errores, procurando llevar un orden lógico en su realización. Aquí se indica la forma de entrada de la música o efecto, el tipo de inserción que vamos a efectuar, de donde proviene dicha inserción, si es disco o cinta, el lado o cara del disco así como el track o banda en que se encuentra. Para una mejor referencia y seguridad de los datos se recomienda poner el título de la obra, pieza o canción a utilizar. El texto de locutores y voces va con mayúsculas y minúsculas, también en 52 golpes de máquina, procurando que las palabras no queden cortadas, ya que esto dificulta la fluidez de la lectura. Las indicaciones de uso e inflexión o carácter de la voz van entre paréntesis, con mayúsculas y subrayadas, inmediatamente antes del texto que se va a interpretar e incluidas en la dimensión antes señalada. La cuarta columna, no obligatoria, queda ubicada en el margen derecho, aparece como una necesidad funcional, en ella nos es permitido diagramar el movimiento de la música y los efectos o ruidos, haciendo que el margen de error a la hora de realización se deduzca al mínimo.

La diagramación, por su valor visual, permite al operador, al efectista, al musicalizador y al director, tener una idea clara de la proposición del guionista.

La numeración de la páginas queda en el espacio correspondiente al golpe 78 en el renglón 3.

El primer renglón de la primera página (después de las hojas de cubierta y reparto) se inicia en la línea 10. Cuando se trata de una serie, el título se coloca en el centro de la hoja en el renglón 6; el nombre del programa en el renglón 8. Las páginas subsecuentes llevan el título en el mismo renglón de la numeración de las páginas y se inician en el renglón 6.

Los renglones correspondientes a personajes, efectos, cues, temas musicales, se numeran consecutivamente a lo largo de todo el guión, en el espacio correspondiente al golpe 10..

El nombre de los personajes se escribe con mayúsculas a partir del golpe 18.

Las instrucciones (Cues) de efectos de sonido y música se escriben con mayúsculas, se subrayan y se inician en el espacio correspondiente al golpe 21.

Los parlamentos se escriben en el espacio comprendido entre los golpes 28, 76 y 72. El primer renglón de estos parlamentos coincide con el renglón del personaje correspondiente.

Las acotaciones se escriben inmediatamente después del personaje, entre paréntesis y con mayúsculas.

La referencia en la medida de los golpes es el borde izquierdo de la hoja.

## **REDACCIÓN DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS**

### **FLASHES Y NOTA INFORMATIVA.**

Son los géneros más sencillos. Es la noticia que presenta el hecho tal y como sucedió. No tiene juicio del redactor. En regular es un texto noticioso de última hora. Generalmente ya se lo dan escrito al locutor.

Se contemplan flashes informativos donde la noticia se origina en algún sistema noticioso o bien es un resumen noticioso.

La nota informativa se la dan al locutor. El reporte él lo busca.

Estructura.- Máximo una cuartilla a doble espacio con 52 golpes de máquina y 28 líneas. Se debe dejar un margen a la izquierda de un 33 % de la cuartilla para anotar indicaciones de audio y para el conductor. De preferencia nunca cortar palabras al final de un renglón. Si se utilizan números estos se escriben con letras.

El flash se caracteriza por una sola noticia transmitida en forma de ráfaga o de avance. Su elasticidad permite desde grabarlo previamente y transmitirlo repetidas veces o bien transmitirlo en vivo, directamente. El flash es profuso en información pero poco profundo.

### **NOTICIERO O NOTICIARIO.**

Por regla general, el orden y la evaluación de mayor a menor importancia con que se transmiten las informaciones, las determina el director de noticias. Si lo hace por situación geográfica las noticias se agrupan según su procedencia: locales, regionales, nacionales o internacionales. Si es por tópicos suelen agruparse por aspectos como la política, la educación, la economía, la sociedad. Su orden será temático. El formato de combinación de elementos ocurre cuando la noticia se le da un orden irregular de transmisión.

Estructura.- El teaser comprende las principales cabezas o headlines (titulares) que redacta el director o coordinador de información y destaca en una o dos hojas las noticias principales. El teaser guía es una hoja por separado donde vienen detalladas las principales entrevistas, reportajes, comentarios y la editorial que se va a dar a conocer en esa emisión. El cuerpo lo constituye el grueso de la información escrita, una nota o información en que cada hoja por separado y la salida estará constituida por el teaser con el resumen de las principales noticias que se han dado en esa hora y las que hayan surgido en el curso de las noticias.

El teaser, o lead, o head, que equivale a guía o cabeza no sólo se limita a enunciar las principales noticias de un informativo con una estructura que resume una sucesión de notas informativas sino que también incluye las indicaciones especiales para el operador, para el conductor del programa y para los participantes. El teaser debe redactarse con tres copias para que los participantes tengan una guía formal para la presentación de los contenidos informativos.

El cuerpo del noticiero puede formarse de diversas maneras. La más común es separar las noticias por temas: noticias nacionales, deportes, espectáculos, entrevistas grabadas, entrevistas en vivo.

La salida del noticiero, por lo común, incluye un resumen de noticias o la repetición del teaser, seguido por los créditos.

### ESTRUCTURA DEL TEASSER.

En cine o televisión, teaser es una secuencia proyectada al inicio de una película o de un programa, que sirve para enganchar al público e interesarlo en la obra. En radio el teaser, al dar las noticias principales resumidas logra lo mismo, interesar al público y así obligarlo a escuchar todo el noticiero.

Existen tres tipos de teassers. El introductor, el teaser resumen y el teaser guía. Este último contiene de 8 a 10 notas con insertos.

### ENTREVISTA.

El buen reportero debe ser un hábil entrevistador. La entrevista es el recurso más rápido para obtener información y de ella se derivan diversos géneros periodísticos. Las formas de entrevista pueden variar desde las preguntas y respuestas hasta los programas de debate. Siempre será útil tener una lista de preguntas y preparar al entrevistado, si lo permite el tiempo, mediante una entrevista preliminar que facilite seguir la

línea de respuestas que se puedan obtener. El reportero debe investigar la materia y el perfil del entrevistado antes de proceder a su trabajo. Solo así podrá delinear las preguntas apropiadas. Las modalidades que adopta la entrevista radiofónica pueden ser cuatro: 1.- La entrevista de la noticia. 2.- La entrevista de opinión. 3.- La entrevista de personalidad y 4.- La entrevista conjunta.

La de noticia tiene el propósito de obtener información para convertirla en noticia. El reportero busca los hechos de interés público de fuentes dignas de crédito. Su duración es variable, de tres a cinco minutos. La entrevista de opinión prepara una introducción y una lista de preguntas. Esta modalidad se propone encontrar puntos de vista nuevos sobre asuntos conocidos, con el objeto de ampliar una información que el público ya tiene acerca de un hecho, o bien para conocer una opinión autorizada que permita enriquecer la opinión pública. La entrevista de personalidad o de semblanza es una combinación de la de opinión y busca hacer una semblanza de profundidad que a veces se centra en el perfil psicológico del entrevistado y otras, en el contenido temático. Intenta una exploración profunda, un retrato físico, psicológico, biográfico de la persona o del tema que se trate. Debe durar de 10 a 20 minutos si se integra a un noticiario o llegar hasta una hora si sale del informativo. El entrevistador debe, obviamente, conocer bien a su entrevistado y conocer su trayectoria. La entrevista de opinión y la de personalidad deben constituirse en verdadero diálogo de interacción. Por su extensión, es recomendable transmitirla en segmentos y en horarios apropiados. La entrevista conjunta es una modalidad de entrevista grupal que un conjunto de reporteros de diversos medios realizan a un líder de opinión para obtener su punto de vista de acontecimientos que revisten actualidad.

En la entrevista se puede improvisar pero siempre con cuidado. El locutor debe evitar el monólogo propio o del entrevistado. También debe evitar preguntas que puedan responderse con un simple sí o un no. En caso de producirse esta respuesta se debe preguntar ¿por qué?. El buen observador debe no ver sólo el hecho en sí sino también su significación. Por ejemplo ver que dos jóvenes se suicidaron el día de ayer. Es una noticia. Pero el reportero debe sacar conclusiones, examinar por qué aumenta el número de suicidios entre los jóvenes, ver si las drogas toman parte en ello, etc.

### REPORTAJE.

El reportaje es la culminación de la obra periodística en general y de la radiofónica, en particular. El reportaje, modalidad casi ausente del radio es por su esencia, un instrumento de expresión que conviene retomar. Es el producto del comunicador reportero eficaz que siente la necesidad de alcanzar la cima, la plenitud, la excelencia. El reportaje nace cuando el reportero profesional se ha cansado de rozar la sábana de los hechos, cuando ha decidido abandonar las filas de quienes se acartonan en la superficialidad. El reportaje

va más allá de la descripción de los acontecimientos con sobrada simplicidad, y surge con naturalidad en el reportero inquieto. El reportaje es profundizar en un tema, es descripción, exposición, narración que conjuga la entrevista, el documental, la crónica, la encuesta y el debate en alas de la creatividad. La creatividad es la fuente. Existen dos tipos de reportaje radiofónico, el simultáneo o control remoto y el diferido. El primero se realiza directamente. El reportero conductor describe los acontecimientos con absoluta libertad y propicia un sentido de participación al radioescucha. Una cascada enorme de imágenes sonoras permean la descripción, lo que provoca la creatividad de quien expone y la imaginación de quien lo escucha. El reportero debe conocer bien el terreno que pisa. Si va a hacer un reportaje de un partido de fut ball debe conocer ese deporte o si lo va a hacer sobre la banca deberá conocer a esta. Siempre es útil que lleve un teasser guía.

El reportaje diferido que se conoce simplemente como reportaje es una tarea bien pensada que permite el montaje y la elaboración planeada. No requiere un orden cronológico pero se nutre de la lógica. Es trabaja sustentado en el detalle y perfeccionado en la síntesis. Es un conjunto de notas, insertos, testimonios, comentarios interrelacionados de manera lógica y hasta cronológicamente entre sí, que permiten dar cuenta amplia y pormenorizada de los acontecimientos, en ocasiones, con la mínima intervención del reportero, pero siempre, con la máxima confiabilidad de los testimonios vivos, fundados en una visión de conjunto. El reportaje resume varios hechos noticiosos concatenados y amplía la posibilidad de brindar escenarios que permiten al radioescucha ver más allá de la noticia. El reportaje es el arte de la síntesis, su mayor efecto se obtiene de los elementos de asociación, analogía y contraste en las informaciones. Ubica al radioescucha en los antecedentes, trascendencia y consecuencia de los hechos. Por ejemplo se puede hacer un reportaje de lo que sucede en Chiapas indicando cuándo se inició, por quién, dónde; después vendrá el por qué para terminar diciendo lo importante que es el movimiento a escala nacional e internacional y sus consecuencias mediatas e inmediatas.

Los dos tipos de reportaje pueden tener las siguientes técnicas. Uno será el reportaje descriptivo que se construye de imágenes orales. El reportero debe llevar con la palabra de la mano al escucha describiéndole hasta los más mínimos detalles. El segundo es el reportaje narrativo que adopta el formato de historieta porque relata los hechos en forma de cuento. Por último esta el reportaje interpretativo que es el de investigación, asume con plenitud los fenómenos sociales y los interpreta en su sentido objetivo y profundo. Demanda un análisis muy amplio de los hechos y la interpretación de las afirmaciones que se formulan.

También existen otros tipos de reportaje como puede ser el reportaje entrevista que se centra en un personaje: su entorno, trayectoria, acciones y aspiraciones. El reportaje crónica se funda principalmente en las vivencias, en las experiencias y sensibilidades personales y colectivas, tanto del presente como del

pasado, tanto de los protagonistas como de los reporteros. El reportaje documental es una variante del reportaje crónica. Las temáticas que toca son de interés permanente como puede ser la drogadicción, la demografía, etc. El reportaje educativo que es el mismo que el interpretativo pero con un fin didáctico. Está orientado a un asunto de carácter pedagógico, un descubrimiento científico, un hallazgo de valor artístico o cultural.

### LA CRONICA.

La crónica radiofónica corresponde a dos tipos específicos de formatos del género informativo. El primero, lo constituye la descripción en video de los comentaristas o cronistas deportivos en el momento de transmitir un partido de fut ball o una corrida de toros. Para su elaboración, el cronista se encarga de presentar su trabajo mediante el aprovechamiento de los recursos disponibles. El discurso suele adoptar un lenguaje, estructura gramatical y marco de expresión transmitido en forma directa de historia viviente: lo estoy viendo, lo estoy viviendo y lo comparto con ustedes. Para evitar el monólogo, ya que la crónica puede durar horas, es mejor hacerlo con dos o tres locutores que ocasionalmente realizan entrevistas a los asistentes.

La otra crónica es la que se relata desde el lugar de los hechos pero de forma diferida. Es muy breve. Tres minutos como máximo. Se puede apoyar en insertos, en sonidos y en música.

### ENCUESTA.

La encuesta se ha definido como la recopilación de testimonios orales o escritos provocados y/o dirigidos, con el fin de averiguar hechos, opiniones y actitudes. En la encuesta, las selecciones y la crítica de los datos y sus fuentes deben sujetarse al rigor que la caracteriza; en la investigación documental, a la valoración de los textos. En el procedimiento de la encuesta, el cuestionario y la entrevista asumen importancia primordial, pues, entre las consideraciones más relevantes que deben observarse, destaca determinar el objetivo, valorar las preguntas para codificar el resultado; determinar el número de preguntas y qué preguntas serán de opción cerrada y cuáles de opción abierta, tender de lo general a lo particular, cuidar y adecuar escrupulosamente el empleo del lenguaje; eliminar, en las formas semántica, factores de distorsión como pueden ser el odio, el proselitismo, el temor y otros. Las encuestas pueden ser simples o elaboradas. La simple es, más que un género, un termómetro, un catalizador del estado en que se encuentra la opinión en un momento dado y en determinadas circunstancias. La encuesta radiofónica es producto de la vivencia cotidiana. Surge de una pregunta que está flotando en el aire y que el reportero es capaz de percibir porque representa una inquietud de la sociedad. Tal pregunta, una sola, directa, clara y objetiva, la formula el reportero a diez, quince o veinte personas representativas de un segmento de la población. Todo lo que tiene que hacerse es formular la pregunta, registrar los testimonios, insertarlos ordenadamente en una grabación,



preparar la entrada y el cierre; formular un comentario pertinente y emitir una conclusión que permita redondear la encuesta, finalmente, habrá que editarse el trabajo y presentarlo en un noticiero. La encuesta elaborada es como su nombre lo indica una encuesta preparada por una o varias personas sobre algún tema en particular y que consta de varias preguntas que se hacen a un grupo mayor de gente.

## LOS GÉNEROS INTERPRETATIVOS.

### DOCUMENTAL.

Muy cercano al reportaje pero que se diferencia de él por tres motivos. Por su extensión. El documental es más largo, puede durar de treinta minutos a una hora. Su elaboración puede llevar semanas ya que precisa del contacto de muchas y muy diversas fuentes presentes y pasadas; análisis de testimonios, verificación de datos, certificación de documentos y labor de investigación profunda. El segundo motivo es por su estructura. El documental tiene una secuencia lógica, una entrada brillante y motivadora, un cuerpo provisto de la argumentación a favor y en contra de los hechos que se pretende argumentar y un cierre apoteósico lleno de dramatismo y vigor. Por último se diferencia por su contenido. El documental abarca la opinión de muchas fuentes y pondría considerarse con la fuerza de una tesis por la irrefutable revelación de sus argumentos. Pretende ser un documento completo, elaborado y transmitido de manera diferida, provisto de un contenido multidisciplinario tanto en su estructura formal como en su contenido intelectual.

El documental se elabora con entrevistas, testimonios o documentos de archivo, reportajes pasados o presente, con voces vivas de los protagonistas, con citas de crónicas y datos precedentes de encuestas. Su mayor complejidad proviene de la dificultad de lograr un orden lógico, creativo y diverso en su presentación.

Son tres enfoques que tipifican los formatos del documental.

a.- El documental institucional. Tiene un valor universal y de interés permanente. Está subdividido en dos ramas, el político y el de relaciones públicas. En el primer caso, es de carácter político cuando se deriva de problemas económicos, políticos y sociales de una comunidad. Reviste trascendencia pues explica situaciones que tienden a buscar un consenso y la participación ciudadana para resolver con eficacia problemas de interés colectivo y de difícil solución. Es una modalidad interpretativa y busca la participación colectiva; su dificultad estriba en vestirlo con un tratamiento responsable, objetivo e imparcial ya que estimula la participación democrática y la toma de conciencia colectiva. Tiene el riesgo de prestarse a la manipulación y a dar un sentido oficialista..

El de relaciones públicas raramente es utilizado en el radio y se funda en la idea de crear y mantener una imagen pública de una institución hacia la comunidad como puede ser el Seguro Social o la Procuraduría. Se

parte de la investigación de la empresa, su origen, desarrollo, evolución y perspectiva. B.- El documental social emerge de la fuerza y nobleza de la comunidad que expresa, por este medio, sus inquietudes, necesidades y problemas que requieren de atención inmediata. Como por ejemplo la falta de agua. Se muestra la problemática con todos los elementos necesarios.

c.- El documental de controversia o denuncia es revelador, crítico y de señalamiento. Busca la razón de las injusticias sociales y las denuncia. Es el más delicado porque demanda un tratamiento con el más amplio criterio, con ponderación y honestidad. Aunque sería muy importante poco se utiliza por miedos, por pensar que el radio es más un prestador de servicios que otra cosa.

El documental debe explorar el carácter y la autenticidad de los hechos. El buen documental es dramático, pero no debe parecer un drama en el estricto sentido de la palabra. El documental es una tarea creativa en la que el trabajo de montaje juega un papel de la mayor importancia. El documental radiofónico es el instrumento que aporta los datos más sobresalientes reunidos en la escena de los hechos y contiene multiplicidad de opiniones de los protagonistas, de los expertos, de los líderes de opinión y de los organismos que toman decisiones en la vida social.

#### EL COMENTARIO.

El comentario es la interpretación misma de la noticia. Es una modalidad del periodismo interpretativo que se integra dentro de los programas regulares de noticias. El comentario supone un conocimiento profundo de los hechos y, por lo tanto, es tarea del redactor, del reportero, del coordinador o del director de noticias de una emisora. Implica dominio del tema, análisis y síntesis: análisis del hecho, con el detalle de sus antecedentes, el fondo y el trasfondo, el desarrollo del tema y la síntesis comprensible en pocas y sencillas palabras. El comentario no está sujeto a las reglas de los géneros periodísticos; y, sin embargo, supone también una entrada atractiva de importancia y de interés colectivo, un desarrollo coherente y balanceado que pone de manifiesto los argumentos a favor y en contra del tema tratado, así como una conclusión racional, a veces amable, a veces dramática, pero siempre de vital interés para los radioescuchas. Un esquema práctico es el llamado fórmula AIDDA que se usa en el proceso de persuasión y que puede sintetizarse en los puntos siguientes:

A Atención. Es la clave, con una presentación brillante del tema.

I Interés. Si en los primeros 20 segundos de iniciar el comentario no se logra captar el interés será prácticamente imposible obtenerlo después.

D Deseo. Debe impulsar al radioescucha a involucrarse y querer conocer más del tema que se está tratando.

D Decisión. Aceptar el comentario, independientemente de consentir o disentir de la opinión del comentarista.

A Acción. Provoque en el radioescucha un sentimiento de participación y confianza en el comentario.

Para el desarrollo del comentario, se recomienda el procedimiento de acción temática que sigue:

a.- Selección y tratamiento del tema.

b- Análisis lógico de las diversas facetas del tema.

c.- Opinión del comentarista.

d.- Conclusiones, recomendaciones y propuesta de solución al problema planteado.

El comentario no debe pasarse de tres minutos. En ocasiones no se da solución al problema para que el público piense. Siempre se debe tener presente la lista siguiente de puntos:

.1- Referirse siempre a un tópico de interés colectivo ya sea nacional, internacional, regional o local, que esté en boca de la ciudadanía.

2.- Emplear un lenguaje crítico que provoque el interés del auditorio.

3.- De preferencia, que no sea leído.

4- Hay que dominar el tema.

5.- Los nombres, cifras, fechas y detalles pueden dar fuerza al comentario pero no se debe abusar de ellos.

6.- Se debe hacer referencia a lo negativo y positivo del tema de manera balanceada.

7.- Mencionar siempre el nombre de los protagonistas y de las fuentes, o bien relacionar los hechos con los nombres.

8.- No olvidar cierto grado de repetitividad y dar el nombre del comentarista al final.

El Comentario Político.

Es resultado analítico y descriptivo de hechos y valoraciones de interés colectivo permanente. Se funda en un conocimiento muy amplio del tema y en la sencillez expresiva, producto de una cultura política muy respetable. El articulista político está estrechamente vinculado al articulista de la prensa escrita.

### EL EDITORIAL.

El editorial es función del editor. Por lo regular, los artículos, las columnas, los escritos, etc. Son responsabilidad del firmante. La redacción y la dirección del periódico se responsabilizan sólo del material llamado editorial; esto significa, propio del editor, que viene del latín y anuncia: el que pare, quien da a luz, quien publica; de edere, sacar, emitir. Cada edición es, por tanto, como un parto, un nacimiento. El género editorial sigue la línea del comentario, con la diferencia de ser en su esencia la expresión de la opinión del concesionario de la estación, quien ordena que una persona destacada exponga la opinión de la emisora

acerca de los acontecimientos de actualidad. De igual forma, el editorial expone, analiza, argumenta y critica, en torno a un acontecimiento. Tiene una gran semejanza con el ensayo, con la diferencia que no tiene citas bibliográficas.

Se identifican seis formatos esenciales para el editorial: informativo, interpretativo, de argumentación, de invitación a la acción, persuasivo y de entretenimiento. Normalmente todos presentan una tesis. Generalmente utiliza una y media a dos cuartillas. El informativo adopta el formato de exposición de los hechos relacionados con la noticia. El interpretativo o de investigación da a conocer los acontecimientos relacionados con la noticia de actualidad y los desmenuza de manera que el radioescucha pondere su importancia, su significado real, vital, quizás, el sentido oculto del suceso. El editorial de expectativa o de argumentación es un modelo que presenta cierto grado de dificultad ya que requiere dominio del tema. Con frecuencia se refiere a hechos relacionados con problemas nacionales que afectan a la región o al municipio, como es el desempleo, la economía, la seguridad, la salud, la política, las elecciones, etc. Requiere de un trabajo de investigación y conocimiento profundo de los antecedentes de los hechos pues tiene un alto grado de predicción, y debe desarrollarse conforme a un criterio responsable.

El editorial propositivo generalmente analiza un problema presente, pasado o futuro, lo expone en detalle, lo revisa en su contenido y propone una solución. Es el más usual. No es conveniente convertirlo en campaña y formular continuos llamados a favor de una acción determinada pues el radioescucha tiende a desoír o a reaccionar con suspicacia y ello puede desgastar la autoridad y credibilidad de la emisora. El editorial persuasivo emplea elementos de la psicología para vender una idea o forma opinión en apoyo de una causa de interés social como puede ser la Cruz Roja o los niños de la calle. El editorial de cultura abarca al más amplio espectro de temas de interés social, de índole material o espiritual. Incluye los conocimientos, los valores y las creencias, el arte, la ciencia y tecnología en todos los órdenes de la vida.

### EL PANEL.

El panel puede definirse como un “ grupo de personas seleccionadas con el propósito específico para juzgar, discutir y proponer” argumentos a favor de un asunto de interés público. El trabajo de panel está a cargo de un moderador, implica la presentación de los panelistas, una introducción sobre el problema a tratar, un diseño flexible de los tópicos a discutirse y a desarrollarse, así como el cierre. En algunos países llaman panel a la mesa redonda. Las opiniones pueden resultar convergentes o divergentes, en el último caso se formula la advertencia y se realiza la confrontación aunque el panel no busca necesariamente la exposición de opiniones antagónicas. El panel pretende poner en claro las ideas dispersas en torno a la materia, analiza

los diversos ángulos, rastrea las distintas perspectivas para establecer conclusiones que llegarán a un criterio convergente o divergente.

### EL DEBATE.

El debate es la otra cara del panel. El debate busca la discusión, la controversia, la polémica. Tiene la particularidad, en su esencia, de oponer y confrontar posiciones argumentadas. Cuando se trata de exponer y argumentar sobre la mesa los elementos de un conflicto, el debate invita al programa a las partes en pugna para que ofrezcan razones sobre el problema desde su propia posición y lo discutan. Como instrumento de expresión democrática, el debate ha entrado con todo vigor en los medios de comunicación audiovisuales. La estructura del debate se presenta regularmente en dos formatos: el debate directo o debate dirigido y el debate programado. El primero asume la relativa libertad de exposición para los debatientes. En él el moderador controla a su criterio el tiempo que a su juicio corresponde a cada uno y al mismo tiempo centra la discusión cuando alguno de los participantes se desvía, intencionalmente o no, del tema. En el debate programado se caracteriza por la rigurosa administración del tiempo para los participantes. En ocasiones se realiza un sorteo para distribuir la sucesión de intervenciones. En estos casos, el moderados sólo se concreta a anunciarles los tres, cinco u ocho minutos y las rondas de intervenciones que configuran el tiempo total que tendrá cada expositor, quien, a su vez, es dueño de cada segmento. Al final el moderador les anuncia que sólo les queda un segmento de los minutos convenidos para que cada uno haga sus propias defensas y conclusiones. Este debate se da cuando se tiene el propósito de propiciar a la confrontación un rigor de orden y seguridad entre los participantes y para tener la certeza que debatirán en absoluta igualdad de condiciones. Es el caso del debate público como puede ser el de dos o más candidatos a la presidencia.

En el debate directo o dirigido, tiene la fuerza de la espontaneidad pero se corre el riesgo que dos o tres personas hablen al mismo tiempo. El moderador asume un papel de gran habilidad porque en este debate requiere de gran experiencia y dominio para mantener el equilibrio del programa y un esquema que permita la regulación del tiempo de manera que los participantes tengan las mismas condiciones. La polémica demanda el más alto grado de sensibilidad por parte del moderador ya que busca llevar al radioescucha a la conciencia de que se trata de una controversia y le permite conocer las posiciones en conflicto, la posibilidad de formar criterio y asumir sus propias conclusiones. El moderador, aparte de conocer las posiciones diferentes deberá tomar nota durante el debate de lo que se diga de modo que no quede duda que el tema se agota hasta sus últimas consecuencias. Es deseable que el tiempo de duración pueda extenderse si se estima que vale la pena continuar el trabajo de debate. El moderador no debe tomar partido y se concretará a su

papel de mediador. Al finalizar el debate, el moderador hará un resumen y dará breve cuenta de los rasgos fundamentales de cada posición sintetizando antes que favoreciendo, concluyendo antes que calificando.

### RADIOTEATRO.

Radioteatro es llevar al radio una obra de teatro adaptada a este medio. Generalmente dura una hora o bien se puede dividir en tres secciones de media hora cada una.

### RADIONOVELA.

En la caracterización de las figuras que intervienen en una radionovela, a la puramente esencial, se conseguirán personajes de comportamientos único. En el radio, el tiempo que un personaje está activo, él mismo constituye la escena, a diferencia del teatro. Es posible que, de pronto, se escucha la voz de alguien que ha estado presente largo tiempo sin intervenir. Desde el punto de vista del argumento puede haber estado presente y, sin embargo, sólo existe si interviene. Los monólogos son útiles pero si se les exagera producen el efecto contrario. La radio es un medio ligero, su levedad es tal, que si el centro de una conversación gira en torno a un lenguaje denso, verboso o complicado, el radioescucha lo evitará. El guionista radiofónico tiene que evitar estas formas y centrarse en el suave encanto de la levedad del medio. Es más recomendable un diálogo fuertemente entrelazado, en que los participantes se interrumpen a la más mínima pausa; ello propicia una permanente existencia acústica y una dinámica de interacción que logra mantener el interés. El narrador es el recurso literario más generalizado para cubrir lo que no se ve.

En radio existen tres tipos de guiones, los completos como es el caso de las radionovelas donde está anotado todo lo que va a decirse y hacerse. El semicompleto que es cuando intervienen personas en vivo pero que tiene textos para los reporteros, los conductores. Es el caso de los teassers. El último es el listado o simplemente guía de programa. Consiste en una secuencia de elementos grabados previamente y sólo se marca esa secuencia en el guión. Esto sucede en programas musicales sobre todo.

La radionovela, tiene igual que el teatro que seleccionar un tema, buscar su premisa o tesis, después ver los personajes necesarios, los protagonistas y antagonistas, de preferencia que sean seis o cuando mucho ocho. Hacer a cada uno de ellos su biografía total. A continuación se considera el desarrollo y redacción de la historia. Esta debe contar con al menos cuatro elementos: inicio o arranque, que debe asumir fuerza y vigor. Se continúa con el desarrollo del tema, por medio de la historia hasta llegar al clímax, que es el momento culminante, no necesariamente el final, éste permite arribar con toda naturalidad hacia el desenlace sin perder la fuerza y el vigor.

La composición dramática está integrada por diez elementos:

- 1.- La continuidad es el eslabonamiento de escenas que se norman por un justo equilibrio en la sucesión de secuencias.
- 2.- La exposición permite la presentación de los personajes en distintas situaciones y conflictos.
- 3.- La progresión hace posible la secuencia lógica y natural de las acciones, escenas y entornos.
- 4.- La escena obligatoria es la secuencia escénica preparatoria al clímax.
- 5.- El clímax es el punto culminante de mayor fuerza y gravedad.
- 6.- La caracterización de los personajes.
- 7.- El diálogo.
- 8.- El resultado es la evaluación misma de la obra una vez puesta en escena y sometida a la crítica.
- 9.- La muestra es la prueba de fuego al someter el producto final al juicio de un grupo de críticos preseleccionados.
- 10.- El auditorio constituye el principio y fin de toda obra dramática.

El guión técnico se estructura a partir de organizar los elementos que integran el lenguaje radiofónico de maneja que puedan ser leídos e interpretados con la mayor claridad. El secreto del guión técnico reside en la función de construcción que hace posible interrelacionar y dar fluidez a los distintos elementos que integran la obra con una determinada dirección. Nada escribe de la misma manera que habla. El lenguaje del guión técnico tiene que ser coloquial, rítmico, accesible e íntimo. Se escribe para ser escuchado y no para ser leído. Por esta razón, se debe comprobar la sonoridad de las frases que se van a emplear. Las palabras deben fluir con naturalidad y dejar sentir el ritmo oral, las inflexiones, el énfasis, los matices y todos los elementos que forma parte de una pieza coherente e integrada a la música ya los efectos sonoros.

La expresión oral usa los siguientes recursos:

La entonación, o tono, permite registrar las inflexiones.

El volumen de voz, o dinámica, determina la intensidad, los acentos y matices de la voz.

El ritmo, se manifiesta en duración y permite reconocer velocidades y pausas.

El timbre o agente emisor normal o natural y característico.

El estilo para la redacción del guión radiofónico deber ser directo, sencillo, claro y conciso. Evitar los diálogos densos. El guionista debe tomar en cuenta dos factores importantes, primero el tiempo de duración del programa y segundo, que el trabajo producido debe entenderse para ser dirigido al sentido del oído. Todo guionista de radio debe desentenderse del campo visual y orientar su trabajo hacia la motivación auditiva del receptor. En el guión de radio se dan tres elementos plásticos de gran importancia: el relato, la acción y los diálogos.

El guionista de radio tiene la valiosa oportunidad de sugerir formas para interpretar los diálogos, así como para utilizar la música y los efectos sonoros, como elementos consustanciales de todo programa.

El guionista debe saber que todo principio de obra requiere de un elemento sonoro, musical o por medio de la voz que llame poderosamente la atención desde el principio. Se trata de conformar una entrada que no pase inadvertida en el arranque de la obra. El guionista no debe estar desapercibido de conocimiento y experiencia. El proceso AIDDA que se emplea en psicología para persuadir, ofrezca la posibilidad de despertar el interés, provocar el deseo, persuadir a la decisión de escuchar y llevar a la identificación del oyente con el personaje. A estos recursos habrá que agregarse tomar en cuenta los cambios de escena, los cortes, los puentes musicales, la entonación de los actores.

Siempre que se producen cambios de escena, en el trabajo del guionista se plantea la necesidad de especificar con toda claridad los preliminares que van a conducir a esa nueva escena. Situar adecuadamente a los personajes es de importancia, y sobre todo, el empleo de los efectos sonoros y musicales que tiendan a complementar y matizar el efecto de cambio de escena. Los efectos sonoros juegan un papel de valor integrador, así como los espacios de silencio cuya utilización tiene que ser absolutamente medida para evitar lagunas. El efecto de teléfono, por ejemplo, es común cuando se supone que dos personas se comunican por ese medio.

En las radionovelas la acción se maneja en forma lenta y cuidadosa. Una producción de 25 a 35 capítulos es común. Cada episodio dura 28 minutos, con un margen de puentes musicales de cuatro minutos.

Al ser el diálogo lo más importante en una radionovela el autor debe tener cuidado de que esté bien estructurado. Debe leerlo en voz alta para evitar redundancias, repetición de frases, expresiones y palabras. El diálogo puede apoyarse firmemente con los efectos musicales, con ráfagas musicales y con un fondo musical apropiado, de preferencia neutro. Es decir, surgido de música que no produzca ruido semántico y desvíe la atención del oyente. El diálogo en frío, sin duda, presenta mayor dificultad, pues la ausencia de elementos complementarios puede romper el hilo de atención del oyente. La combinación adecuada de diálogos, de fondo musical, efectos sonoros y movimientos escénicos es un conjunto de elementos que en su totalidad producen la obra radiofónica, pero deben guardar un justo equilibrio entre sí. Las conversaciones en el teatro, novela o radio no se parecen a una conversación real. En el real el diálogo está rodeado por lo cotidiano, que lo interrumpe, lo atrasa, retarda su desarrollo, lo desvía, lo vuelve asistemático y alógico, porque es simple y llanamente la pura realidad. Una cuartilla dura aproximadamente un minuto de duración en el aire. Un locutor profesional en sesenta segundos lee aproximadamente 120 palabras.



El guión de radionovela se estructura en dos partes, como todos los guiones radiofónicos y que vamos a repetir para afirmar los conocimientos: la cabeza, donde se vacían toda clase de datos que servirán de orientación acerca de la naturaleza del programa que se va a escenificar así como acerca de las personas que van a intervenir. El cuerpo, que representa el desarrollo total de la obra y donde se explicitan las funciones y actividades de cada uno de los miembros del equipo de producción y de los protagonistas. El guión se presenta en tamaño carta. La primer hoja debe contener toda la información relativa al trabajo con los indicativos necesarios para su clara y objetiva comprensión. El cuerpo del guión se divide en tres columnas. En la primera se enumera progresivamente todas y cada una de las líneas escritas. Van del uno al veintiocho. Los golpes por línea son 52.

La segunda columna ubica las funciones de las personas que intervienen en la realización: el operador, el narrador, los personajes. La primera y segunda columna no deben de exceder la tercera parte del ancho de la hoja. El resto será para la tercera columna

La tercera columna constituye el cuerpo de diálogos o parlamentos del guión y deben ir a doble o triple renglón en minúscula. Comprende dos tipos de textos. A.- Los indicativos destinados a exclamaciones o expresiones que deben ir entre paréntesis y con mayúsculas para describir algunas indicaciones. Son las acotaciones. Por ej. (HORRORIZADO) o ( CON PROFUNDA TRISTEZA). También se indicará la forma de entrada de la música o efecto, el tipo de inserción que se desea efectuar. Es recomendable señalar claramente el título de la obra, melodía o canción que se utilizará. Todas estas indicaciones irán en mayúsculas y ente paréntesis. La otra parte son los textos propiamente dichos.

Puede añadirse otra columna para diagramar la música y los efectos.

El relato, en su totalidad, deberá escribirse para un auditorio presente, para un radioescucha dispuesto a emplear su imaginación. Por lo mismo, es prudente reiterar que la redacción debe centrarse en párrafos cortos, directos, objetivos y fácilmente comprensibles. El abuso en las comas, puntos suspensivos y extensas oraciones dificulta la comprensión del significado de las ideas y produce ruido semántico. El texto debe ser accesible y directo, Si no se puede decir con muy pocas palabras, no vale la pena decirlo.

La selección de la música es fundamental. La tarea demanda tiempo y paciencia. La sonoridad musical permite una simbiosis resultante de su mezcla con voces y efectos que articulan lo que constituye el lenguaje. Este lenguaje penetra en la intimidad de la mente que actúa como decodificador y, al mismo tiempo, crea y recrea, según sus particulares posibilidades y opciones de aceptación y rechazo, el contenido del mensaje intelectual descrito en el guión: En otros términos, estimula todas las posibilidades creativas y recreativas conforme a las necesidades y preferencias del oyente. La música también se convierte en puente

musical cuando indica la unión de dos ideas o escenas, cambio de lugar, transcurso del tiempo y actúa como signo de puntuación: es punto, punto y coma, dos puntos y punto y aparte. La música se convierte en ráfaga, cuando asume el papel de fragmento musical breve, movido y ágil, como puede ser la fanfarria; permite acentuar actos, hechos y actitudes. La música se torna en golpe, cuando hace las veces de un acento o bien de un subrayado muscular, por lo común, por medio de una percusión.

Las condiciones para el empleo adecuado de la voz, música y efectos sonoras y su incorporación al cuerpo general de la obra radiofónica son:

Que tengan un objetivo definido.

Que sean identificados con plena claridad y no requieran mayor explicación.

Que la música se adapte al entorno que se pretende dar.

Que el elemento contribuya a fortalecer el mensaje de la obra en su conjunto.

Que no quepa duda en el oyente de que lo que se expresa en la obra es lo mismo que recibe y entiende.

Que el dramatismo expresado en la obra sea el verdadero sustento de la atención.

Que se cumpla la misión de relatar una historia para que el mensaje de la obra sea duradero.

Que los personajes dejen una huella de realismo e involucren plenamente la experiencia del perceptor.

Que el radioescucha sea capaz de crear su propio escenario imaginativo y le permita visualizar la experiencia de manera libre, independiente y espontánea.

### PROGRAMAS MUSICALES.

Los programas musicales ocupan cerca del noventa por ciento del tiempo en todas las radiodifusoras de México. Pueden ser de música clásica, popular, folklórica, internacional y de muchos otros tipos.

Existen tres posibilidades en estos programas. El primero se dedica a transmitir solamente música y que puede darse con la intervención de un locutor o sin ella. El segundo sirve para explicar la música y el tercero para venderla. El formato del primero coincide casi íntegramente con el que soporta la producción discográfica, que puede respetar la estructura de una obra completa (sinfonía, ópera, ballet), y puede seleccionar fragmentos de obras largas o piezas breves, secuenciándolas de distintas maneras. Cuando interviene el discurso hablado en la transmisión de música, su presencia suele ser ante todo referencial para explicar algo de la música que está presentando; y aparece como comentario, lección, entrevista, presentación de ejemplos, etcétera.

Cuando la transmisión se hace desde fuera de la cabina, es decir, cuando presenta conciertos públicos o fiestas populares, nos encontramos con un género radiofónico que incluye también a las transmisiones de eventos deportivos, políticos, callejeros, etc. Cuando la transmisión es de música tendrán menos obligación

de explicar los espacios donde se desarrolla el evento y tener mayor cuidado respecto al sonido que se está transmitiendo.

La articulación de música y palabra por radio puede intentar que esta última no sea solamente referencial, sino que recupere sus posibilidades poéticas e incluya la significación de los ruidos. Esta articulación de música, palabras y sonidos se da principalmente en el rock.

Los espacios musicales tarde o temprano, necesitan su presentación por medio del discurso hablado. Este puede llevarse a cabo de diversas maneras, lo importante es que el guionista proyecte claramente cuál es el objetivo de la aparición de la palabra respecto a la música: Si quieren que el auditorio disfrute de un cierto tiempo radio musical; si se trata de “clases habladas” sobre música, en cuyo caso la música pasa a ser un ejemplo de lo que el discurso dice; si sólo se quiere promover la venta de discos, para lo cual no siempre es necesario que se respete su transmisión.

Junto a esta necesidad de explicar algo sobre la música, aparece también la necesidad de legitimidad de quien proporciona esa explicación. Los mejores presentadores serán los conocedores de música, los compositores y los intérpretes. Cuando ellos toman parte el discurso adquiere el valor de documento.

El radio transmite muchas canciones, es decir, composiciones musicales con letra. Este género fusiona el discurso hablado en la disposición musical.

### EL GUION PUBLICITARIO.

Puede no ser más que una frase o slogan que dura entre 10 y 60 segundos o bien tratarse de un story board que por medio de cuadros y una secuencia más larga no presente un producto.

El guión publicitario debe:

Escribirse en forma inteligible, clara, ordenada y sencilla. Se buscará siempre resaltar la idea central del mensaje y el objetivo principal o target, es decir, el blanco donde se desea poner la flecha en el esfuerzo para motivar y convencer al público.

Se tendrá siempre presente el target u objeto a persuadir. Las personas que van a recibir el mensaje, o perceptores, deben preestablecerse mediante una previa investigación del mercado y del segmento al que pertenecen. También influye el medio utilizado para alcanzar el target y para que la campaña garantice los resultados que el cliente espera. Se tendrá en cuenta que el anuncio responda a las necesidades de un auditorio predeterminado por el sexo, edad, condición social, capacidad económica, grado de escolaridad, cultura.

El uso del idioma es de primordial importancia. Las frases largas siempre son más difíciles de entender. Resulta indispensable utilizar una redacción sintetizada con frases y expresiones vendedoras. La voz imperativa es un recurso muy valioso.

El texto publicitario radiofónico adopta tres forma básica. La primera es la descriptiva y traza una imagen hablada del producto. Explica los detalles en tamaño, material, elaboración, acabado, apariencia, dimensiones de un producto. Un texto descriptivo puede ser objetivo o subjetivo o bien denotativo o connotativo. Una descripción objetiva ilustra el objeto en sí, cómo es el producto en realidad ante los ojos de cualquier persona. Es denotativa porque explica clara y objetivamente una cosa: “El automóvil es de color negro y tiene dos puertas”. En cambio, la descripción subjetiva o denotativa ilustra y sugiere un producto por la satisfacción, los beneficios y hasta el placer que puede proporcionar. “ Es de una belleza insuperable”

La segunda forma es la expositiva. Explica ¿ por qué, cómo funciona, cómo fue elaborado, es verdad lo que se dice de él? El funcionamiento representa la más típica pregunta que formula un comprador. Por ejemplo, la referencia de la capacidad de un automóvil, su rendimiento de gasolina.

La tercer forma es la narrativa. Demanda cierto grado de dramatización y se expresa en lenguaje familiar en forma de historieta. Es muy común cuando el guionista desea hacer un llamamiento de interés humano y apelar a las emociones, gustos y preferencia. El texto narrativo es generalmente vivencial, emotivo y dramático. Responde a las preguntas: ¿ qué ocurrió? ¿ Cómo pasó?

### ETICA Y RESPONSABILIDAD

No está por demás recalcar que un comunicador radiofónico tiene una enorme responsabilidad ya que lo que él diga y la forma de decirlo será copiado o aceptado por la sociedad, en especial la que menos posibilidad tiene de prepararse culturalmente. Si un locutor usa un mal español el pueblo lo hablará de igual manera. Si se deja influir por lo extranjero y prefiere anglicismos a su lenguaje natural, también será imitado. Si no sabe defender nuestra nacionalidad o si da mensajes perjudiciales a los jóvenes, a los niños, su labor será negativa. El locutor debe comprometerse con su país, con sus costumbres, con los principios éticos como son la libertad, el amor, la justicia; con sus principios familiares, con su ideología; en resumen se debe comprometer en primer lugar con el mismo y después con la sociedad a la que representa

### BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

Se consultaron infinidad de textos tanto de teatro como de radio y comunicación además de escuchar a varios maestros y compañeros. Los más utilizados fueron los siguientes:

Taller de teatro de Hugo Argüelles

## MANUAL DE DRAMATURGIA Y RADIO

Taller de teatro de Vicente Leñero

El Arte del Drama de Claudia Cecilia Alatorre

La Composición dramática de Virgilio Ariel Rivera

Manual de Dramaturgia de Tomás Urtusástegui

El Guión de Marco Julio Linares

El Sonido en la Radio de Josefina Vilar y Teodoro Villegas

Qué onda con la radio de Romeo Figueroa.

Producción de Programas de Radio, el guión, la realización de Mario Kaplún.

MÉXICO JULIO 1998