

TALLER DE RADIO

“LA ESTRELLA, ERES TU”

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

EL LENGUAJE RADIOFÓNICO

Cada medio de comunicación tiene su propio lenguaje. El radiofónico es una creación de imágenes, utilización de signos y símbolos que permiten comunicarnos y a la vez superar las limitaciones que la propia radio impone. Por esta razón, pese a que nos dirigimos solamente al oído, debemos estimular la imaginación y fomentar lo multisensorial, para que el oyente pueda visualizar los mensajes, es decir, tenemos que superar una limitación unisensorial y hacer que la radio se pueda ver, tocar, oler... (Crear imágenes, símbolos...)

¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO?

LA PALABRA: Elemento predominante en los mensajes en radio. Nos permite expresar las ideas rápida y claramente.

LA MÚSICA: De los elementos más abundantes. La gran ventaja que tiene es su universalidad. Su uso aumenta la relación con la palabra y sus funciones permiten trabajar la expresión, la ambientación, el entretenimiento y la función gramatical.

LOS EFECTOS DE SONIDO: Nos permiten reproducir ambientes que se van a transformar en imágenes en la mente del oyente. Bastaría con poner sonido de tormenta para que cualquier persona creara en su cabeza un paisaje y una situación.

EL SILENCIO: Se ha dicho que es el gran enemigo, pero en algunos casos queda demostrado que no es así (por ej., El Loco de la Colina). El silencio ayuda a pensar, resalta a veces el mensaje... Pero siempre tiene que estar controlado.

LIMITACIONES - RECURSOS

- Sólo la percibimos por un **sentido**, el oído, lo que hace más fácil que el oyente se despiste y el mensaje no llegue

- Utilicemos la **sugestión**, consigamos con la música y los efectos que el oyente imagine paisajes y ambientes.

- **No vemos a nuestro interlocutor**, por lo que no sabemos cómo reacciona ante la comunicación, esto puede hacer que a veces nos olvidemos de él.

- La solución es la **empatía**, póngase en lugar del oyente y piense en su gente cuando realice un programa.

- Es **fugaz**, dura poco. Si el oyente pierde el mensaje no puede volver atrás para recuperarlo.

- Usemos la **redundancia**, repitamos las ideas importantes y seamos creativos para que no resulten aburridas.

- La gente está acostumbrada a **oír**, pero no a **escuchar** la radio. Por eso a veces el mensaje entra por un oído y sale por el otro.

- Hagamos que los oyentes se **identifiquen** con los mensajes. Bastará con hablar de su vida.

Combinando esos cuatro elementos debemos ser capaces de elaborar cualquier tipo de mensaje y sobre todo, conseguir que sea efectivo. Ya sabemos que "el medio condiciona el mensaje", así que hay que tener presente, además, que lo que decimos sea: **INTELIGIBLE, CORRECTO, RELEVANTE, ATRACTIVO, REDUNDANTE, INSTANTÁNEO** (ágil, claro), **DE LARGO ALCANCE, HIPERREALISTA** (cercano).

Para conseguir esto hay que saber lo que se quiere transmitir y jugar con los cuatro elementos.

LAS TRECE REGLAS DE ORO DE LA LOCUCIÓN

- 1.- Se tú mismo, no imites a otros locutores.
- 2.- No digas tu nombre constantemente por antena. (No ser protagonista del programa.)
- 3.- Dirígete a los oyentes como AMIGOS y siempre en segunda persona (con matices según la audiencia). (Trato cercano, independientemente de si sea de «tú» o de «usted».)
- 4.- Utiliza frases cortas y sencillas.
- 5.- Si te confundes sigue adelante sin darle más importancia.
- 6.- Deja tus problemas personales fuera de la cabina. (Que no note la audiencia nuestros cambios de humor.)
- 7.- Gesticula delante del micrófono como lo harías en una conversación, pero sin mover la cabeza.
- 8.- Evita la cursilería y el vocabulario de los locutores comerciales.
- 9.- Evita las siglas y los términos en otros idiomas. Si no hay más remedio dila, pero explícalas.
- 10.- No uses números y porcentajes, es mejor dar cifras ilustrativas (3 de cada 4 en lugar del 75%, casi la mitad en lugar del 45%,...[o con imágenes: "como el estadio Santiago Bernabeu"...]).
- 11.- Cambia a menudo el tono de tu voz, modula.
- 12.- Los saludos, en plural, tú eres el representante de la audiencia. Evita el "yoísmo".
- 13.- Descubre tus "muletillas" y corrígelas.

TIPOS DE LOCUTOR

Cuando nos sentamos delante de un micrófono tenemos que "ser nosotros mismos" y conseguir llegar al oyente. Huyamos de actitudes que toman muchos locutores (en las que se pierde la propia identidad) y que se pueden resumir así:

EL NARCISO: Le encanta escucharse; finge la voz; continuamente se identifica por antena; es cursi. (Egocéntrico.)

EL ELÉCTRICO: Habla atropelladamente; es nervioso; grita; no respeta ni puntos ni comas; tiene muletillas. (No se debe hablar muy rápido en radio.)

EL COTORRA: Habla mucho y dice poco; hace improvisaciones y se enreda en la incoherencia.

EL SIEMPRE-LO-MISMO: Se deja llevar por la monotonía; pone siempre los mismos discos; habla y lee en un tono que hace dormir.

EL DONJUAN: Se hace el simpático y el poeta; necesita de vulgaridades; se acerca al micro y habla a media voz; se dedica a ligar con la audiencia.

EL YANKY: sólo le gusta la música en inglés, pone acento americano, parece un disk-jockey.

EL CONSEJERO: Se dedica a poner canciones con mensaje continuamente; adopta un tono serio y paternalista; repite las cosas; da consejos. (Paternalismo exacerbado.)

VOCALIZACIÓN Y DICCIÓN

La **DICCIÓN** es la pronunciación correcta de todas las letras y palabras, es decir, no cambiar unas letras por otras y no juntar las palabras. La mala dicción se da en la mayoría de los casos por estar nervioso.

La **VOCALIZACIÓN** es la articulación clara de las letras y las palabras. No hay que perder ni uno de los sonidos, hay que pronunciarlos todos.

LA INTERPRETACIÓN

Para una buena interpretación hay que tener en cuenta las siguientes variables:

- 1.- La postura.
- 2.- La respiración.
- 3.- La administración del aire.
- 4.- La entonación.

Un buen locutor debe saber leer un guión sin que parezca que lo está haciendo. Para interpretar correctamente cualquier guión siempre hay que seguir tres pasos:

- 1.- Leer en voz baja el texto.
- 2.- Subrayar las palabras que se quieran resaltar o sean difíciles de pronunciar.
- 3.- Leerlo de nuevo, pero esta vez en voz alta (ensayo).

PROYECTAR UN PROGRAMA

Antes de sentarse delante del micrófono hay que pensar muy bien lo que estamos haciendo. Por eso, lo primero es hacer el PROYECTO del programa. Para confeccionar el proyecto debemos tener en cuenta los siguientes puntos:

- 1.- **¿QUÉ?**, ¿de qué queremos hablar? ¿qué CONTENIDOS va a tener el programa?
- 2.- **¿PARA QUÉ?**, ¿qué OBJETIVOS tenemos? ¿para qué queremos hacer el programa?
- 3.- **¿A QUIÉN?**, determinar la AUDIENCIA a la que va dirigido.
- 4.- **¿CÓMO?**, cómo vamos a ESTRUCTURAR el programa, qué secciones, qué título, qué sintonía...
- 5.- **DURACIÓN DEL PROGRAMA**. Por ejemplo, seis meses...
- 6.- **DURACIÓN DE LA EMISIÓN**. Por ejemplo, 60 minutos.
- 7.- **FRECUENCIA**. Diaria, semanal...
- 8.- **HORARIO**, lo pondremos dependiendo del tipo de audiencia.
- 9.- **PLANIFICACIÓN**, preparar los contenidos de al menos 10 emisiones.
- 10.- **GUIÓN-PILOTO**. Nos sirve para ver cómo va a ser una emisión del programa.
- 11.- **PROGRAMA-CERO**. Es la grabación del guión piloto.

EL GUIÓN

El **GUIÓN** es la narración completa y ordenada de los contenidos (ideas) del programa teniendo en cuenta las características del medio radiofónico.

Con el guión te aseguras de que no te olvidas de decir nada, que vas a respetar el tiempo de emisión y que lo que vas a decir va a seguir el orden correcto.

Además, el guión sirve para que no haya tensión en el programa, porque siempre sabes lo que vas a decir.

PASOS A SEGUIR PARA HACER UN GUIÓN

1.- Esquema previo: lo primero es tener una idea y saber cuál es el mensaje.

2.- Redacción: Tenemos que escribir **lenguaje oral**, es decir, escribir para el oído, eso permite que el lenguaje sea conversacional. > Escribir escuchándose. Primero decir la frase y luego escribirla. > Utilizar frases cortas y palabras de uso común. > Entre 160 y 180 palabras por minuto.

3.- Diagramación (Escaleta)

! A dos columnas. En la de la izquierda las órdenes a control y el nombre del locutor que habla, y en la de la derecha el texto.

! Las órdenes a control van en mayúscula. ! Se escribe siempre a ordenador o máquina y a dos espacios. ! Hay que hacer copias para todos los que van a realizar el programa. ! Hay que indicar los planos de sonido.

4.- Relectura:

Hemos de comprobar que decimos lo que queremos decir. Hay que evitar mensajes ambiguos.

DOCUMENTACIÓN

SELECCIÓN DE CONTENIDOS

ELABORACIÓN DE UN ESQUEMA

Investigar, recoger datos e información sobre el tema acudiendo al mayor número de fuentes.

Elegir las ideas importantes.

Indicar qué se dice primero, qué viene después y cómo se van a encadenar las ideas (orden de ideas).

CONSEJOS PRÁCTICOS:

- Usa papel tamaño DIN A-4 para facilitar el archivo. " Las hojas sólo se escriben por una cara (se puede reciclar luego para hacer otro guión).
- Los guiones siempre sueltos, nunca se grapan. "
- No partir los párrafos al final de las hojas.

TIPOS DE GUIÓN

En radio se puede establecer una tipología de guiones en función de tres variables: 1. La información que contienen

2. Las posibilidades de realizar modificaciones sobre ellos 3. La forma en que se nos presentan.

1.- Según la información que contienen hablamos de guiones literarios, guiones técnicos y guiones técnico-literarios, siendo éstos últimos los más completos.

- **Guiones literarios:** Son aquellos que dan una importancia fundamental al texto que deberá leer el locutor o los locutores. Excluyen las anotaciones técnicas relativas a planificación, figuras de montaje, etc., y en él solo se señalan, generalmente en mayúscula, los lugares en los que aparecen músicas y efectos sonoros.

- **Guiones técnicos:** A diferencia del anterior, en este tipo de guiones imperan las indicaciones técnicas, mientras que el texto verbal sólo aparece a medias y, en algunos casos, ni siquiera eso. De hecho, lo que van a decir los locutores se expresa en forma de ítems (locutor 1: entrada noticia; locutor 2: cuerpo noticia, locutor 1: despedida, etc), como si se tratase de una simple pauta.

- **Guiones técnico-literarios:** Son los que contienen toda la información posible. En ellos aparece el texto verbal completo, así como el conjunto de las indicaciones técnicas.

2.- Según la posibilidad de realizar modificaciones, hablamos de **guiones abiertos** y de **guiones cerrados**.

- **Guiones Abiertos:** se indican los contenidos e instrucciones técnicas sin que conste todo lo que finalmente será radiado. La improvisación cumple aquí un papel importante. (Tiene que haber un coordinador de programa al que, en lenguaje radiofónico, se le denomina «productor».) Se pueden encontrar dos tipos de guiones abiertos:

- pauta (o escaleta):** recoge el simple enunciado del orden de contenidos de un programa de radio (indicaciones minutadas de ideas). -**minutado:** junto al enunciado de contenidos e instrucciones recoge además la duración en minutos de cada uno de los bloques o elementos que integran el espacio de radio.

- **Guiones Cerrados:** no admiten modificación alguna (todo está escrito). Trabajar con uno u otro dependerá de la complejidad de la producción y, sobre todo, de las características del espacio.

6

3.- Según la forma que presenten, hablamos de guiones americanos y de guiones europeos.

- **Guión americano**, los contenidos están distribuidos a una sola columna. Instrucciones de control tabulado a la derecha.

LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS LOS INFORMATIVOS - LAS NOTICIAS

La noticia y la información son para nosotros una ventana al mundo, a nuestra realidad, a lo que pasa en nuestra vida. Pero esa ventana al mundo hoy en día nos presenta:

Un mundo sin explicación, sin causas de lo que ocurre y sin sus consecuencias. Esto nos lleva a la resignación.

Un mundo de los grandes, sólo ellos son noticia. Esto nos hace pensar que las opiniones de la gente no valen la pena, y que lo que ocurre en nuestros barrios o pueblos no es importante, porque "nosotros no somos importantes".

Un mundo individualista, lleno de casos aislados. Predominan los personajes y escasean los problemas sociales. Por eso vamos pensando que la unión y la asociación son una pérdida de tiempo.

Un mundo de desastres, de crímenes, de desgracias. Pensamos que el mundo está lleno de maldad y dejamos a un lado lo bueno que la gente hace por construir un mundo mejor.

1.- NOTA INFORMATIVA

NOTA SIMPLE: se elabora contestando a las siguientes preguntas:

¿QUÉ? : ¿qué pasó? ¿qué está sucediendo? ¿qué se dijo? **¿QUIÉN?**: ¿quién hizo? ¿quién dijo? ¿quiénes están allí? **¿CUÁNDO?**: ¿en qué día? ¿a qué hora? **¿CÓMO?**: ¿cómo pasó? ¿con qué medios?
¿DÓNDE?

NOTA AMPLIADA O CONTEXTUALIZADA: hay hechos en los que es necesario saber sus causas, sus consecuencias y su contexto. En estos casos además de las preguntas anteriores debemos hacernos estas otras dos:

¿POR QUÉ? : ¿de dónde viene este hecho? ¿qué pasó antes? ¿qué causó esto? **¿PARA QUÉ?**: ¿hacia dónde va este hecho? ¿cuáles serán sus consecuencias?

Contextualizamos la nota poniéndola en sus tres dimensiones:

- .- Dimensión **histórica**. Sus lazos con el pasado y el futuro.
- .- Dimensión **geográfica**. Sus lazos con otros lugares.
- .- Dimensión **social**. Sus lazos con la sociedad en que vivimos.

NOTA ILUSTRADA: ilustrar una nota es incorporarle **AUDIO** con:

- .- Entrevistas con los protagonistas. - Opiniones. - Encuestas.

Regla de oro: Que sean entendibles por todos.

2.- LA CHARLA:

Puede ser de dos tipos:

- Expositiva:** Se limita a enunciar.
- Creativa:** Juega con los recursos de la radio.

Consiste en un monólogo breve en torno a una serie de ideas. Su duración es indeterminada y puede ser muy creativa, estando incluso próxima al radioteatro, razón por la cual se entiende su capacidad educativa y de entretenimiento.

3.- EL INFORME:

Es la presentación de datos en un tiempo entre cinco y diez minutos. Podemos encontrar dos tipos de informes:

.- DE PRECISIÓN:

- * Consiste en aportar datos que desarrollan, explican y complementan un acontecimiento.
- * Los datos pueden presentarse en diferentes formas: comparativos, cronológicos, estadísticos, documentales.

.- DE INVESTIGACIÓN:

- * Consiste en estudiar de manera profunda y extensa temas de actualidad sociales y políticos (aclarando el «cómo» y el «porqué» de los hechos). Se debe situar en un contexto, usando la información como medio educativo, para mostrar que la noticia es más un proceso que un acontecimiento.

4.- LA CRÓNICA:

Consiste en una narración desde el lugar de los hechos, tratando de hacer visible una situación. Tiene un gran componente subjetivo, y es, por tanto, un recurso de opinión. Su duración suele ser de entre dos y cinco minutos.

Tiene dos componentes:

- .- Información pura.
- .- Interpretación.

Las crónicas las podemos clasificar en dos grupos:

SEGÚN EL TEMA: deportiva, de sucesos, parlamentaria...

SEGÚN LA PROCEDENCIA: de corresponsal, de enviado especial.

5.- EL COMENTARIO:

Es una interpretación que el autor hace de un tema de actualidad. Dura entre 2 y 4 minutos.

Si lo hace la emisora se llama EDITORIAL.
Si lo hace un particular se llama DE AUTOR.

Podemos tener tres tipos de comentarios:

CRÍTICO: Valoración de obras o acciones de tipo social.

EXPLICATIVO: Se comenta el "por qué" de una noticia.

INTERPRETATIVO: Se comentan las consecuencias de un hecho. Se busca la otra cara de la noticia

6.- EL REPORTAJE:

Contiene datos, noticias, crónicas, informes, descripciones, voces (declaraciones)... Si no tiene voces (declaraciones) no es un reportaje.

7.- LA ENTREVISTA:

Según el formato, puede ser:

.- Individual: Un solo entrevistador y un solo entrevistado.

.- Múltiple: Varios entrevistados simultáneos, o varios entrevistadores.

Según el contenido, puede ser:

.- Informativa: Narra los hechos.

.- Interpretativa: Narra los hechos y los comenta.

.- Emocional: Se centra en la vida y en los sentimientos.

Tiempos de la entrevista:

1.- ANTES: * Consultar fuentes. * Documentarse. * Realizar "guión-esquema". * Revisar el material.

2.-DURANTE: *Mantenerse fieles al guión, pero con flexibilidad. * Conducirla adecuadamente, sin brusquedades. El entrevistador no debe hablar excesivamente. * Procurar un ambiente sin tensiones. * Crear confianza con el entrevistado.

3.- DESPUÉS: * Despedirse cordialmente. * Agradecer al entrevistado el tiempo dedicado a la misma. * No manipular la entrevista. * Revisar el material.

Se pueden hacer entrevistas con preguntas fijas para saber algo de la personalidad del entrevistado: es el llamado cuestionario Proust.

Por ejemplo, se pueden realizar preguntas tales como:

¿Qué te llevarías a una isla desierta? ¿Cuáles son tus pasatiempos? ¿Qué cualidades aplaudes en una persona? ¿Quiénes son tus ídolos? ¿...?

Tipos de entrevistadores:

EL METRALLETA: Agobia al entrevistado "disparando preguntas".

LA ESTRELLA: Habla más que el entrevistado.

EL MANIPULADOR: No respeta el juego limpio.

EL IMPROVISADOR: No se prepara la entrevista y va sin orden ni rumbo.

EL SORDO: Pensando en qué preguntar no escucha al entrevistado, reincidiendo en preguntar contenidos ya expresados, (obligando al entrevistado a decir "como ya he dicho".)

EL FÚNEBRE: Busca la lágrima fácil y es morbosos.

EL ENREDADO: No mantiene línea de entrevista y se lía.

ENTREVISTAS MÚLTIPLES

EL DEBATE: uno de los recursos más usados. Objetivo: provocar la polémica y contrastar distintos puntos de vista. Se trata de enfrentar a varias personas con opiniones opuestas en presencia de un moderador.

El moderador: debe llevar en todo momento el control, no mostrar simpatía por ninguna de las opiniones y asegurarse de que todos los participantes tienen el mismo tiempo de palabra. Tiene que favorecer que el debate tenga un cauce apropiado a los objetivos del programa y evitar que los que hablan "se vayan por las ramas". En la cabeza tiene que tener las siguientes preguntas: TIEMPO INVERTIDO - TIEMPO QUE QUEDA ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA HABLANDO? ¿ES PERTINENTE AL TEMA? ¿ES ABURRIDO? ¿ES INCOMPRENSIBLE? SIGUIENTE PREGUNTA ¿QUIÉN VIENE DESPUÉS?

LA MESA REDONDA: el encuentro de 2 ó 3 personas en presencia de un moderador, con objeto de hablar sobre un tema. Normalmente las opiniones no son opuestas, sino complementarias.

LA TERTULIA: similar a la mesa redonda, si bien el diálogo gira en torno a muchos temas, asuntos o noticias.

EL PANEL: en este formato el oyente participa preguntando a las dos o tres personas que debaten sobre un tema concreto.

OTROS FORMATOS RADIOFÓNICOS EL RADIODRAMA

Nos permite expresar todo tipo de situaciones. Existen tres tipos:

- 1.- **UNITARIO:** comienza y termina en una única emisión.
 - 2.- **SERIADO:** la acción termina en una única emisión, pero los personajes son fijos y le dan continuidad a la serie.
 - 3.- **RADIONOVELA:** la acción y los personajes se continúan en cada emisión.
- Antes de empezar a escribir un radiodrama debemos tener muy claro:

- 1.- **EL CONTENIDO** de lo que queremos decir.
- 2.- **LA HISTORIA** que vamos a dramatizar.
- 3.- **LOS PERSONAJES** y sus características.

EL MÉTODO:

- 1.- Dividir la historia en **ESCENAS** para que al oyente le resulte más fácil entender. Haremos una **PLANILLA** donde pondremos todas las escenas en orden, contando dónde suceden, qué personajes participan y un resumen de lo que pasa. Esto nos ayudará a escribir los diálogos y a elegir la música y efectos.
- 2.- **SEPARAR** las escenas, como no tenemos telón como en el teatro, tendremos que usar cortinas musicales, efectos o desvanecimientos de diálogos.
- 3.- Si ponemos un **NARRADOR** hay que hacerle hablar sólo lo necesario.
- 4.- Poner los **PLANOS SONOROS**, es decir, escribir en el guión cuando cambian de plano los personajes (conversación cara a cara, media o en lejanía...)

LA IMPORTANCIA DE LA MÚSICA FUNCIONES DE LA MÚSICA EN LA RADIO:

" **Como signo de puntuación.** Es como si fuera un punto y aparte en el guión, es decir, con un poco de música podemos hacer sentir al oyente que cambiamos de tema.

" **Para describir lugares y tiempos.** Por ejemplo, unos tambores "djembé" nos llevan a África y un merengue al Caribe.

" **Para crear ambientes.** Basta con poner música característica para poner al oyente en una fiesta, un circo o una boda.

" **Para acompañar al mensaje** expresado con las palabras. Pero si hablamos de algo alegre nunca poner música melancólica porque hará que el mensaje no se entienda bien.

" **Para dar tiempo a los oyentes a reflexionar sobre el mensaje que se acaba de comunicar.**

¿CÓMO PODEMOS PONER LA MÚSICA?

GOLPE MUSICAL: un simple acorde que nos sirve para dar fuerza a una frase.

RÁFAGA: un fragmento musical breve, ágil y movido. Sirve como pequeña separación dentro de un mismo bloque.

CORTINA: su duración es mayor que la de la ráfaga y sirve para separar bloques entre sí.

TRANSICIÓN: es el fundido de dos melodías y nos sirve para pasar de un tema a otro.

CARACTERÍSTICA: es la música que identifica a un programa o una sección de un programa. La (música) característica junto con el identificativo del programa (voz que lo anuncia) hacen la **SINTONÍA**.

FONDO MUSICAL: es la música que acompaña a la palabra.

CARETA: es la minisintonía de una sección fija.

EL MAGAZINE

Es una mezcla de todos los formatos que hemos visto. Entre sus características:

EL TIEMPO: (Duración y periodicidad): La más común es una hora, aunque puede variar y ser de más. Normalmente son diarios o semanales.

LOS CONDUCTORES: Puede ser una persona, pero se estima que lo ideal sean dos personas, un hombre y una mujer.

EL TEMA o LAS SECCIONES:

TEMA: un tema sobre el que gira todo el programa y que le da unidad al mismo. Si dura una hora o más podemos tocar varios temas, pero siempre es bueno que estén relacionados con el central.

El magazine podría ser:

- 1.- Introducción
- 2.- Tema central
- 3.- Tema secundario (relacionado con el central y de menor duración)
- 4.- Cajón de sastre (ej. Cartas de oyentes, opiniones, reclamos, dedicatorias, etc.)
- 5.- Despedida.

SECCIONES: podríamos dividir el magazine en secciones que no tienen porqué estar relacionadas unas con otras.

El magazine podría ser:

- 1.- Presentación
- 2.- Sección "EN LO HONDO" (entrevista o reportaje para profundizar sobre un determinado tema) (Tema principal)
- 3.- Sección "conozcamos el SUR" (Otro tema o tema secundario)

- 4.- Noticias desde las Misiones
- 5.- Radiodrama unitario "Un día cotidiano"
- 6.- Sección "La audiencia habla"
- 7.- Despedida.

PRÁCTICA:

- 1.- DISEÑAR NUESTRO PROGRAMA. 2.- PUESTA EN COMÚN 3.- ELEGIR UNO Y REPARTIR EL TRABAJO PARA GRABARLO EN LA ÚLTIMA SESIÓN DEL TALLER.

...Y POR ÚLTIMO: LA EVALUACIÓN

Una vez que hemos empezado a producir nuestro programa de radio, tenemos que evaluarlo de forma continua.

La evaluación la podemos hacer teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- 1.- OBJETIVO: ¿se ajusta el programa al objetivo propuesto en el proyecto?
- 2.- CONTENIDOS: ¿están bien ordenados? ¿son relevantes? ¿son adecuados al nivel de los oyentes destinatarios? ¿están transmitidos con claridad?
- 3.- AMBIENTACIÓN: ¿hay equilibrio entre información y entretenimiento? ¿hay equilibrio entre música y contenido? ¿la música y los efectos de sonido están en sintonía con los contenidos?
- 4.- CALIDAD TÉCNICA: ¿la señal sale con un nivel uniforme y audible? ¿hay un uso correcto de los planos sonoros? ¿están bien hechos los fundidos, las ráfagas, las cortinas, etc.? ¿cómo es la coordinación entre técnico y locutor?
- 5.- LOCUCIÓN: ¿el lenguaje es adecuado? ¿la locución es clara y natural (vocalización/dicción)? ¿hay lectura conversada (interpretación)? ¿cómo es la coordinación entre locutores?
- 6.- PARTICIPACIÓN DE LOS OYENTES: ¿permite nuestro programa la comunicación horizontal y la participación de los que nos escuchan?