

Comunicación oral en los medios

Características de las noticias de la RADIO:

- **Brevedad**
- **Sencillez**
- **Inmediatez** (técnicamente es más fácil que en cualquier otro medio)

Es un **texto CONTADO** (no leído). Frases breves y sencillas para contar la información.

PUNTUACIÓN

La puntuación y las comas son diferentes en radio hechos para que el locutor pueda **RESPIRAR**.

Uso de:

- **Coma:**
 - Necesidad gramatical
 - Renovar aire
- **Punto:**
 - Indica fin del discurso
 - Más resolutiva que la coma (pausa más larga)
- **Paréntesis y guiones:**
 - En el lenguaje oral se usa muy poco.

¿Por qué? Obliga al lector a retener. Se usa sólo en caso muy necesario.

FRASES

- **Cortas**
- **Claras**
- Estructura: sujeto-verbo-complemento
- Coordinadas mejor que subordinadas
- Buscar sinónimos
- Palabras cortas (pocas sílabas)

Procurar **escribir a doble espacio** (permite correcciones)

FORMAS VERBALES

- Presente
- Pretérito Perf. Compuesto
- Pretérito Perf.

(en el periódico se escribe en pasado)

CIFRAS

- **Se redondean**, normalmente
- Es bonito hacer comparaciones (por ejemplo:... como medio campo de fútbol)
- Los datos que se dan, son porque son RELEVANTES
- Procurar **escribir en letras** los números se evita leerlo mal

SIGLAS

Se usan las más **conocidas** (las menos conocidas se dicen)

CARGOS

- Con nombres poco conocidos: **1º el cargo**

2º el nombre

- Con nombres muy populares no hace falta

CALENDARIO

Siempre **pensar en presente**: anteayer, ayer, hoy, mañana,...

no abusar (=esta tarde, al mediodía,...

Géneros periodísticos en la radio

LA NOTICIA

- 3 tipos de noticias
- Rasgos (características):
 - ♦ Brevedad
 - ♦ Fácil comprensión (que se entienda a la primera)
 - ♦ Sugestiva (lo bonito es que la noticia sugiera a través de voz,...)
 - ♦ Introduciendo una voz incrementa la credibilidad
 - ♦ Rapidez
 - ♦ Inmediatez
- **3 Partes** en la elaboración de una noticia:
 - ♦ Lead o entrada:

(= la idea general; las 6W)

- Función: atraer ese primer interés del oyente
- Recomendable:

No empezar con nombres desconocidos o cifras a menos que sean realmente relevantes.

- Si se pone un nombre al principio se debe a:

- Es muy conocido
- Hace reacción inmediata sobre el oyente

Por ejemplo:

Arafat.....

Hay nombres que ya tienen fuerza de por sí—

En radio	En prensa
Lead	Titular

◆ Cuerpo:

- Incluir un par de datos más en cada párrafo que decimos, hasta agotar los datos
- Si cortas, metiendo cortes de voz, es más agradable

◆ Cierre:

- Importante hacer un buen cierre.
- Dar uno o varios datos que ayuden a fijar el hecho en definitiva.
- Tan importante es la entrada como el cierre. El resto, con cortes de voz,...

> Estar—a bien citar las fuentes (en radio no se hace mucho)

> Hay que dar aire fresco a las noticias

Suceso donde se describe la acción

3 IDEAS Son para aquellas personas que NO LEEN

No hay que dar nada por supuesto en la noticia radiofónica

Cortes de voz: datos expresados por la voz del protagonista

Encontramos noticias con

Entrevista: Corta (2 min.)

LAS FUENTES

◆ AGENCIAS:

- La información viene a través de teletipos
- La información es rápida y abundante
- Cada emisora paga dinero a esa agencia para que le mande información (política, deportes, internacional,...)
- En algunos casos recibimos las noticias escritas en el lenguaje radiofónico; pero por lo general vienen en formato para prensa.
- Los magazines pueden ser utilizados como fuente de información
- Los informativos serán quien más utilicen los teletipos; sin embargo, también los magazines los utilizan.

◆ INFORMADORES PROPIOS (REDACCIÓN):

- El trabajo de los **redactores: buscar noticias.**
- Puede tener corresponsales fuera del país (dependiendo de la economía de la radio)
- Teniendo corresponsales o redactores propios ganamos TIEMPO.

◆ PRENSA Y PUBLICACIONES DIARIAS:

- Hay que leer muchos periódicos y revistas
- De esta manera nos mantenemos informados al día, y logramos un criterio más objetivo

◆ ESCUCHANDO LA RADIO:

- Seguir otros canales

Por ejemplo, tener a un trabajador tuyo escuchando la CNN

- Sirve para no perder la actualidad
- Podemos coger elementos sonoros para usarlos metiendo un corte de voz,...

◆ CENTROS OFICIALES:

- Estos nos mandan las noticias para que nosotros nos enteremos de lo que pasa

◆ EL PROPIO OYENTE:

- De todos modos, se debe contrarrestar esta información que recibimos de los oyentes

VALORACIÓN DE LAS NOTICIAS:

La selección es bastante subjetiva. De todos modos, hay ciertos criterios objetivos.

Criterios objetivos:

- Lo más nuevo, lo de más actualidad
- Lo que interesa al oyente (para eso es muy importante saber quién nos escucha)

Criterios subjetivos:

- Línea editorial de la emisora
- El olfato periodístico
- Proximidad

TRATAMIENTO DE LA NOTICIA:

- ◆ **FLASH:** Lo primero que conocemos de esa noticia
- ◆ **NOTICIA CON DATOS, SIN OPINIÓN:** La noticia que se da en un momento determinado (por ejemplo, un corte para meter la noticia,...).

Es la noticia de los boletines informativos

- ♦ **NOTICIA DOCUMENTADA:** No se narran únicamente los hechos, sino que se trata de explicar porqué ha ocurrido (a través de documentación, archivos,...)

UBICACIÓN DE LA NOTICIA:

- Hay que valorar la importancia
- Hay que asignar el TIEMPO de esa noticia (el tiempo viene subordinado por la importancia)

LAS 3 CLAVES:

- ♦ **RAPIDEZ:** Hay que tener en cuenta de no meter la pata por querer decirlo cuanto antes (contrastar la información!!!)
- ♦ **VERACIDAD:** Por eso es importante comprobar la credibilidad, a través de fuentes fiables
- ♦ **OBJETIVIDAD:** No usar adjetivos subjetivos (van en contra de la objetividad)

LA ENTREVISTA

MODOS DE TRANSMISIÓN:

- **En DIRECTO:**
 - Más rica en matices
 - Preferible para el oyente
 - Puede haber fallos
- **En DIFERIDO:**
 - Nos ofrece la posibilidad de crear MONTAJES antes de emitirla
 - Podemos pulir errores
 - Podemos cambiar el orden de las preguntas, acortar la entrevista,... es decir, podemos RETOCARLA
 - Desventaja: Hay que montarla necesitamos tiempo

TIPOS:

♦ De CARÁCTER:

- El eje de este tipo de entrevista: el entrevistado
- Las respuestas del entrevistado son lo más importante y nos permiten conocerlo
- Es importante obtener un buen clima entre entrevistado / entrevistador
- En radio, nos fijaremos en el tono de voz (si cambia la voz con ciertas preguntas,...)
- Es recomendable hablar antes con él para conocerle y luego sacarle provecho en la entrevista (si habla rápido, contesta si/no,...)

Realización:

- 1º se presenta brevemente al entrevistado
- ---
- De vez en cuando es recomendable repetir el nombre del entrevistado para los nuevos oyentes que se incorporan

- Al despedirlo también mencionar su nombre
- El tono de la entrevista relajado (sin aburrir)

♦ **NOTICIOSA:**

El eje la información que nos va a dar el entrevistado

3 tipos:

• **ESTRICTA:**

- Preguntas exactas para lograr repuestas breves y concretas
- En general, son breves
- De una entrevista también podemos sacar cortes de voz para hacer una noticia breve

• **En PROFUNDIDAD:**

- Duración mayor de la anterior
- Función: responder al porqué de las cosas
- Introducción breve
- Justificamos la presencia del entrevistado
- Le proponemos que exponga alguna tesis del tema
- Persona que conoce a fondo el tema

• **De DECLARACIÓN o FALSA ENTREVISTA:**

- Nos sirve para dar paso a los cortes de voz
- En vez de meter la entrevista entera, lo que hacemos es meterla reduciéndola

FORMAS DE REALIZACIÓN DE UNA ENTREVISTA:

- El éxito de una entrevista depende del conocimiento que tengamos sobre el tema o el entrevistado
- El **esfuerzo de documentación** se llega a hacer en la entrevista de carácter
- Nunca sale como se había pensado, así que hay que estar preparado a los posibles **contratiempos**
- Es importante **escuchar**. Muchas veces el entrevistador está metido en su papel y...
- El entrevistador no tiene que monopolizar el micrófono. Hay que conseguir que el entrevistador hable
- **Evitar las coletillas**
- **NO anunciar las preguntas** ("como 1ª pregunta, como 2ª pregunta,...")
- Asegurarnos de que el entrevistador contesta a nuestra pregunta. Llevarle por donde tú quieres
- Si el entrevistado es monótono, darle otro aire, cambiar el ritmo, tono,...
- Importante ser amable con el entrevistado
- **Terminamos** insistiendo el **nombre del entrevistado** y resumiendo **a qué ha venido**

EL REPORTAJE

Es una **narración con montajes sonoros** y tiene **un hilo conductor**

- Es el género más rico
- Se escoge un tema y se le van añadiendo elementos gradualmente; a través de testimonios seleccionados, con ambientes sonoros de forma ordenada,...

- **Diversos enfoques:** informativo, de interés humano, dramático,...
- Se puede introducir en cualquier programa
- **Refleja el perfil de cada emisora** pues es personal; está hecho por el propio medio

PAUTAS GENERALES:

- Elaborar un pre-guion
- Definir cómo vamos a hacerlo: encuesta, cortes,...
- Seleccionar material
- Seleccionar los efectos: sonido, montaje,... para hacerla atractiva y también compacta

TIPOS:

♦ **SIMULTÁNEO:**

- Se realiza **en directo**
- Se trabaja sobre la marcha sobre ese tema
- El narrador está en directo aunque tenga el material grabado de antemano
- Tenemos que conocer muy bien el tema, tener información.
- Contar con servicios técnicos (si queremos hacer una conexión telefónica en directo: líneas de teléfono, conexiones de micrófonos,...)
- Vocabulario corriente
- Mantener la tensión en el reportaje
- No repetir coletillas, ni términos,... (variedad!!)

♦ **DIFERIDO:**

- Nos **permite montar** todo
- Podemos sintetizar (resumir) ese reportaje
- Hay que seleccionar los cortes de voz
- Hay que controlar el tiempo sin escatimar información
- Meter más cosas que le vayan bien
- Es importante acudir al lugar de los hechos
- Tienen cabida las opiniones de los expertos
- Género de producción propia
- Género que da mucho trabajo

ESTRUCTURA:

♦ **ENTRADA:**

- La misma función que en la noticia
- Tiene que llamar la atención
- **Tipos de entrada:**
 - **De golpe:** resaltamos la situación o dato más chocante
 - **De pintura:** más metafórica, ofrece una descripción colorista
 - **De contraste:** enfrenta elementos, ideas contrapuestas

- **De pregunta:** iniciar con un interrogante que se de respuesta en el reportaje
- **Situación geográfica:** ubicación del reportaje
- **De voz:** iniciar con un testimonio

♦ **DESARROLLO:**

- Hilo conductor

♦ **CIERRE:**

- Remarcar, redondear la idea; lo más significativo que se escuchó en el reportaje

LAS POLMICAS

- Primero escoger bien el tema
- Definir el tipo de polémica

MESA REDONDA:

Nos permite **reunir diferentes puntos de vista**

- El periodista desempeña un papel importante:
 - ♦ Es el moderador
 - ♦ Selecciona a los invitados
- 1º: Introducir el tema de manera breve, pero sugerente; y presentar a los invitados
- 2º: Dar un primer momento, primera ronda, de exposición. Mismo tiempo para todos
- 3º: Se abre el turno. A partir de ahí – no se sigue un orden
- Fin: el moderador cierra con una síntesis, con unas conclusiones
- El **moderador** no da su opinión personal. Sin embargo, puede preguntar en **boca de terceros**, nombrar alguna tesis, noticias,...
- De vez en cuando, conviene **recordar quién está hablando**
- Hay que procurar que nadie monopolice el micrófono y que no se vayan del tema.
- Normalmente, la mesa redonda se hace **en directo** y **si va grabado, no se monta**

DEBATE:

Posicionar el tema

- Muy importante:

La sección de los invitados

- Tenemos que enfrentar a expertos,...
- El **punto clave** reside en el **conflicto dialéctico**
- Hay que buscar las contradicciones, puntos débiles, de los invitados para sacar más juego
- Lo importante es **que nos den datos, información,...**
- El presentador (moderador) debe **manejar a los invitados** para que no se le escape ninguna pregunta

- Normalmente el **debate** es **bidireccional** con 2 invitados
- Puede haber **participación de los oyentes por el teléfono**
- 1º: Presentación como en la mesa redonda
- 2º: Ir introduciendo las preguntas
- 3º: Concluir resumiendo los rasgos sobresalientes

ENTREVISTA:

- Así– pues, es una **entrevista montada con las respuestas de las dos partes**
- Localizamos un tema polémico y seleccionamos los invitados
- Si los invitados no nos aceptan sentarse juntos a la mesa, les entrevistaremos a parte. Después, montamos las respuestas de tal manera que coincidan las dos seguidas.

LA ENCUESTA en la calle

- Permite conocer la respuesta sobre un tema actual en la calle
- El valor de las encuestas es orientativo; no tiene valor científico

LA CRÓNICA

- La crónica de los correspondientes nos ofrece una narración de los hechos no oficiales ocurridos en el ámbito geográfico en el que el medio está
- Normalmente, vía teléfono
- Otras veces, para no hacerla tan aburrida se puede cambiar la noticia por la información dialogada (se preparan de antemano las preguntas; de este modo, ya saben uno y otro qué va a preguntar y responder)
- Comentarista especial nos puede facilitar sonidos de ese momento (por ejemplo, ambulancias,...)

UNIDADES MÓVILES

- Más que un género, es un **recurso técnico**
- Cuando se convierte en habitual, es parte del programa
- 2 ventajas:
 - ♦ Inmediatez
 - ♦ Movilidad
- Nos permite asistir en el acto al suceso y recibir información en directo

SKETCH

- Son teatrillos; como tiras cómicas
- Sirven para introducir o **parodiar** (ilustrar) **temas**

MAGAZINE

- Tipo de programa de radio
- **Largo** (puede durar 2, 3, 4,... horas)
- Está interrumpido por boletines informativos
- Como son tan largos, hay **varios locutores**: colaboradores, invitados especiales,...
- Es **variado, entretenido**,... (se les llama por teléfono a los invitados, se envía a una unidad móvil,...)

- Puede incluir encuestas en la calle, entrevistas, reportajes,...
- Temas variados (todo lo que se nos ocurra)
- Hay **comunicación con el oyente**:
 - ◆ se abre el teléfono: con concursos, sobre un tema tratado,
 - ◆ Por carta
 - ◆ Por e-mail
- Es bueno dar avisos (ejemplo: corte de agua en Amara, robos en Zumaia, el tiempo,...)
- Hay cabida para la **publicidad**. Normalmente se anuncian durante el programa (cada hora del programa tiene diferente precio)
A veces, la publicidad patrocina un espacio.

BOLETINES HORARIOS

- Tiene **periodicidad**: cada hora hay un boletín que nos actualiza la información
- Duración corta (5 minutos)
- **Resume las noticias** de más interés para el oyente
- Es la noticia pura, informativa
- Contenido **hechos más importantes y recientes** se recogen tipo flash, ampliando la información que haya sido dada en el anterior boletín
- Criterios **la noticia más nueva primero**
- ¿Cómo se hace?

Un redactor se encarga de:

- Seleccionar
- Valorar
- Escribir el guión
- Leer en el micrófono
- Tono serio, rápido (es un tono diferente)
- En el guión se pueden incluir conexiones
- Característica siempre tiene caretas fijas (tanto de entrada como de salida)
- Dentro de un boletín **NO** entran **refugas**

BOLETÍN MATINAL:

- Tiene **noticias “viejas”**; es decir, resume todas aquellas noticias ocurridas a media noche
- Por lo tanto, tiene que recoger aquellas **noticias que se dejaron a medias en el cierre**
- Normalmente, se mete mucho **el tiempo**
- Se mete la **agenda del día**

BOLETÍN DE LA NOCHE:

- Suele ser más corto, de menor importancia
- Resume los contenidos de las **noticias más importantes del día**

Es una mirada rápida a lo más destacable del día

- Menciona los **hechos más importantes del día siguiente** (la agenda)

BATERÍA DE TITULARES

- Entradilla con batería de titulares

Da el **lead**

- Con **2 voces**

Breve **explicación**

- Queda mejor con música de fondo

NOTICIAS DE PORTADA

- Noticias de peso mayor
- Noticias **para abrir el informativo**

Efectos sonoros

SINTONÍA A:

- **Música que indica el comienzo del programa**
- Debe ser fácil de memorizar y pegadiza para que el oyente la identifique; debe pegar con el programa
- A lo largo del programa podremos utilizar **rafaguitas pequeñas** de la sintonía para separar secciones; pero nunca ser la sintonía inicial

CARETA:

- **Sintonía que incluye una voz**
- Es un montaje
- En este texto se da:
 - ♦ Nombre del programa
 - ♦ Nombre del presentar
 - ♦ Tema central
- Suele ser habitual tener 2 caretas
 - ♦ De entrada
 - ♦ De salida

INDICATIVO:

- Elemento sonoro que nos advierte o **recuerda qué programa o emisora** estamos escuchando
- El texto que acompaña a esta música hace referencia a la emisora; es el eslogan del programa
- Se puede meter a lo largo del programa

CORTINILLA:

- Una **ráfaga de separación musical**

COLCHÓN:

- Elemento sonoro que sirve **para hacer ajustes entre secciones**, espacios,...
- Tema musical recurrente que se utiliza de fondo para enlazar entrevistas, conexiones telefónicas,...

CUÑAS:

- **Anuncios en radio**
- Se incluyen dentro del programa y se autopromocionan

JINGLE:

- Un mensaje publicitario cantado (**anuncio musical**)

MICROESPACIO:

- Emisiones con **contenido publicitario**

GOLPES:

- Efectos musicales muy dramáticos que subrayan un titular, un personaje, un momento,...

BANDEJA DE CONTINUIDAD:

- Todo lo que necesitamos en nuestro programa
- Sintonía, careta, ... todo lo que hemos dicho

RÁFAGA:

- Breve efecto que nos sirve para cambiar el tema

TELÓN:

- Fragmento musical de cierre

EFFECTO:

- Corte de música preparado

Guión

- ♦ Es la forma, el **esqueleto del programa**
Guión = esquema, orden
- ♦ Nos **ayuda a controlar el tiempo**, para que todo nos encaje
- ♦ Todos los realizadores del programa han de tenerlo claro
- ♦ Primero, tener claro:
 - Qué hacer
 - Qué medios
 - ¿?
 - Ordenar contenidos
 - Hacer (ejecutar) el programa

4 ESTILOS:

1) Literario

2) Técnico

3) Pauta o escaleta

4) Hot-clock:

- Parrilla circular que nos ayuda a distribuir los contenidos que tenemos
- Es bastante funcional
- Nos ayuda a ordenar el material

Ejemplo,

TIPOS:

♦ EUROPEO:

- Guión a 2 columnas Derecha: lo que va a leer el locutor

Izquierda: acotaciones para el control

- Las órdenes para el control:
- Siempre en mayúsculas
- Las fuentes del sonido (publicidad, música,...)
- Marcar el control del tiempo

Por ejemplo:

♦ AMERICANO:

- A una columna

Por ejemplo:

SIGNOS PARA COMUNICARSE EN RADIO

- Abrir micro abrir y cerrar la mano en forma de “L”
- Cortar micro abrir y cerrar la mano como unas tijeras
- Publicidad como el dinero
- Sigue hablando círculos con el dedo, mano,...
- Acercate al micro llevarse la palma a la boca, o alejarla
- Leer más despacio subir y bajar las palmas

- ¿Está preparado el teléfono?
- Música de fondo como pasar la mano por una superficie
- ¿Fagas subir y bajar la palma de la mano
- Subir a 1° plano la música subir la mano con la palma hacia arriba
- Pedir sintonía del programa una mano como si estuvieras tocando el piano
- Fundir dos cosas unir las manos entrelazando los dedos
- Disco con el dedo índice hacia abajo haciendo círculos
- Fin de grabación cruzar los brazos en forma de asta

ENTONACIÓN

- No hay que leer plano
- Para evitar ese tono monótono: _____
- Respirar bien respirar de abajo (del diafragma)
- Saber lo que se lee (tenemos que parecer que contamos, no leer)
- Buen ejercicio: leer el texto a diferentes velocidades

Se consigue:

- encontrar tu velocidad personal
- fluidez para no confundirnos
- No hay que marcar en exceso los puntos
- Enlaces entre los temas:
 - ◆ Usar “ticks” geográficos

Por ejemplo: de vuelta a Perú...

- ◆ Criterios temáticos

Por ejemplo: de una crisis a otra.

- ◆ Nexos temporales

Por ejemplo: a última hora de ayer sucedió X; a la misma hora Y.

La originalidad y coherencia en los nexos, marca la personalidad del relato informativo.

Por lo tanto, **el nexo** es aquello que **une dos noticias y nos prepara para otras**.

1

Desarrollo

Estructura

Entradilla

Bloque 1

Bloque 2

LEAD

Deportes

Cultura

Bloque 3

Espacio publicitario

De + importante

a - importante

10:00

10:00

10:00

10:00

SINTONÍA

TITULARES

PUBLICIDAD

CONEXIÓN

94-4286543

Pepe Llorente

Lux 1-2

Locut. 1

Locut. 2

Locut. 1

10.00 SINTONÃ A

10.02 TITULARES

10.04 CONEXIÃ N- 944262311 P. LLORENTE

10.03 PUBLICIDAD

Locut. 1