

3. Edición y producción de información

3.1. Los géneros y formatos periodísticos

Los géneros periodísticos buscan representar la realidad de una forma particular. Para ello hemos seleccionado 5 grandes grupos sobre los que repartir la diversidad de formatos en los que se produce información, entretenimiento y contenidos culturales y educativos a día de hoy: Informativos, Opinión, Drama y Mixtos, en los que se mezclan varios géneros (musical, publicidad, deportivos y magazines).

GENERO	FORMATOS
INFORMATIVO	Noticias Suelto Breve Documental Boletín Reportaje Crónica Entrevistado Debate Tertulias
OPINIÓN	Artículo Comentario Editorial Crítica Columna
DRAMA	-radioteatro -radionovela -diálogos dramatizados -poemas -cuento -leyenda -fábula -monólogo - publicidad
MIXTOS	Radiofórmulas y conciertos, publicidad, deportivos y magazine

Pese a que no hay ninguna clasificación oficial, hemos considerado que la actual cubre todos los formatos que se dan en radio. En su "Manual para radialistas

apasionados y apasionadas”, José Ignacio López Vigil⁹ sostiene que, en realidad, casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros y que su clasificación podría ser en tres grandes bloques: dramático, periodístico y musical.

En la presente guía, vamos a centrarnos en 3 de los formatos más útiles para nuestros medios de proximidad: **la noticia informativa, la entrevista y la dramatización.**

3.1.1. La noticia informativa

Se trata del formato estrella en todos los medios de comunicación. Una forma de comunicar un contenido de forma breve en el que se deben ofrecer todas las claves para comprender la realidad que queremos hacer llegar a la ciudadanía. Esta debe contener la información de seis preguntas básicas: ¿qué?, ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, Por qué?, ¿Para qué

Creemos que es muy acertada la búsqueda del contexto de las noticias. Para ello, en el manual “Hacer Diciendo”¹⁰ de Radio Revés, se hace especial hincapié a apuntar el origen de lo que ocurre y señalar las causas y consecuencias del hecho del que informamos. Afirman que “no existen hechos aislados. Los hechos forman parte de una historia, de un mundo más amplio, de un conflicto social. Es decir, tienen un por qué y un para qué. **La noticia popular y ciudadana busca que cada oyente comprenda y no sólo que se informe.** Por eso además de dar la información básica que suele estar presente en la mayoría de las noticias, debemos esforzarnos por dar cuenta del **¿por qué?** y el **¿para qué?** de las cosas.

Cuando preguntamos **¿Por qué?** nos preguntamos de dónde viene este hecho. Qué paso antes, cuáles fueron sus antecedentes, qué causó esto. Con qué intenciones hicieron esto, qué lo motivó.

Cuando analizamos **¿Para qué?** nos preguntamos hacia dónde va este hecho, cuáles serían las posibles consecuencias, qué objetivos se buscan con esto.

ANTECEDENTES	HECHOS	CONSECUENCIAS
Causas Motivaciones ¿Por qué?	¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde?	Efectos Objetivos ¿Para qué?

Conviene recordar que la respuesta a las preguntas suele ser múltiple. El ‘Qué’ de una noticia puede responderse de varias maneras que se complementan. No basta con

⁹ <http://www.radialistas.net/article/manual-urgente-para-radialistas-apasionadas-y-apas/>

¹⁰ <http://www.ondacolor.org/descargas/hacerdiciendo.pdf>

haber respondido todas las preguntas, sino haberlo hecho de la manera más correcta y completa posible.

3.1.2. La entrevista

La entrevista es el género estrella en nuestros medios de proximidad. Es así como damos voz a la ciudadanía y sacamos lo mejor de las personas que se acercan a los medios de comunicación. Además, como comunicadores y comunicadoras, tenemos la posibilidad de preguntar a otras instancias del poder, a empresas y políticos. A nuestros gobernantes y a las compañías a través de un potente altavoz que es la radio pero, sobre todo, de facilitar esa posibilidad a la ciudadanía.

Así, lo primero antes de realizar una entrevista es definir bien los temas y el enfoque de la misma, que debe estar determinada por nuestra responsabilidad como servicio público y con participación de la ciudadanía sobre los temas a tratar. Debemos conocer bien quiénes van a participar en la entrevista y cómo vamos a realizar. Dónde y con qué medios. Pero sobre todo, hay que conocer bien a la persona o personas que van a ser entrevistadas.

Para buscar una clasificación idónea, podríamos limitar a **4 los tipos de entrevistas**:

1. De declaraciones (las más informativas),
2. De opinión (contertulios, líderes opinión),
3. De explicación: (expertos) o
4. De personalidad (políticos, escritores, trayectoria, etc..)

Así, las reglas para una buena entrevista pasan por:

- Sacar respuestas al entrevistado y que sean inteligibles e interesantes para el público.
- Variedad en el tipo de preguntas: directas o neutrales... situación, ambiente, etc...
- Realizar preguntas claras, cortas y concretas, utilizando las fórmulas interrogativas para ayudar a la respuesta.
- El modo de dialogar con el entrevistado debe ser cordial y, aunque no estemos de acuerdo con él, nuestro objetivo es conocer su punto de vista para ofrecérselo al público. Esto no significa ser complaciente ni evitar confrontar ideas.
- Se trata de un diálogo. Escuchar atentamente y comprender las respuestas es fundamental. Las preguntas no deben estar totalmente fijadas de antemano, sino adaptarse a la conversación.
- En una entrevista, el protagonismo recae en la persona entrevistada, no en quien la entrevista. La entrevista no es una manera de demostrar nuestro dominio sobre un tema.

En las tertulias: la figura del moderador/a es fundamental, ya que lanza una cuestión de arranque, marca los cambios de tema, delimita los tiempos y finaliza las intervenciones. Los contertulios suelen ser siempre los mismos y contener varios puntos de vista (pluralidad) e intervención de expertos o declaraciones para situación de los temas.

3.1.3. La dramatización como forma de expresión para la transformación social

La novela, el cuento, las historias, relatos, historias de vida o el radioteatro son algunos de los formatos que en la dramatización pueden encajar a la perfección. También es una fórmula muy utilizada en la publicidad. Además, se trata de una **herramienta educativa muy eficaz** que, al combinar todos los elementos sonoros de la radio con una historia guionizada, es de fácil aceptación para cualquier oyente.

La dramatización radiofónica de situaciones reales o ficticias está caracterizada por tres elementos:

1. Lenguaje dramático
2. Ambientación musical
3. Sonidos

Las dramatizaciones en radio, por regla general incluyen 3 etapas en el guión:

- **Introducción:** busca captar la atención del público. Introduce el tema
- **Nudo o Desarrollo:** algo ocurre, está mal o bien. Aquí se enfrenta la temática, el conflicto o el problema
- **Desenlace o conclusión:** Se realiza la petición, se proponen soluciones o se deja el problema planteado abierto al debate

Los 5 pasos para narrar una historia por la radio

El tema	Buscar historias de la tradición popular, hechos históricos, situaciones de carácter social o político, convivencia diaria, conflictos sociales, agenda ciudadana.
Los personajes	Crear personajes que se comportan de manera determinada, conocer su trayectoria vital, que sean fácilmente distinguibles en el imaginario colectivo “el agarrado, el payasete, el estirado...” (que sean opuestos el uno al otro). Buscar nombres. Crear la historia de su vida y definir sus cualidades: su motivación y su comportamiento.
Núcleo de la acción	Definir el núcleo de la acción sea un conflicto, un problema o una situación.
Estructura de la historia	el núcleo de acción se desenlaza en escenas que se encuentran, una detrás de otra, en un orden determinado. Para ello es importante crear un guión con los personajes y su locución a la que añadir los efectos sonoros y la música.
Escenas/Situaciones	Las figuras hablan y actúan en una situación determinada, lugar determinado y tiempo determinado. Esto se llama “escena”.

El radioteatro es una herramienta que nos permite trabajar desde la creatividad y el arte nuevas formas de expresión y que posibilita de una manera efectiva y divertida trabajar temas de interés para la población, de una manera más cercana y creando lazos de comunidad entre los participantes. El radioteatro permite desarrollar las habilidades asertivas y las herramientas de comunicación y autoorganización de los participantes. Los tres pilares básicos en los que puede asentarse el radioteatro como herramienta son desarrollo creativo, desarrollo comunitario e impacto social.

3.2. Fuentes de información: ¿Qué son? ¿Cuáles pueden ser nuestras fuentes? ¿Cómo trabajamos con ellas?

Un hecho cualquiera se convierte en noticia cuando alguien lo capta, lo registra de determinada manera y lo difunde. La mayoría de las noticias que cotidianamente transmitimos en los medios periodísticos provienen de las agencias de información.

Estas **agencias** son empresas dedicadas a proveer información a los medios periodísticos, que pagan una cuota por el servicio y utilizan esa información como materia prima a partir de la cual efectúan la selección y elaboración de las noticias que, en definitiva, difundirán.

Tener un amplio mapa de fuentes es fundamental para poder obtener una buena cartera diaria de informaciones entre las que deberemos seleccionar. En este sentido, las fuentes nos ayudan a construir la noticia, pero debemos tener en cuenta que, aunque nos acercan la información, no deben definir el modo de enfocarla y contarla. Como señala el manual de estilo de la Agencia Púlsar, "la fuente propone y quien redacta la noticia dispone".

Es necesario recuperar las palabras del colombiano Gabriel García Márquez (Premio Nobel de Literatura y un excelente periodista), para quien "todo periodismo es periodismo de investigación": No existe un periodismo que no lo sea, porque todos los que producimos alguna vez información estamos obligados a **contrastarla**, a cotejar diversas fuentes, expresiones y documentos. Por esto toda producción de información implica "investigación", algunas veces más y otras menos, pero siempre estaremos investigando cuando informamos responsablemente.

3.2.1. ¿Qué es una fuente?

Cuando hablamos de fuente informativa estamos haciendo referencia al lugar de donde nace la noticia, a todo aquel o aquello que suministra información en relación



con los hechos y sucesos que son objeto de la noticia. La fuente puede ser considerada como el origen de la información. Es el lugar

desde el cual nos nutrimos de datos para luego presentarlos -de manera ordenada y elaborada- a los oyentes de nuestras notas periodísticas. La mayor o menor credibilidad que una información periodística puede obtener de sus lectores depende en gran medida de la cantidad, calidad y diversidad de las noticias que difunde y de **las fuentes que ha consultado** y que presenta en cada nota. En líneas generales, la información puede obtenerse por dos grandes vías: Una es a partir de nuestra presencia en el lugar de los hechos, a partir de lo cual se construyen noticias de primera mano. Un ejemplo de esto es cuando asistimos a un evento deportivo para luego informar sobre lo que allí aconteció; o cuando asistimos al acto de lanzamiento de un candidato al gobierno municipal para contar las características de ese mitin. Otra posibilidad es que accedamos a la información a través de declaraciones o narraciones de un tercero, en este caso podríamos hablar de noticias de segunda mano.

3.2.2. ¿Cuáles son los tipos de fuentes de información?

En general, las fuentes informativas se clasifican en tres grandes grupos:

1) **Fuentes identificadas** o que podemos identificar explícitamente, estas pueden ser:

1. **Personas Físicas:** dirigentes sociales, deportistas, políticos, funcionarios, vecinos, intelectuales, investigadores, científicos, empresarios, sindicalistas, etcétera.
2. **Organismos o Instituciones:** las Universidades, los gremios, uniones, fundaciones, ONG, Clubes deportivos, etcétera.
3. **Documentos:** son datos o estudios realizados previamente sobre los temas que uno desea investigar, los cuales ya existen en algún medio como informes, páginas web, libros, investigaciones previas, documentos, etc. por ejemplo, la Declaración Universal de Derechos Humanos, Constitución Española.
4. **Otros Medios de Información:** los periódicos, las revistas, las estaciones de radio los canales de televisión o los medios de comunicación de organizaciones e instituciones (gubernamentales, gremiales, ciudadanas, culturales, etcétera)
5. **Las Agencias de Noticias:** EFE, Europa Press, Associated Press, France Press, etcétera.

2) Fuentes reservadas que no podemos dar a conocer. En esta categoría se puede ubicar lo que en la jerga se conoce como "información off the record". Se trata de información que ha sido brindada por diversas fuentes, pero que han solicitado que no se difunda su nombre.

Debemos tener en cuenta que para que este trabajo sea más fácil, el comunicador o la comunicadora debe crear una agenda de fuentes fiables, cuanto más amplia y diversa, mejor.

3) Fuentes interpretativas

Hay otro tipo de fuentes que nos ayudan a analizar e interpretar los hechos noticiosos. Éstas no nos envían noticias, pero su voz es fundamental para construir un mensaje completo y veraz.

En este caso deberemos ser nosotros quienes acudamos a estas voces expertas para que, con su análisis, nos ayuden a comprender la noticia en toda su dimensión. Este tipo de fuentes es útil, sobre todo en materias específicas que requieren de un conocimiento experto como, por ejemplo, la economía o los asuntos legales.

3.2.3. La ciudadanía como fuente de nuestras noticias

No es lo mismo que indaguemos a partir de los desarrollos y opiniones de un empresario o político que la de un trabajador, de la cámara de comercio que de las organizaciones de base. Sin simplificar la información ni quitarle complejidad a los conflictos sociales es importante rescatar las fuentes sociales y ciudadanas de información.

La noticia puede construirse a partir de información que proviene:

- **Del mismo pueblo:** podemos recoger información en la vida diaria de la gente, en sus problemas y sus luchas, en el punto de vista del hombre y la mujer de la calle. En este caso estamos hablando de la ciudadanía no organizada.
- **De las organizaciones sociales y ciudadanas:** a través de corresponsales o secretarios de prensa. En estos casos hay que tener en cuenta que la organización es más que sus dirigentes, las bases de dichas organizaciones también pueden ser fuente de información y de opinión.

A partir de estos podemos construir noticias donde la ciudadanía describe la situación en la que vive, donde aparecen las causas del problema, los pasos que han dado las organizaciones y las acciones que piensan desarrollar.

3.3. Edición y producción de la información

3.3.1. Los elementos sonoros

En nuestros medios locales y comunitarios el lenguaje radiofónico está conformado por la interacción de 4 elementos sonoros:

1. La Voz
2. Los efectos sonoros (ruidos, sonidos de la naturaleza)
3. La música
4. El silencio

Con estos cuatro elementos, casi siempre presentes en la radio, podremos crear productos informativos, de educación y entretenimiento según nuestro objetivo adecuándolos al género y formato con el que pretendamos incidir en nuestra realidad.

3.3.2. El guión radiofónico

Una vez tenemos claro el género, la selección de los temas, sus enfoques y las fuentes de las que vamos a hacer uso es necesario organizar todos los contenidos en

un guión radiofónico. El guión es un documento que nos ayuda a detallar el seguimiento del programa que vamos a realizar, uniendo las partes del mismo y confiriéndoles un orden, en el que mezclaremos: textos, efectos, música, silencios, etc... Para facilitar la tarea, debemos secuenciar por tiempo (especificando segundos y minutos) la duración de cada elemento.

Ningún guión se parece a otro y el nivel de complejidad dependerá de cada equipo de producción y del formato y programa al que corresponda. Lo más importante del guión es su continuidad secuencial, es decir, la realidad es cronológica y se organiza en el guión de forma jerarquizada. Así, podríamos diferenciar entre:

1. **Guión Literario:** Es un documento en el que aparece el contenido verbal completo que la locución realizará para el programa. No aparecen especificaciones técnicas.
2. **Guión Técnico o escaleta:** Se trata de una tabla en la que aparecen todas las anotaciones técnicas (música, efectos sonoros, etc...) con solo referencias a los contenidos. Suele ser utilizado por los técnicos de sonido para realizar la producción del programa y marca la pauta que pone en orden las secciones, los pasos o contenidos que componen un programa.
3. **Guión Técnico Literario:** Es la combinación de las dos y el más completo que existe.

Un ejemplo puede ser éste:

HORA	PERSONA	TEXTO/ACCIÓN
10.00	CONTROL	PC ZARA: SINTOPROGRAMA.MP3
10.00.10	LOC1	La NASA ha perdido contacto con el transbordador espacial Columbia. El aparato se ha desintegrado al entrar en la atmósfera terrestre.
10.00.20	CONTROL	PC ZARA: CT_NASA_COLUMBIA.MP3 ...TRISTEZA

3.3.3. Los elementos técnicos

Existen multitud de elementos que podemos utilizar en radio, los más importantes son:

- **Sintonía o cabecera:** Es la música que identifica a un programa. Su señal de identidad. En ocasiones introduce el nombre del mismo.
 - De entrada: la que abre el programa
 - De salida: la que cierra el programación
- **Jingle o indicativo:** Breve musical utilizado para identificar la emisora o nuestro programa. También utilizado mucho en publicidad.
- **Ráfaga:** Se trata de una “cortina musical” muy breve que se utiliza para separar secciones, temas, contenidos o, incluso unas noticias de otras.
- **Cuña o píldora:** Montaje breve que puede incluir música, palabra y otros recursos sonoros. Se producen con el objetivo de sensibilizar a la población sobre algún tema en concreto, para publicitar algún producto o para promocionar algún contenido de nuestro medio de comunicación.

A nivel técnico, es necesario conocer los siguientes:

- **Plano sonoro:** es la superposición de sonidos. Para ello, distinguimos entre primer plano: el que se sitúa más “próximo y evidente” y el segundo, tercero, cuarto... que percibimos con mayor distancia.
- **PP:** Pasa a primer plano una música durante un tiempo determinado, lo que se calcula en segundos.
- **PF:** Pasa a fondo. La música queda en el fondo mientras hablan los locutores.
- **FUNDE:** Se mezcla una música con otra suavemente
- **CESA:** Se va bajando poco a poco la música hasta que desaparece.
- **INSERTAR:** Indica cuando se pone una grabación, una canción, o algún efecto o documento sonoro.
- **PAUSA:** silencio

3.3.4. El equipo humano y el rol de cada uno en los programas

En nuestras emisoras locales y ciudadanas, los recursos humanos suelen ser escasos. Sin embargo, debemos organizar nuestras funciones para el buen desarrollo de las mismas. Así, los principales roles a adjudicar en cada uno de nuestros programas son:

- **El productor/a:** es la persona encargada de organizar los recursos humanos y económicos del programa en base a su objetivo. Se encarga de proveer de contenido al programa, realiza los contactos, arregla las entrevistas, busca información útil para los redactores y coordina la logística.
- **El realizador/a:** Es la persona responsable de la calidad técnica del programa, su guionización y sonoridad. Sus funciones son asumidas en ocasiones por la producción o dirección.
- **El director/a:** es el que conduce el programa, marca los tiempos y los temas e incluso el enfoque de los mismos. A veces se apoya en un/a redactor/a co-conductor/a que lo acompaña.
- **El técnico/a u operador/a:** es el responsable de manipular el equipo de grabación y transmisión del programa. Es el que controla la mesa de mezclas y se suele encontrar en la cabina de control.

A estos pueden sumarse locutores o redactores, así como contetulios y comentaristas en nuestras mesas de radio. También mucho otro personal de apoyo técnico y de comunicación, sobre todo, en lo que respecta a las redes sociales. Tener un buen equipo de comunicación puede ser un buen altavoz para nuestros programas de radio mientras estos se están emitiendo.