

IDEAS BASICAS PARA ENTREVISTAS
Y PROGRAMAS RADIALES *

Joaquín E. Quirós D. **

INTRODUCCION

Básicamente, radio es sonido, bueno o malo pero es sonido.

La radio ha llegado a ser un importante medio de comunicación a medida que puede llegar a mucha gente, aunque generalmente no ayuda al cambio de conducta. Puede educar pero no puede enseñar en el sentido normal de la enseñanza de salón de clase. La radio crea interés, motiva y promueve el conocimiento.

Un objetivo de la radio debería ser el de un medio educativo para los grupos rurales, maestros y escuelas rurales. Debería servir como un método para crear el hábito de escuchar programas radiales entre la población rural.

Al situarnos dentro de este marco de referencia, las ideas siguientes podrán servir de ayuda para la realización de buenos programas radiales agropecuarios.

* El presente material hace parte de resúmenes de notas de clase. Curso de Programación en Radio - Radio Nederland Training Centre. Hilversum - Holanda. Febrero - Junio de 1974.

** Ingeniero Agrónomo, M.A. Director de Comunicaciones, Regional No. 4, ICA.

2/15

EN QUE CONSISTE

Un programa radial consiste esencialmente de tres elementos :

1. Información general - Narración corta y concisa
2. Entrevistas
3. Sonido

AL ELABORAR PROGRAMAS PIENSE EN :

1. El tema - La idea y actitud hacia ella
2. La técnica a utilizar. Se puede usar cualquier cosa como :
 - 2.1 Entrevistas. Usando preguntas o eliminando preguntas y usando narración para unir varios aspectos o respuestas. Utilice preguntas que la audiencia quisiera que le hicieran.
 - 2.2 Narración a partir de una entrevista realizada
 - 2.3 Utilizar a alguien que cuente un hecho. Personalidades, dándole autoridad y nombre, cosas relacionadas.
 - 2.4 Diálogo, por ejemplo discusión, drama
 - 2.5 Citas textuales, leer extractos de artículos, resúmenes, parte de discursos, cosas que han sido escritas.
 - 2.6 Tomar extractos de pasados programas. Utilice sus archivos, extractos de discursos.

2.7 Hechos actuales, discursos, reuniones, voces, sonidos de niños, multitudes, un partido de fútbol. Sea cuidadoso con el permiso para emitir hechos actuales.

2.8 Efectos sonoros y música

Recuerde que la técnica a utilizar es un resultado de las ideas y no lo contrario.

3. Música, para crear una atmósfera agradable o sostenerla. Inter-cálea entre secuencias o para cambiar tópicos. No exagere con ella, úsela cuando realmente tenga una buena razón para hacerlo; puede ser para cortinas, temas musicales de presentación y despedida de programas. La música debe ser funcional y usted debe saber algo de música para usar sonidos.

4. Efectos sonoros. Son muy importantes sobre todo en documentales dramatizados pero hay que buscar ser reales. Piense en ellos y escríbalos cuando esté escribiendo el libreto; con los efectos usted puede crear una escena, atmósfera; bien usados puede casi "olerlos" "sentirlos"; tome sonidos auténticos, actuales. Con el uso del sonido se puede producir una parte o la escena completa, lo cual es reproducido en la mente del receptor. En la televisión usted está frente a lo que el productor, o el camarógrafo han escrito con el fin de mostrarlo en la imagen; en radio usted está construyendo su propia imagen, escena, artista. Por eso usted tiene que crearle la escena al oyente.

5. Construya su historia.

5.1 Piense en su audiencia. Usted tiene que fascinar a la gente, no puede cansarlos, tiene que tratar de salirse del punto límite de cansancio. Usted debe retener su audiencia en los primeros 10 segundos, o está perdido.

5.2 Dele a su programa una introducción - cuerpo y conclusión

5.3 Conozca a su audiencia. Ella no es simplemente "eso" y es difícil de definir cuando es amplia. No los paternalice, usted tiene que asumir que ellos tienen más inteligencia que conocimiento. Nunca asuma que la gente sabe cosas que ellos nunca han conocido. Eso es inferir; además no piense que ellos tienen menos inteligencia que usted. Recuerde que usted utiliza la imaginación de su audiencia, lo que no se hace en la televisión.

La Idea. Para vender una idea a su jefe, a su audiencia, escribala primero, haga un resumen de unas 100 palabras y trabaje a partir de el, además:

1. Investigue sobre el tema
2. Vaya escribiendo el libreto y sus ingredientes como: sonidos, entrevistas, con quién, dónde, tópicos, materiales necesarios, ej.: alguien que explique mercadeo, precios, producción de maíz, papa, etc., o un problema pecuario; defínalo.
3. Piense en la secuencia lógica de lo que debe hacer; una cosa debe guiar hacia otra. Observe que haya balance, armonía.
4. Edición. Con los ingredientes listos, escriba el libreto final
 - 4.1 Piense en la presentación que comprende:
 - Título, lo cual es difícil
 - Quién lo produce
 - Quiénes están involucrados en el programa (locutor, control, anunciadores, narradores).
 - Duración del programa

- Necesita ser ensayado ?
 - Hora y día de transmisión; pregrabado o grabado en estudio o directo.
- 4.2 Envíe ese libreto a las personas interesadas. Chequee su información con técnicos o personas especializadas en la materia.
 - 4.3 Escriba todo lo que deba usarse en ese programa: cintas, sonidos, duración, incluya todo lo necesario.
 - 4.4 Narración. Escríbala por completo
 - 4.5 Entrevistas, qué cintas, con qué duración
 - 4.6 Presentaciones, despedidas, cuñas, palabras claves para el anunciador.

ACERCA DEL DOCUMENTAL

El Documental es un tipo de programa muy utilizado, pero, es el programa más peligroso después de las noticias. Usted pone las ideas en la mente de la gente. En él, no hay una diferencia límite con el magazine, sin embargo, generalmente trata un solo tópico, problema, y el magazine puede ser varios tópicos diferentes no relacionados, o varios tópicos relacionados. No hay tampoco límite de tiempo aunque generalmente se prefiere de 30 minutos.

Para ello, seleccionar textos cortos, de impacto, que deben estar concatenados, crear una escena, decir algo que ya ha pasado.

El texto crea una escena para el oyente, una especie de película en su cerebro, lo cual usted llena con sus grabaciones. Este texto será por

lo tanto CORTO, CLARO, SIMPLE y SIN COLORIDO (no florido) y debe limitarse al mínimo. Con el texto se llena lo que no es posible grabar.

Al realizar este tipo de programa debe pensarse en el aspecto educativo más el criticismo, en combinar una historia humana más información, a través de una información correcta, honesta.

Existen varias combinaciones que le pueden ayudar. Piense en los ingredientes de una taza de café :

1. Café ----- Sonido + Grabación
2. Azúcar ----- Música
3. Leche ----- Texto

La alternativa No. 1 es la más nueva y puede realizarse. La combinación 1 + 3 es la más posible y práctica, sin ser una regla definitiva. La combinación 1 + 2 + 3 ha sido la más tradicional en los últimos 40 años.

NO OLVIDE ESTO, AL HACER SUS PROGRAMAS

1. Las voces de cantantes bajo narración, son difíciles de borrar o cortar.
2. Las voces de entrevistados con sonidos de fondo, son difíciles de entender y de recortar. Hay que ser cuidadosos.
3. Conserve la idea central a través de su programa. Busque balance. No rompa la continuidad.

4. No recorte cosas importantes. Si una historia es buena, tiene unidad, no necesita ser recortada.
5. Sea cuidadoso con el sistema tradicional de entrevista - narración - entrevista. Fallas como esta las puede observar en una presentación de transparencias.
6. Busque buena calidad en las grabaciones. Chequee sus niveles de grabación. Sea cuidadoso con los ecos, resonancias, pausas.
7. Trate de evitar tópicos, temas o partes de entrevistas muy extensas.
8. Evite muchas personas diciendo muchas cosas inentendibles. Los apuntes que ellos hacen, pueden olvidarse fácilmente.
9. No trate de ser muy intelectual con sus programas
10. No sea parcial en un programa controvertido. Puede quedar sin autoridad. Busque el lado racional y el irracional de las cosas. No convierta su programa en uno de propaganda al tema, al menos que sea comercial.
11. No olvide que usted como productor radial, puede también divertir
12. No permita que decaiga la atención de su audiencia
13. No use siempre los mismos símbolos, términos, descripciones en forma repetida.
14. Si usted usa metáforas, sea consistente con ellos. Existe el peligro de usar frases poéticas, trate de evitarlas. Sea cuidadoso con lo abstracto vs. lo concreto.

15. Al leer, utilice marcas en sus escritos, en las frases o párrafos que quiere enfatizar. No hable en forma monótona, el oyente perderá interés. No se ponga nervioso cuando esté al frente del micrófono, ni tampoco lea rápido. Piense en la entonación.
16. Diferencie entre una historia, relato y un reporte
17. No subestime al oyente. Recuerde que las últimas palabras que usted pronuncie son en cierto modo las más importantes y las primeras en ser recordadas.

ACERCA DE LA ENTREVISTA :

La entrevista radial es íntima, inmediata, es diálogo. Piense al hacerla en el INTERES, INFORMACION REAL, INFORMACION POLITICA, DOCUMENTALES, que le darán los diversos tipos de entrevistas.

- Entrevistas Políticas : necesitan documentación y saber cuáles son los objetivos del entrevistado. Porqué está él haciendo esto o aquello. Usted necesita más conocimiento acerca del hombre mismo. Usted necesita inteligencia.
- Entrevista de Interés Humano : Puede utilizar aspectos de noticias, describir la vida o aspectos interesantes de un personaje, usar el tipo de programa magazine, artículos, perfil humano, etc.
- Entrevista con Información Actual, Real : Puede ser utilizada de dos formas : 1) Transcrita y usar una o dos frases, convirtiéndola en entrevista narrada. 2) Si el entrevistado es muy bueno en su campo pero habla mucho, usted necesita transcribir la entrevista y tratar de condensar.

- Entrevista para Documental : Puede no ser realizada solamente sobre hechos. En ella usted puede llegar al punto del cansancio muy pronto. Se pueden usar puntos de controversia de la gente acerca de un tema específico. Unir puntos de vista exactos más las indicaciones humanas del individuo es difícil. Los documentales necesitan buena documentación. Usted puede colocar la información de la persona No. 1 + información de la persona No. 2 + información de la persona No. 3 y así no ser parcial y encuadrar su programa dentro de la controversia.

El lograr una buena entrevista, depende de :

1. El entrevistado mismo. El debe confiar en usted
2. Compasión y comprensión en el caso de Interés Humano. Usted debe mostrar esto.
3. Usted debe mostrar intenso interés en el hombre y el tema en el caso de documentales, magazines, perfiles humanos y aún en información política. Si este sistema no trabaja, usted debe ser persistente. Si este sistema no trabaja, usted debe ser duro con la persona, insistente, pero recuerde que usted no va al campo a hacer entrevistas con el propósito de lograr entrevistas "duras".
4. No olvide que el hombre opuesto a usted en la entrevista es un ser humano, trate de darle dignidad; empiece y trate siempre de hacer una entrevista "suave". Sea persistente solamente si usted no puede lograr la respuesta deseada con el primer intento. Haga una entrevista "dura", difícil, solamente si los dos métodos del punto anterior le fallan. Trate de ser honesto y no juegue con la gente.
5. Esté a tiempo, en el lugar preciso y para el propósito correcto

6. Permita al entrevistado que hable por sí mismo
7. No sea tampoco demasiado cortés. Evite este tipo de preguntas :
"Sr. X podría usted decirnos Sr. X díganos algo acerca de" No pierda el tiempo en este tipo de preguntas, eso puede implicar que usted no sepa mucho acerca del tema.
8. Tampoco haga esto: darle las gracias al entrevistado, no es necesario; hacer preguntas dobles, evite el mencionar en su entrevista cuanto tiempo le queda, el oyente no necesita saberlo.
9. No muestre demasiada intimidad o amistad en sus entrevistas, pero tampoco tiene que ser excesivamente serio. Usted puede hacer humor, pero no tiene necesidad de que eso suene íntimo. Si hay algún apunte de algo sobre que reír, deje que el entrevistado ría a sus anchas con usted.
10. No sea vago en sus ideas, sea consecuente; si el entrevistado lo es, no es falta suya.
11. Es de vital importancia que si usted sabe algo que no es cierto en su entrevista, no dejarlo salir al aire.
12. Cuando alguien habla y habla mucho en su entrevista, busque la forma de detenerlo con preguntas como: Cómo es eso? Qué quiere usted decir con eso? Porqué? y recuerde los interrogantes del PCR-QUE, CUANDO y COMO, úselos a menudo.
13. Explique los términos técnicos y sea cuidadoso con su narración, que sea lógica.
14. Es preferible que usted no haga la narración y la entrevista. Búsqese un amigo que haga una de las partes.

VEINTE PUNTOS QUE AYUDAN A LOGRAR UNA
BUENA ENTREVISTA

1. Una buena entrevista es la técnica de persuadir a la gente a decir la verdad. Su propósito es obtener, por medio de preguntas y respuestas, información de una persona acerca de sí mismo, sus opiniones y sus actitudes.
2. El periodista va en pos de hechos para el enriquecimiento y beneficio de su audiencia. El es quien habla por la audiencia; él hace las preguntas que ellos harían si estuvieran en la posición de hacerlo.
3. Una entrevista debería resaltar, mostrar lo que es típico, lo que es noticia, o lo que está detrás de la noticia. Sirve para conocer mejor al entrevistado, o las ideas que posee, o los hechos de que tiene conocimiento. Puede ayudar a alguien que tenga ideas o planes benéficos para hacerlos conocer del público.
4. Una entrevista puede traer información, o probar un caso, o revelar el carácter o actitud del entrevistado, o puede simplemente entretener.
5. Un entrevistador puede ser un diseminador de ideas, tribuno del pueblo o acusador público.
6. Generalmente hablando, la gente a ser entrevistada puede dividirse en tres grupos :
 - 6.1 Expertos o gente con conocimiento específico de una materia particular que puede suministrar hechos e información.

- 6.2 Personas famosas o especiales cuyas verdaderas personalidades quisiera conocer la audiencia.
- 6.3 Gente ordinaria, en la casa, en la calle o en el trabajo, quienes representan un sector de la opinión pública en materias que conciernen tanto a ellos como a nosotros, o quienes pueden haber sido testigos de un evento noticioso.
7. Un entrevistador debería ser inteligente y perspicaz, no un hablador o parlanchín, pero sí un experto oyente. El debería siempre escuchar las respuestas que recibe, en vez de limitarse solamente a disparar la próxima pregunta. El debería ser lo suficientemente vivo, despierto, en oportunidades para penetrar más hondo en una pregunta o para lograr extraer información inesperada. El silencio urge a menudo al entrevistado a decir más de lo que pretendía originalmente.
8. Un buen entrevistador se prepara a sí mismo antes de la entrevista, trazando una lista somera de preguntas, revisando libros y artículos, y hablando con los opositores así como con los que apoyan los planes u opiniones del entrevistado. El usa esta lista de preguntas flexiblemente apartándose de ella cuando se desarrolla algo interesante durante la entrevista, pero observando que no se aparte innecesariamente de su meta original.
9. Una entrevista, en balance, puede aportar ambos puntos de vista de un argumento. Un buen entrevistador es imparcial. El no es un controversista, conflictivo. El está en pos de la verdad y ha estudiado suficientemente la materia para la entrevista, no para ser "arrojado a la acera"... ni para estar satisfecho con respuestas evasivas.
10. Un experimentado entrevistador no victimiza su entrevistado. Si el entrevistado aparece como víctima, generalmente se debe a que

él no conoce suficientemente su materia. En ese caso, no debería estar al frente de su oficina, o no debería haber accedido a ser entrevistado. Cuando un entrevistado necesita ser "ayudado", lo mejor es buscarse otro entrevistado, que logre comunicar eficientemente; un buen entrevistador sabe quien necesita que.

11. Un entrevistador debe utilizar lenguaje simple - el lenguaje de su audiencia. Debe evitar la grandilocuencia, el verbalismo - nunca adoptar el argot de los entrevistados expertos pero traduciéndolo a lenguaje ordinario.
12. Un buen entrevistador empieza la entrevista con preguntas fáciles e introductorias, prosiguiendo gradualmente hacia las más penetrantes y difíciles, sintiéndose más seguro a medida que avanza la entrevista.
13. Un entrevistador permanece siempre correcto y cortés, callando siempre sus propias emociones.
14. Una buena entrevista abre el camino en la mente de una persona. El tono, por lo tanto, debería ser de proximidad, de amistad. El entrevistado y el entrevistador deben dirigirse el uno al otro - no al micrófono. Al público le gusta husmear en vez de participar.
15. Es mejor colocar entrevistas acerca de tópicos controvertibles bien avanzado el día. La gente parece ofenderse menos en las horas de la noche.
16. Las entrevistas no deben transcribirse en su totalidad. Eso las hace sonar y parecer demasiado pomposas, exageradas. Además, el entrevistado puede parecer menos experto de lo que supone que sea.

17. Sea considerado con el entrevistado. El puede no estar acostumbrado a estudios y por lo tanto está en desventaja. En casos difíciles (datos numéricos, declaraciones cuidadosamente deletreadas) - haga una excepción a la regla no escrita y déjelo consultar sus notas.
18. Las entrevistas pueden tener lugar en el estudio o fuera de él. Pueden ser pre-grabadas o vivas. Las entrevistas pre-grabadas pueden ser editadas. Al editar tenga cuidado de permanecer en la atmósfera de la verdad, de las preguntas y respuestas. Nunca distorcione la entrevista original.
19. El entrevistador debe ser consciente de su audiencia, en todo momento. Nunca debe traicionarla y nunca perder su confianza.
20. Ninguno de los puntos anteriores son eternamente verdaderos. Apérese de ellos cuando haya razón para hacerlo. Pero cuando lo haga, sepa la razón.

CUÑAS - ANUNCIOS

Son un paquete de información, corto o extenso. Pueden ser una frase, declaración corta, una pregunta, algo importante que necesita hacerse conocer del público. Pueden ser anuncios sobre reuniones, eventos importantes, donde obtener información sobre algún aspecto de interés en el campo agropecuario, político, social.

Ventajas :

1. Tienen atención inmediata y momentánea, no prolongada
2. Son fáciles de recordar

3. Se presenta al oído en forma sorpresiva e intempestiva
4. Se puede llegar a toda clase de audiencia en forma amplia
5. Se pueden repetir varias veces durante el día o en un programa, lo que no es muy viable con un programa.
6. Pueden causar un gran impacto
7. Pueden ser grabadas y puestas en cinta, acetato o cassettes
8. Algunos vienen en forma de canto, como aleluyas, "Jingles" o villancicos (retintines en algunos países), trovas, versos, etc.
9. Son cortas de duración, no menores de 15 segundos ni mayores de un minuto, en términos generales.
10. Deben ser simples, de tal forma que puedan entenderse fácilmente.

Desventajas :

1. Una cuña cantada, mal utilizada, puede ser ignorada
2. No se puede suministrar toda información en forma completa
3. La forma debe ser corta y rápida
4. No "tocan" real y emocionalmente al oyente, por la duración corta
ej.: cuña cantada de 30 segundos.
5. Muchas veces es necesario repetir la información en un resumen rápido.

6. El impacto depende de las primeras palabras utilizadas
7. Hay que ser muy cuidadosos con las cuñas tipo pregunta
8. Hay que recordar que en todo momento se está jugando con las emociones y deseos de la gente.
9. Hay que tener cuidado con la utilización de datos estadísticos
10. No se deben leer muy rápido
11. Las noticias no son utilizables.

AL USAR SU GRABADORA

1. Chequee el nivel de las baterías
2. Sitúese en forma confortable frente al micrófono. Acérquese lo posible que sea y asegúrese que esté siempre en la posición correcta. Haga lo mismo con el entrevistado si es del caso.
3. Si desea grabar sonidos hágalo en bajo nivel, sin interferencias
4. Al hacer entrevistas no se pegue mucho del micrófono. La aplicación propia de esto, le dará mejor calidad.
5. En una conferencia por ejemplo después de unos 20 segundos, usted puede ajustar los niveles de grabación. A través del micrófono puede también hacer este chequeo de niveles.
6. Discuta el tema previamente con su entrevistado

7. Asegúrese que lo primero que grabe sea razonable, y consérvelo. Haga un segundo intento y seleccione.
8. Antes de grabar juegue un poco con los controles de su grabadora, el sonido, acústicas, ecos alrededor, niveles altos y bajos.
9. Si va a grabar con sonidos de fondo, controle sus niveles (bajo) y el micrófono deberá estar más cerca de usted.
10. Entre más juegue usted con su grabadora, más la conocerá.

FALLAS COMUNES EN RADIO

1. Hablarle al campesino en forma imperativa, paternalista... Haga esto, compre esto, venda esto, etc.
2. Existencia de programas de tipo muy académico
3. Los programas rurales son desestimados en las programaciones. La radio en nuestro medio es más comercial.
4. Es difícil hallar personal capacitado para transmisiones rurales. El periodista radial se convierte muchas veces en un locutor o productor de tipo urbano.
5. El tipo de pensamiento de algunas personas como: porqué la gente, porqué debo ir primero a ellos, yo me comporto como la audiencia, si yo consulto literatura pierdo el sentido de criticismo, si yo tengo algo en un libro porqué debo ir al campo; el escritor piensa que él siempre tiene la razón.

ALGUNAS MAXIMAS QUE AYUDAN A PENSAR

- Debemos influir en la audiencia, de una manera seria
- Usted debe sentir la esencia de la dedicación al trabajo que está realizando. Combinar dedicación y variedad.
- Cualquier productor de programas que no sabe de variedad no es un buen productor.
- Si usted piensa vencer a alguien que no tiene nada que decir, asegúrese de hacerlo mejor.
- Es objeto de ser inteligente el saber que es lo que la audiencia desea. Recuerde que la audiencia es una gran masa de gente con una gran masa de mentes.
- Antes de que usted haga que una persona lo escuche por radio, asegúrese que usted habla su mismo lenguaje. Serán ellos capaces de seguirlo a usted? Actúe como si usted fuera su propia audiencia.
- Piense en lo que necesita la gente y que cree usted que ellos necesitan si todo está dentro del marco general de desarrollo del país.
- Sea original. Tenga mente creativa
- Si usted realiza programas educativos, asegúrese de los hechos. Compare el entendimiento de su receptor con el conflicto.

AUDIENCIA ---> INFORMACION ---> EDUCACION ---> AMPLIO FUTURO

Si usted se sitúa en el lugar de la audiencia, el diagrama anterior le será de ayuda.

- Las transmisiones rurales no son exitosas si no hay entretenimiento
- Qué sabe usted de la idea, tema, que va a introducir en una comunidad? Qué sabe su audiencia?

Publicación del ICA
Código: 04-3.4-001-74
Dirección de Comunicaciones, Regional No. 4 ICA
Apartado Aéreo 51764 - Medellín
Mecanografía: Ruth Soledad Arango M.
Ejemplares: 100
Se terminó de imprimir el 6 de septiembre de 1974