

La radio sonido y sentido

ROSARIO HERRERA HUÉRFANO

Abstractt

La radio es tan familiar que a veces se olvida su carácter de representación y de lenguaje. La autora se propone describir los elementos de que está hecho el lenguaje radial y sobre todo cómo la producción de una radio de calidad exige el conocimiento y la aplicación rigurosa de sus reglas de construcción, para lograr verdaderos textos radiofónicos capaces de significar y ayudar a construir sentido a los oyentes. Es una propuesta académica para superar la espontaneidad y la improvisación en dicho medio.

Desde el nacimiento de las empresas radiales en el mundo, hacia los años veintes, la producción radiofónica se desarrolló básicamente por dos vías: el modelo comercial de origen americano con la creación, entre muchas otras, de la *Radio Corporation of América* (RCA) en 1919; y el modelo de interés público, una propuesta británica, con la *British Broadcasting Company* (BBC) en 1922.

A la luz de las intenciones o los intereses de cada uno de los modelos, hay diferencias evidentes, aunque no son las únicas. Más allá de privilegiar una preocupación por la técnica o por la estética, cada uno de estos modelos desarrolló una visión distinta sobre la realización de un producto radial.

El modelo norteamericano o comercial, basado en el libre mercado, organizó parrillas de programación con programas económicamente rentables. Atravesado por la lógica de mercado, este modelo realizó programas con producción de bajo costo que asegurara un amplio número de consumidores. *“La tendencia general de la programación de radio para audiencias de masas está, sin embargo, basada en la música,*

en la repetición de un limitado número de éxitos populares, complementados con charlas de presentadores e invitados... Pero es el mercado quien, en última instancia, determina el tipo, volumen y tiempo de los programas a emitir”.¹

Con la creación de un sinnúmero de frecuencias en Norteamérica, las empresas radiales, como la RCA, vieron con temor la pérdida del dominio del mercado -hasta entonces centrado en la venta de equipamientos-, lo que generó el desarrollo de las transmisiones de acontecimientos, que concentraron la atención del oyente, y en medio de las cuales se emitía la publicidad. Así, en 1921 aparecen las transmisiones deportivas de las luchas de boxeo y de las series mundiales de beisbol y las transmisiones de conciertos. La función principal del oyente es ser consumidor, no tanto del producto radial, sino de los productos y servicios anunciados en la publicidad.²

Desde sus primeras transmisiones el modelo de interés público estableció como diferencia su objetivo de servicio sin ánimo de lucro y el control y vigilancia de las producciones, que garantizaba mantener un alto nivel en la programación, nivel que se medía por la calidad sonora y no por la cantidad de oyentes que convocara. La legislación británica- para el

¹ Lewis, Peter y Booth, Jerry. *El Medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria* Paidós. Barcelona, 1992. P. 30.

² Esta circunstancia explica por qué en la realización publicitaria hay un desarrollo más completo en torno a la producción radial. La necesidad de hacer representaciones con sentido en un tiempo muy corto (30 ó 40 segundos) exige a los publicistas aprovechar todas las posibilidades sonoras.

caso de la BBC- determinó textualmente sobre la programación debía estar conformada por “... programas de un nivel general alto... Y una gran variedad de contenido”³.

Regulada por el Estado, la producción radiofónica en el modelo de interés público fue -y sigue siendo- cualificada, pues “*las escasas frecuencias concedidas justificaban el monopolio, y el monopolio, a su vez, justificaba su control por parte de unos pocos profesionales*”⁴. Las rutinas de realización de la BBC de Londres, generaron una profesionalización de la producción radiofónica.

Desprovistos de obligaciones comerciales, los productores de la BBC estructuraron programas especializados, aunque fuesen escuchados por minorías. “*Desde los primeros tiempos, los horarios de programación habían incluido tertulias, dramáticos, música, variedades y programas especiales para mujeres, granjeros y comunidades pesqueras, escuelas y educación de adultos y niños*”⁵.

De la primera etapa histórica del modelo de interés público se destacan los programas escolares, las producciones de educación para adultos y, sobre todo, el interés por educar el gusto del público, antes que satisfacerlo.

Mientras en el modelo comercial abundaban los experimentos *amateur* que dejaban al albedrío de los locutores los discursos que allí se transmitían, en el modelo de servicio público la BBC vigilaba rigurosamente la calidad discursiva frente a los micrófonos.

El uso de la palabra exigía primero la elaboración de guiones y después, la acertada lectura de los mismos.

La escritura de guiones era obligada para todas las producciones, incluso para los formatos de debate o de tertulia. Con esta política, se fue cultivando la escritura radiofónica que, además de respetar las lógicas de la literalidad, debe conjugarse con las formas de estructuración de la oralidad.

“...*Había que tener siempre un guión antes de la retransmisión de los programas. Esta precaución daba a la BBC un cierto control*”⁶, que se complementaba con el cuidado sonoro de la palabra mediante la neutralidad de la voz, la uniformidad en el acento y la exactitud en la entonación.

Entre los años treinta y cuarenta los modelos se rompen y comienzan a ser mutuamente influenciados desde sus intereses.

En Estado Unidos, el gobierno comenzó a regular la producción radial de las empresas privadas y a exigir, mediante leyes, la realización de productos con interés educativo y cultural.

El interés de comercialización permeó la producción radial británica y el gobierno, que hasta entonces dominaba la radiodifusión, abrió la producción a empresas privadas y, además, permitió a la BBC incursionar en la producción de informativos, hasta entonces ausentes de la frecuencia estatal.

Lo interesante es que, aún con la presencia de la lógica de mercado en la producción radial británica, la elaboración de cada programa, incluyendo los de carácter informativo, no estuvo sujeta a las exigencias de la inmediatez, la publicidad y los índices de sintonía. “*El servicio de noticias de la BBC durante la guerra fue crucial para su buena reputación posterior; especialmente en ultramar; pero la fama de la corporación en el público británico, dependía, como ya se ha indicado con anterioridad, de otros elementos de su producción*”⁷.

En este panorama histórico que servirá de pretexto para pensar conceptualmente la producción radiofónica, encontramos que en los años treinta y cuarenta América Latina será líder en la producción de radionovelas, un género que tiene su origen en la *soap opera*⁸, producción transmitida por la NBC en Estados Unidos comenzando la década del treinta.

Uno de los países latinoamericanos pionero en producción de radionovelas es México -a quién luego le sigue el rastro la radio cubana-. Las producciones mexicanas tenían una alta calidad narrativa y sonora, por ello eran exportadas a varios países americanos y europeos: “... *en Europa las radionovelas de mayor éxito se transmitían en Francia, Alemania, España e Italia. Sorprende saber que en Asia, particular-*

³ Ley de Radiodifusión, 1981, citada por Lewis y Booth. Idem.

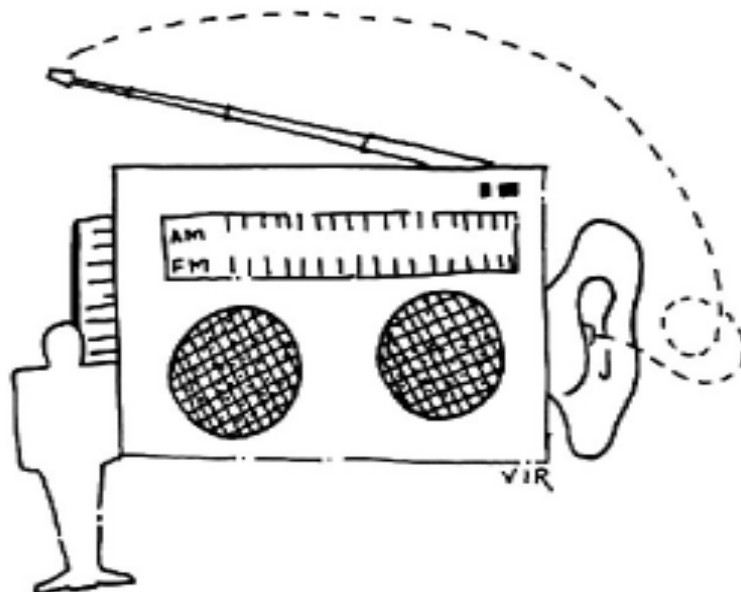
⁴ Ibidem . P. 22

⁵ Ibidem . P. 93

⁶ Ibidem . P. 97

⁷ Ibidem . P. 113

⁸ *Soap opera* es la expresión inglesa con la que popularmente se conoce el formato de la radionovela en Norteamérica, y que literalmente produce “Opera de jabón” por sus patrocinadores: fabricantes de jabones y detergentes para ropa.



mente en Oriente Medio, los culebrones de radio fueron sucesos de apabullante notoriedad. Parece que en los 30 y 40, aparte del cine, el otro medio capaz de convocar la imaginación de masas ávidas de entretenimiento fue la radio a través, principalmente, de las radionovelas”⁹.

En la radio europea “El Derecho de Nacer”, “Kalimán”, “Las Aventuras de Carlos Lacroix”, fueron producciones radiales en formato de novela, calificadas como realizaciones de alto nivel.

La puesta en escena exigirá de los productores radiales de América Latina pensar en construir sensaciones de tiempo, espacio, distancia, movimiento, sentimientos... construir todo un mundo sólo a partir del sonido y con el rigor del trabajo del guión, algo que los europeos practicaban desde los inicios de su vida radial. “La enorme aceptación de las radionovelas se fincaba en gran medida en la solidez de sus historias, ya que contaban con excelentes escritores y actores, quienes protagonizaron una verdadera “época de oro” de la radio mexicana”¹⁰.

Para ello, sería fundamental explotar todos las alternativas sonoras: palabra hablada, música, ruidos y efectos; algo que en producciones de otros formatos (tertulias, crónicas, educativos, documentales) ya realizaba la radio europea.

Quizás, en la producción de radionovelas fue evidente la necesidad de hacer una repre-

sentación de espacios, acciones, sentimientos, etc.; mientras en otro tipo de formatos existía -y aún existe- la falsa percepción de estar vehiculizando la realidad. Pero, independientemente de las buenas, malas o negadas intenciones, que cualquier producto radial contenga, toda producción mediática será siempre una representación. “Los sonidos percibidos a través de los medios audiovisuales son signos icónicos que de alguna manera se asemejan, en mayor o menor grado, a la realidad sonora representada”¹¹.

Reconocer un producto radial como una representación implica una relación diádica: Significante – Significado, y permite mirar la producción radial como una construcción de signos. “Cada signo presenta un doble aspecto: uno perceptible, (audible en el caso de la radio): el significante; el otro contenido en el anterior, llevado por él: el significado. Entre estos dos elementos pasa la relación de significación”¹².

⁹ Rojas Orduña, Octavio Isacc. *El drama de la radionovela. Un género que sobrevive a sus epitafios*. Mención honorífica en el concurso de radioteatro convocado por la Deutsche Welle y la Feria Internacional del Libro en Frankfurt.

¹⁰ Ibídem. P. 2

¹¹ Cebrian Herreros, Mariano. *Introducción al Lenguaje de la Televisión – Una Perspectiva Semiótica*. Pirámide S.A. Madrid. 1978. P. 100.

¹² Mattelart, Armand y Michèle. *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Paidós. Barcelona. 1997. P. 60.

Lo interesante es que, aún con la presencia de la lógica de mercado en la producción radial británica, la elaboración de cada programa, incluyendo los de carácter informativo, no estuvo sujeta a las exigencias de la inmediatez, la publicidad y los índices de sintonía.

Como representación de algo, el producto radial será un significante, que contiene dentro de sí un significado y que al ponerse en circulación hará evidente la relación entre uno y otro (significante—significado), con la significación.

Dicha elaboración de significantes, que no es otra cosa que la realización de productos radiofónicos, parte de la utilización de sustancias significantes de sistemas existentes. La radio se vale de signos de los sistemas lingüístico y musical, para resignificarlos o darles nuevas significaciones al ponerlos en conjunto. Al lado de estos dos sistemas de códigos, se enlazan efectos y ruidos que “*son sonidos significantes que no pertenecen estrictamente ni a la sonoridad de las lenguas, ni al orden establecido de lo musical*”¹³, con una posibilidad de significación, aunque no sea exacta, ni unívoca. “*Las imágenes creadas por los sonidos no son iguales para todos los receptores*”¹⁴.

Como no crea sustancias significantes propias y se sirve de dos sistemas de significación independientes (el Musical y el lingüístico) y de un modo de expresión significativa (los ruidos y efectos) se puede definir la producción radiofónica como un subsistema signifiante especial.

La formación de cada significante o cada producto radial, se realizará mediante la articulación de: signos lingüísticos sonoros, signos musicales, ruidos y efectos; a partir del silencio, como carencia de sonidos y como expresión. Estos cuatro elementos subordinan su significación autónoma a la significación que se pretende establecer en el conjunto, es decir en el producto radial.

La articulación será un ejercicio retórico de construcción donde los distintos modos de combinación del silencio con lo lingüístico, lo musical y lo corporal (ruidos y efectos) serán determinantes en la formación del significante. “*Cuando la radio trabaja a fondo dichas articulaciones se está afanando en algo cercano a lo que Jakobson define como trabajo poético artístico*”¹⁵.

Independientemente de su procedencia, cada elemento que se articula en un producto radial, tiene unas características y una funcionalidad subordinada o dependiente de la relación que establece con los otros. Tales características también son resultado de las cualidades propias de la radio como medio de comunicación exclusivamente sonoro.

El signo lingüístico y lo oral

La palabra en radio es sonido, un sonido que en rigor se produce a partir de la lectura modulada, que permite desde la locución dar sentido al texto. Una lectura que requiere articulación, dicción, entonación e interpretación de los signos de puntuación.

Como sonido, como locución de la voz, la palabra es oralidad; como guión la palabra es literalidad, escritura. Una escritura pensada para ser escuchada y no para ser vista. El oyente no tiene ninguna vinculación visual con el discurso que pasa por la radio, su única percepción es auditiva. El discurso radial combina oralidad y escritura, es oralidad secundaria. “*Esta nueva oralidad posee asombrosas similitudes con la antigua en cuanto a su mística de la participación, su insistencia en un sentido comunitario, su concentración en un momento presente e incluso su empleo de fórmulas*”¹⁶.

Los textos radiales deben ser un equilibrio entre las formas y normas de la estructuración de la escritura (gramática, sintaxis, semántica, ortografía) y las lógicas que predominan en la oralidad¹⁷ (redundancia, acumula-

¹³ Vilar, Josefina. “El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre la producción radiofónica”. Plaza y Janés, S.A. México. Noviembre 1988. P. 31.

¹⁴ Cebrian. Op. cit., p. 99.

¹⁵ Vilar, J. Op. Cit. p. 32.

¹⁶ Ong, Walter. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Fondo de Cultura Económica. Bogotá, 1994. P.134.

¹⁷ Walter Ong denomina estas formas de estructuración del pensamiento oral como psicodinámicas.

Las producciones mexicanas tenían una alta calidad narrativa y sonora, por ello eran exportadas a varios países americanos y europeos

ción, matiz agonístico, mnemotécnica, carácter situacional y descriptivo).

Aplicar las lógicas de la estructuración oral al texto escrito del guión, es darle sonoridad al texto y contribuye a la espontaneidad, entendida como la proximidad a una producción natural del discurso.

La sonoridad del signo lingüístico también depende de las voces, la locución requiere no voces "bellas", sino lectores que sean capaces de darle la entonación adecuada al escrito. La naturalidad y la espontaneidad no serán exclusivas de la locuciones sin texto, sino de la lectura modulada e intencional.

En 1937, en una charla sobre la producción de la BBC de Londres, John Hilton, programador de la emisora británica, señalaba una regla básica para darle sonoridad al texto en el momento de la locución: *"para leer como si estuviéramos hablando, hay que hablar mientras se escribe"*¹⁸

En la producción acústica de la palabra se reconocen tres elementos fundamentales para la lectura: comprender, interpretar y modular. El primero se refiere al entendimiento de lo que se dice. El segundo señala la habilidad para transformar en sonido los signos de puntuación como señales de silencios, énfasis, intenciones y entonaciones. La modulación, que sería el último elemento, combina los anteriores con la gesticulación, la dicción y el acento, que debe ser acorde con la representación.

Las voces tendrán la posibilidad de caracterización. Un locutor subordina todas sus capacidades de sonoridad al producto o representación. Si el producto radial es informativo su voz debe presentar un acento neutral que caracteriza la neutralidad frente al manejo de la información; si se trata de un programa especializado, la sonoridad de la voz debe representar la seguridad del manejo discursivo, si el

producto es una crónica la modulación tendrá la intención de estimular una cierta sensación de retorno emotivo que representa el recorrido o el recuento cronológico característico de este formato, y si el producto es un dramatizado, la voz presentará un acento particular que dibuja sonoramente al personaje y permite al oyente hacer incluso una imagen visual de él.

Vale la pena recordar el estilo de Juan Gossain, el reconocimiento de este director de noticias como un de los mejores cronistas radiales se debe, por supuesto, a su manejo discursivo, pero también a la coloración sonora de su voz que estimula la sensación de recuerdo o recorrido cronológico. En los especiales "La Campaña Libertadora, 180 años después" fue fundamental su participación como narrador central, su voz, desde el discurso (selección lexical y organización) y desde la entonación, tejía la continuidad en la reconstrucción sonora de lo que queda en la memoria histórica de Colombia sobre el recorrido de Bolívar desde los Llanos Orientales hasta el Puente de Boyacá. *"... el cronista era un hábil artesano de la experiencia, transformador de la materia prima de lo vivido en narración, maestro del arte de contar historias"*¹⁹.

En el caso de un reciente trabajo de producción de cuñas, hecho para publicitar seguros, un locutor da una sonoridad y una modulación específica a su voz que permite al oyente reconocer que éste es un hombre ordinario con la pretensión de pasar por fino. Hay una caracterización de un personaje sólo a partir de su voz y, por supuesto, amarrado a esta sonoridad está el texto: la selección lexical y la puntuación. Si en vez de decir: *"¡...di-me Sho-ny!"* el personaje dijera: *"...dime Yony"*, la imagen que el oyente hace de este personaje variaría, por el cambio de entonación, que visualmente en el texto se representa con las admiraciones, el uso de la Sh en vez de la Y (que marca la diferencia fonética) y el guión en el centro de las palabras para señalar una pausa que sonoramente implica mantener una unión entre una sílaba y otra, con cierto acento de canto.

¹⁸ Hilton, John. Charla en la BBC el 1 de julio de 1937. Citado por Vigil, Jose Igancio en: *"Manual para radialistas apasionados"*. Artes Gráficas. Ecuador, 1997. P. 114.

¹⁹ Arragucci, Davis Jr. *Fragmentos sobre la cónica*. En: *Magazin Dominical - El Espectador*. Bogotá, 1992. P. 10.

Ruidos, efectos y sonorización

Los ruidos son vibraciones, ondas que se producen a partir de la intervención de dos o más cuerpos: *“un sonido no siempre tiene una fuente única, sino al menos dos, incluso tres o aún más”*²⁰, los efectos son imitaciones de ruidos y ambos hacen parte de la sonoridad corporal que tiene sus propias significaciones.

Las variaciones que se pueden presentar en estas vibraciones caracterizan los ruidos y los efectos - y el sonido en general- desde cuatro conceptos: intensidad, timbre, tono y duración.

La intensidad, físicamente medida por la amplitud de la vibración, se refiere a los cambios en la potencia de la onda y se trabaja con el volumen: la onda puede ser fuerte o débil. La onda fuerte construye sensaciones de movimiento ágil y la débil tendrá como sentido básico el movimiento reposado.

El timbre involucra las variaciones que adquiere el ruido, según las texturas o los materiales que lo producen; en un nivel básico se puede diferenciar sonidos dulces o ásperos, aunque la característica tímbrica será casi exclusiva de cada textura. Para la realización de efectos se centra la atención en reproducir ondas tímbricamente similares al ruido que se imita, lo mismo sucede en la imitación de voces.

El tono, que desde la física corresponde a la longitud de la onda, determinará las diferencias en la cantidad de vibraciones por segundo: una gran cantidad de vibraciones hará que los ruidos sean agudos y si se produce una cantidad baja de vibraciones, el sonido será grave. Los ruidos agudos replicarán la sensación de agilidad, mientras los graves en una significación básica ayudan a expresar reposo.

La duración muestra la existencia de la onda que puede ser prolongada, permanecer en un tiempo largo, con carácter sónico de lentitud, o reducida, es decir desaparecer rápidamente lo cual proporciona un sentir de lo acelerado.

Sonorizar es tomar ruidos y efectos, incorporarlos a un producto radial y otorgarles un sentido específico. Cada uno de estos elementos del sonido servirá de referencia para seleccionar los ruidos y efectos que se articularán en un producto radial con una intención específica en tres vías: construir acciones, crear ambientes o subrayar un momento específico.

Cuando se trata de construir acciones, los rui-

Sería fundamental explotar todos las alternativas sonoras: palabra hablada, música, ruidos y efectos. Estos cuatro elementos subordinan su significación autónoma a la significación que se pretende establecer en el conjunto, es decir, en el producto radial.

dos se utilizan en una articulación secuenciada, en concatenación; de esta manera hay una sensación temporal por el desarrollo de sucesos sonido a sonido. En la cuña para publicitar seguros (la misma de “Yony”), la acción del choque de los carros es contada en concatenación acústica que suma sucesivamente el ruido de frenazo de un carro y un fuerte estruendo de latas.

Para la creación de ambientes, que corresponden a la dimensión espacial, los ruidos y efectos se trabajan en concurrencia o simultaneidad. En los especiales de “La Campaña Libertadora 180 años después”, los efectos que imitaban el golpe de los cascos de los caballos sobre las calles empedradas o adoquinadas, acompañados por murmullos y pasos de la gente, caracterizaban el espacio de los pueblos.

En la última intención de la utilización de ruidos y efectos, el productor radial encuentra la posibilidad de subrayar o resaltar un momento específico, en la mayoría de los casos para recapturar o fijar la atención del oyente. Un caso claro de la exploración sonora bajo esta última intención, es el sonido de una campana, que marca en el noticiero radial matutino Radio Sucesos de RCN el comienzo de una sección: ...“llegó la hora del recreo”

Música y musicalización

La música es sonido modulado, producción de vibraciones en el marco de un sistema sónico independiente: el sistema musical, con un lengua-

²⁰ Chion, Michel. *“La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido.”* Paidós. Barcelona, 1993. P. 35

je propio matemático y preciso, un lenguaje que genera una manifestación emotiva “...la música no actúa sobre la voluntad, por lo que se puede deducir que lo hace desencadenando en el individuo una especie de descarga o descompresión, produciendo en él un movimiento hacia fuera”.²¹

Los sonidos de la música presentan una regulación de las vibraciones en su longitud y amplitud, es decir en su tono e intensidad. La organización intencionada de sonidos con igual o diferente tono, intensidad, timbre y duración, darán sentido al sonido y éste se convierte en música.

Para desarrollar el ejercicio de organización de los sonidos en la producción musical, el hombre diseñó, luego de muchos intentos, un sistema de representación, un sistema signico de notación. En el siglo XIV aparecen las notas (do, re, mi...), signos gráficos que representan un sonido indicando su altura en la escala; su ubicación en el pentagrama, más arriba o más abajo, marcará la intensidad, y la figura que represente la nota (redonda, blanca, corchea, semicorchea...) indicará su duración.

El timbre de cada instrumento dado por los materiales de los mismos (cuerdas, maderas, metales y percusión) presenta una resonancia armónica específica, con unas variaciones básicas: opacos, brillantes, incisivos, asperos, claros y cálidos. Aunque cada instrumento tendrá una posibilidad expresiva única desde su timbre.

Estos elementos corresponden a características de la música como sonido, pero el sistema significante se complementa con unas características propias de la construcción del lenguaje musical: Ritmo, acento y forma, estos permiten reconocer la sintaxis musical y determinar cortes en el producto radial, respetando las puntuacio-

nes de las obras que están en los acentos, las cadencias y las transiciones.

Como producción artística la música está enlazada a situaciones políticas, económicas, sociales y culturales que han determinado diferencias en las piezas. Conocer estas circunstancias a través de los periodos de la historia musical sirve de guía en el proceso de escoger la música para un producto radial.

A partir de las características de la música como sonido (tono, timbre, intensidad y duración), de las características propias del lenguaje musical (ritmo, melodía, armonía, acento, forma) y del conocimiento contextual de la producción de los temas musicales (periodos de la historia musical) se establecen criterios de selección para el ejercicio de la musicalización.

Con estos criterios básicos de selección, el productor radial toma la música y subordina su significación al trabajo radiofónico. Dicha subordinación sugiere una resignificación, esto quiere decir que la música toma un nuevo sentido en la articulación con los otros sonidos (palabras, ruidos y efectos) y de acuerdo con la intención del productor, quien le otorga a la música funciones narrativas.

La selección y la asignación de un sentido en función de la narración²² es la musicalización.

Los temas dejan de ser obras musicales completas y se convierten en sonidos modulados, en la mayoría de los casos en fragmentos, con una función específica en el producto, una función que puede darse desde cuatro intenciones distintas: expresiva, gramatical, descriptiva y reflexiva.

En su función expresiva la música será utilizada para ilustrar sentimientos y estados anímicos, por las características de tono, timbre, ritmo y orquestación que presente la pieza musical. Bondad, maldad, grandeza, aflicción, excitación o ironía se pueden representar a través de la música.

Desde la función gramatical la música será guía para el espectador, en tres intenciones básicas: transición (cortina, puente, ráfaga), identifi-

Independientemente de las
buenas, malas o negadas
intenciones que cualquier
producto radial contenga, toda
producción mediática será
siempre una representación.

²¹ Nieto, José. *Música para la imagen. La influencia secreta*. Artes gráficas Enco, S.L. Madrid, 1996. P. 30.

²² Se entiende por narración cualquier tipo de relato, independientemente de su formato o género.

cación (tema musical, telón de cierre) y resaltado o subrayado (fondo musical, golpe musical)²³.

Atribuirle sentido a la música en función descriptiva es darle al oyente la posibilidad de reconocer contextos. Esta intención permite al productor radial caracterizar espacios (bar, iglesia, una discoteca...), épocas (renacimiento, años sesentas...) o el género argumental que trabaja en la narración (drama, comedia, ciencia ficción...) a partir de la música. También desde la función descriptiva se puede caracterizar personajes.

El productor radial podrá utilizar fragmentos o frases textuales de las canciones y otorgarle a la música la función reflexiva; en este caso la música, a partir de la letras de las canciones, pasa a ser parte del discurso literal del producto radial. Utilizar la música desde la función reflexiva es posible en continuidad con el discurso o en contrapunto con el mismo.

Regresando a la cuña de la compañía de seguros, la dramatización del choque está separada de la voz del locutor que ofrece el producto, con una música utilizada en función gramatical de transición que guía al oyente hacia el desenlace, hacia conclusión.

El silencio

El sonido no tiene existencia estática. Cuando se pausa una videograbadora la imagen en movimiento adquiere un carácter fijo, pero cuando en una grabadora se oprime la pausa lo que se obtiene es silencio.

El sonido es movimiento, movimiento ágil o reposado; el silencio establece contraste con el sonido, el silencio es quietud.

En un primer momento se reconoce el silencio como el principio para realizar la articulación de la palabra hablada, la música, los ruidos y efectos; en la producción radial es fundamental la existencia del silencio para la creación intencional de sentido a través de lo sonoro, por eso la cabina es insonorizada, ello evita la aparición de sonidos por azar.

Además de ser el principio para la realización radial, el silencio es elemento narrativo, puede atribuírsele intenciones dramáticas, es una opción cuyo sentido principal será ausencia, anulación, pausa o suspenso.

Cada silencio adquiere una significación o un sentido específico en contraste o relación con los

sonidos. Un silencio después de un fuerte aguacero y antes de un suspiro podría representar la calma la calma; un silencio después de un grito y antes del toque de campanas para funeral podría significar la muerte. Su sentido, su carácter dramático, al igual que el de todos los otros elementos, estará subordinado al producto radial en el proceso de articulación y montaje.

La articulación

La integración de los elementos puede darse por concurrencia, que implica un trabajo de sincronía, de simultaneidad de los sonidos; o por concatenación, que indica un trabajo diacrónico o de secuencialidad sonora.

Estas categorías conceptuales que brindan la posibilidad de construcción significativa (acciones o ambientes), tienen su referente en lo técnico: la concurrencia será la mezcla y la concatenación será la “pega” o edición por corte.

Los planos sonoros, serán fundamentales para establecer las formas de articulación, desde lo técnico se construyen con el volumen o la intensidad. La escala de planos sonoros está estratificada así: primer plano (P.P), segundo plano (2P), tercer plano (3P) y plano de fondo (P.F).

La ubicación del sonido en uno u otro plano contribuye a la construcción de percepción de espacialidad y distancia. El primer plano establece relaciones de distancia íntima, hay una proximidad muy cercana, el oyente se siente involucrado. En el segundo y tercer plano se maneja una distancia personal y social, respectivamente, ambos establecen proximidades intermedias y generan en el oyente un posición neutra, equilibrada. El plano de fondo tendrá relación con la distancia pública, la próxima es lejana y el oyente no se siente involucrado, este plano de fondo generalmente contribuye a la ubicación en un espacio, que puede ser más o menos grande en la medida en que existan más o menos sonidos de fondo, es decir sonidos lejanos.

El desplazamiento de un sonido de un plano a otro, construye el movimiento. Si este pro-

²³ Si una misma música suena todo el tiempo por debajo en un producto radial, no es música de fondo pues su intención es resaltar y para el caso sería como si en un texto se subarayaran todas las palabras, no habría nada resaltado en el texto: todo tendría la misma categoría.

ceso se hace en forma ascendente del volumen la sensación será de acercamiento y el proceso en forma descendente del volumen indicará alejamiento.

La selección y puesta en conjunto de las palabras, la música, los ruidos y los efectos, construyen la representación, hacen del producto radial un significante que en su interior guarda un significado y cuyo sentido se pone en circulación cuando el producto es escuchado.

En la cuña de la historia de “Yony”, cada elemento tiene una intención dada por el productor, si los tomamos independientes, fuera de la narración, tendrían significaciones independientes, pero en el producto sus capacidades signícas están subordinadas a construir un sentido: asegure su carro.

En la cabina nada debería dejarse al azar, ese producto como representación y su significado se construye con la articulación, no con los elementos por sí solos, sino por sus formas de relación con los otros sonidos, por la manera como están encadenados y las funciones de cada uno con relación al todo.

Los estudios y las discusiones académicas entorno a la producción radial son escasos comparados con aquellos dedicados a la teoría de la televisión, que se nutren conceptualmente desde el cine, la fotografía, la pintura, y el teatro; o las reflexiones entorno a la prensa que tienen su sustento en la lectoescritura y sus formas básicas: narración, descripción y argumentación.”*El abandono académico es, en parte, reponsable de la invisibilidad de la radio...*”²⁴

La enseñanza de la producción radial no puede estar desvinculada de la reflexión conceptual

Cada silencio adquiere una
significación o un sentido
específico en contraste o en
relación con los sonidos.

que permita llegar a una práctica, orientada con el conocimiento de las posibilidades de significación que ofrece la sonoridad desde lo lingüístico, lo musical y lo corporal.

Este panorama permite reorientar la enseñanza radiofónica a la que “...*apenas se le presta atención en la literatura académica, y como práctica, en la mayoría de los casos, se enseña en un contexto vocacional como preparación al periodismo. El resultado es que la práctica de la radio y su tratamiento carece de un método para la reflexión crítica y el análisis*”²⁵. Esto hace que la enseñanza se concentre en la ejercitación para la reproducción, más que en el desarrollo de habilidades para la producción.

Con una claridad conceptual sobre la manera como los distintos elementos sonoros se articulan en función y en relación signíca, la práctica tendrá una planificación de la producción, una exploración y explotación de lo sonoro y un trabajo estético que se concreta en la cabina con un trabajo técnico.

²⁴ Lewis y Booth.Op. Cit. P. 28

²⁵ Ibidem. P. 22



Bibliografía

ARRAGUCCI, Davis Jr. *Fragmentos sobre la cónica*. En : Magazín Dominical - El Espectador. Bogotá, 1992.

CEBRIÁN Herreros, Mariano. *Introducción al Lenguaje de la Televisión – Una Perspectiva Semiótica*. Pirámide S.A. Madrid. 1978.

CHION, Michel. *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós. Barcelona, 1993.

LEWIS, Peter y BOOTH, Jerry. *El Medio Invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Paidós. Barcelona, 1992.

MATTELART, Armand y Michèle. *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Paidós. Barcelona. 1997.

NIETO, José. *Música para la imagen. La influencia secreta*. Artes gráficas Enco, S.L. Madrid, 1996.

ONG, Walter. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Fondo de Cultura Eómica. Bogotá, 1994.

ROJAS Orduña, Octavio Isacc. “*El drama de la radio-novela. Un género que sobrevive a sus epitafios*”. Mención honorífica en el concurso de radioteatro convocado por la Deutsche Welle y la Feria Internacional del Libro en Frankfurt.

VIGIL, Jose Igancio. *Manual para radialistas apasionados*. Artes Gráficas. Ecuador, 1997.

VILAR, Josefina. *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre la producción radiofónica*. Plaza y Janés, S.A. México. Noviembre 1988. Página 31.