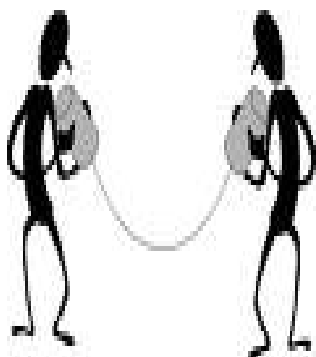


# ALGUNAS SUGERENCIAS PARA SEGUIR TRABAJANDO CON LAS PRODUCCIONES DE AUDIO



RESPETANDO LA CREATIVIDAD DE CADA PARTICIPANTE, ACÁ VAN ALGUNAS SUGERENCIAS QUE PUEDEN AYUDAR A DOCENTES Y COORDINADORES INTERESADOS EN SEGUIR EXPLORANDO Y MEJORANDO LAS PRODUCCIONES DE AUDIO.

## LECTURA EN TODOS LOS FORMATOS

Ya se trate de un radioteatro, de una campaña de prevención o de una noticia, leer ante el micrófono suele pedirnos cierto tiempo de ensayo. Aunque en el momento nos parezca innecesario, la lectura en voz alta de un texto, una y otra vez, ayuda a establecer pausas, buscar la mejor entonación e imprimirle la intención deseada a aquello que queremos comunicar.

Por más que nos hayamos esforzado en su escritura, ni el más precioso texto sobrevive a una mala lectura. Y no sólo porque suene más lindo o más feo, sino porque lo que no se entiende no llega a nuestra audiencia, enturbia el objetivo que nos habíamos propuesto... y nos deja un poco solos.

## EL DEBATE: QUIÉN DISTRIBUYE LA PELOTA DEL DISEÑO

Es frecuente que desde los medios masivos nos presente como debate a una cadena de exposiciones. Cada uno dice su parte, sin desarrollarla y sin interactuar con los otros participantes de la conversación.

Otra forma común es que todos participen tanto que hablan al mismo tiempo y se superponen, sin que se entienda nada.

Si elegimos el formato del debate, podemos procurar una primera ronda de intervenciones en la cual cada uno enuncie sus ideas. Luego, llegar a un segundo momento -probablemente el más rico- que es el del intercambio de pareceres y sensaciones de cada uno de los participantes. Por último, podemos pensar en una tercera ronda destinada a las conclusiones individuales.

Tanto para dar comienzo y cierre al debate, como durante la interacción, es fundamental la actitud de quien se desempeñe como moderador: él le dará la palabra a cada uno, evitando que se superpongan las voces, y será asimismo el encargado de regular los tiempos de cada exposición.

Sería interesante que los participantes del debate se comprometieran previamente a respetar la función del moderador, así como éste a no tergiversar las opiniones ni hacer abuso de su posibilidad de quedarse con la última palabra.

## ENTREVISTA: “¿CÓMO DIJO?”

En el momento candente de estar llevando a cabo una entrevista, muchas cosas se nos pueden pasar por alto.

*-Acabo de presentar mi renuncia... (ministro)*

*-¿A qué hora llega a su despacho todas las mañanas? (nosotros)*

Pendientes de continuar con nuestra lista de preguntas, no escuchamos lo que el entrevistado acaba de decir, ya se trate de una noticia, de un anuncio o de una confesión personal.

Un cuestionario puede ser de gran ayuda, sobre todo si somos flexibles como para salirnos de él y regresar cuantas veces lo consideremos necesario. Escuchar y volver sobre algo que acaba de decir el entrevistado constituye lo que en periodismo se conoce como “repreguntar” y es una de las capacidades más valoradas de un buen entrevistador.

## CON MÚSICA, MEJOR

Hay quienes sostienen que una buena música no puede salvar a una mala película pero que una buena película puede quedar totalmente deslucida si su banda sonora no es la adecuada.

Es cierto que la música tiene el poder de modificar el tono, la emoción y la intención del mensaje que acompaña.

Si no, probemos tomar un audio grabado y “pegarle” diferentes temas musicales, tal como hicieron los chicos de la escuela República del Líbano con los dos spot sobre la droga: “Droga 01” y “Rescatate”. ¿Cumbia? ¿Rock? ¿Cuántos otros ritmos podríamos insertarle? ¿Cómo cambia la intención en cada caso?

Si nos animamos, podemos ir todavía un poco más allá: grabarnos a nosotros mismos, con guitarra, con flauta o simplemente tarareando a cuatro o cinco voces, y utilizar ese audio para ilustrar un comentario, un spot o un radioteatro. ¿Probamos?

## EFFECTIVOS EFECTOS

Así como la voz y la música, los efectos aportan una riqueza increíble a un mensaje. Simplemente, probemos “insertar” aplausos, bocinazos, ruido de vasos chocando o de puertas que se abren: lo que deseamos comunicar llegará de manera más contundente, más clara y será mucho más recordable por nuestra audiencia.

## EL ESPESOR DEL SILENCIO

¿Cuánto tiempo dura un *punto y aparte*? ¿Y un *punto seguido*? Tomemos dos párrafos cortos y claros. Probemos leerlos en voz alta y midamos: ¿cuántos segundos pueden separar un párrafo de otro? ¿Qué pasa si nos apuramos? ¿Y si hacemos más silencio, parece que terminó el tema o se produce más emoción?

Podemos probar, diferenciar y hasta medir con cronómetro cuánto puede durar una coma o un punto. Además, puede ser divertido...

Por otra parte, aunque la mayoría de la gente le teme a los “baches” en radio, a dejar tramos sin sonido, nosotros estamos experimentando y, además, no tenemos porqué seguir todas las reglas de la radio comercial: podemos probar el valor del silencio y, de paso, ser pacientes y esperar a ese compañero o compañera que tal vez es un poco tímido y demora en expresarse, tartamudea o titubea. Si podemos esperarlo y respetarlo, no estaremos haciendo baches en su emoción, ¿no?

## TODAS LAS VOCES

La voz puede ser considerada el componente por excelencia de la comunicación radial. Ciertamente, una voz puede acariciar, arrullar, exaltar, intimidar y muchísimas sensaciones más. Sin embargo, es común escuchar que alguien “tiene voz fea, no puede hablar en la radio” o “no me gusta mi voz, no quiero participar del taller”. Definitivamente, no hay voces lindas o feas, o más “radiales” que otras: todas las voces pueden comunicar, y son tan singulares, tan nuestras como las huellas digitales. Ojalá cada uno de nosotros pueda valorar su particularidad “vocal”.

Como ejercicio, podemos probar leer y grabar el mismo texto por personas diferentes y con intenciones diferentes: de enojo, de alegría, de indiferencia... y probablemente descubramos que ya no es el mismo texto.

*Lic. Analía Balián*

*Periodista*

*Lic. en Artes Combinadas*

*Espec. En Educ. y Nuevas Tecnologías*