

Director

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica

María del Carmen Cevallos

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.
 pescandon@ciespal.net

**Portada, diseño
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

Suscripciones

Isaías Sánchez
 isanchez@ciespal.net

**Chasqui es una publicación del
CIESPAL**

Miembro de la
 Red Iberoamericana de Revistas
 de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas
 de América Latina y el Caribe
 en Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente
 Edgar Samaniego
 Universidad Central del Ecuador

Fander Falconi
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e
 Integración

Raúl Vallejo C.
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177
 Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>

weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584
 Quito - Ecuador
 Registro M.I.T.S.P.I.027
 ISSN 13901079

12000

Revista Latinoamericana de Comunicación
Chasqui
 N° 105 marzo 2009

| | Pág. |
|--|------|
| Personaje | |
| El guionista del desarrollo | 4 ✓ |
| La comunicación antes de Colón: Arqueología comunicativa | 6 ✓ |
| Luis Ramiro Beltrán: Por una "Comunicología de liberación" <i>Eric R. Torrico Villanueva</i> | 8 ✓ |
| Luis Ramiro Beltrán: Semblanza de un comunicador vanguardista <i>Alfonso Gumucio-Dragon</i> | 14 ✓ |

Portada

| | |
|---|------|
| Entrevista: Debemos denunciar la estructura deshumanizante y anunciar la estructura humanizante <i>Juçara Brittes</i> | 20 ✓ |
| Perú: Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI <i>Max Tello</i> | 32 ✓ |
| Venezuela: Necesarias políticas de comunicación <i>Andrés Cañizalez</i> | 40 ✓ |
| América Latina: ¡La utopía está más viva que nunca! <i>Carlos A. Camacho Azurduy PhD(c)</i> | 46 ✓ |

Coyuntura

| | |
|---|----|
| Omar Rincón: Sin tapujos <i>César Ulloa Tapia</i> | 52 |
|---|----|

| | Pág. |
|--|------|
| ALAIC: La apuesta por la transición a la institucionalidad <i>Octavio Islas</i> | 56 |
| Cibermedios: Opinión de los lectores <i>Natalia Raimondo Anselmino</i> | 62 |
| De la onda a la Web: Alternativas de participación para los comunicadores <i>Andrés Barrios Rubio</i> | 68 |
| Proyecto comunitario Comunicándonos hacia el desarrollo <i>Ana Lorena Malluk Marengo</i> | 74 ✓ |

Aula

| | |
|---|------|
| Comunicación organizacional: InMINENTES conexiones para la transición <i>Renato Dias Baptista</i> | 78 ✓ |
| Apoyo educativo : Ambientes Comunicativos de Aprendizaje <i>Julián Darío Forero Sandoval</i> | 82 ✓ |
| Diccionarios y manuales: Los auxiliares del escribiente <i>Elking Raymond Araujo</i> | 86 |
| Radionovelas: La aventura imaginaria <i>Armando Grijalva</i> | 90 ✓ |

Publicaciones

94

Actividades del CIESPAL

100



Retoque fotográfico: Mayra Cajilema Carrón.

Radionovelas:

La aventura imaginaria

Armando Grijalva

*Ecuatoriano, comunicador social,
productor de radio y docente universitario.
grijalva.armando@gmail.com*

Sentados y atentos están la abuela, la tía, la nuera, los nietos, casi toda la familia reunida junto a la radio escuchando un capítulo de la radionovela el "Derecho de nacer". Una década después se aprecia una escena similar con un ambiente sonoro diferente: "Roberto del Cid, el Gato" capta el interés

*El formato de la radionovela privilegia la imaginación
y emula al narrador de historias junto al fuego.
La palabra y los efectos sonoros recrean ambientes
y acciones que el oyente imaginará.*

de los radioescuchas. Después escucharían "Kalimán", "Porfirio Cadena", "El doctor Mortis", "La maldición del Inca" y otras series que se recuerdan como parte del romance que mantiene la radio con sus audiencias.

Usted diría que esos fueron otros tiempos, los tiempos de la abuela, y que hoy no están de moda este tipo de programas dramatizados. Si trabaja en una radioemisora argumentaría que éste es un género caro, que no gusta a los jóvenes y tiene dificultades para ser financiado y comercializado. Es posible que tenga razón, mas la pasión de radiodifusores creativos demuestra lo contrario, la radionovela aún está vigente, si no prueba a pasar un buen programa dramatizado, suspenda en la mitad de la emisión y consulte a su audiencia si quiere saber en qué termina el conflicto.

Es una propuesta retadora. Es un reto fascinante producir una radionovela, ya sea que adapte una obra literaria, que haga una construcción colectiva; use el método etnográfico para construir la historia de una comunidad o dé alas a su imaginación para crear una radionovela de ficción, terror, aventura o romance.

Los pasos a seguir tienen cierto grado de complejidad y requieren del conocimiento básico de la dramaturgia, el uso adecuado del lenguaje radiofónico y una estrategia de difusión. Algunas pautas se plantean a continuación.

Necesidad

La mayoría de series que ocupan un espacio en la memoria de las audiencias han cubierto una necesidad: ofrecer entretenimiento, formación, mejorar la parrilla de programación o reforzar la estrategia de vinculación social... y tantas más. En todo caso, la necesidad social de tratar un tema o problema y presentarlo en capítulos y de manera entretenida con recreaciones de la vida cotidiana justifica el lance de producir y difundir una radionovela.

Actualmente se elaboran muchas radionovelas en América Latina relacionadas con la salud, la educación, la construcción de ciudadanía, literatura, identidad y otros requerimientos de formación en distintos espacios y condiciones. La ciencia y la ficción también se involucran.

Idea

¿Cómo y con quiénes hacer? ¿Cuál será la estrategia para difundir? Estas y otras preguntas complementan el propio drama de la producción de una radionovela. Si en su emisora existe un elenco, la primera pregunta tiene una respuesta inmediata y positiva, si no es así, siempre contará con talentos que están cercanos a la emisora e incluso envuelven a los talentos familiares que tienen capacidades histriónicas.

Más allá de este lío inicial está la complejidad de desarrollar una estrategia de difusión, horario de emisión y retransmisión, formas de participación, espacios para las pautas comerciales y, sobre todo, los horarios de grabación, edición, pagos y otros detalles que siempre encontrarán solución las mentes despiertas y activas de los radiodifusores y su grupo.

Existen varios sistemas de trabajo: distribución económica por capítulos y pago por intervenciones y/o personajes protagónicos; por cuotas participativas en las que se van sumando las sesiones y las labores realizadas para completar un pago en determinada fecha (fin de mes o semana); por "acciones", las mismas que son previamente definidas por el monto y las tareas asignadas y la cantidad mínima o máxima de esas "inversiones", puesto que cada participante se convierte en un accionista de la producción.

Las formalidades de trabajo son complementos del oficio radiofónico que siempre son superadas con buena voluntad, entusiasmo y honradez. Trabaje en equipo y consiga resultados alentadores, elabore su propio sistema de participación (cuadro de actores y talentos) y plantilla de pagos digno y puntual. Los equipos y tecnología ya no representan un impedimento grande, las opciones de uso de



tecnología de buena calidad y con costos aceptables es casi una práctica estudiantil.

La radionovela es una manifestación del mundo de las ideas que llega a niveles industriados por la cantidad y calidad de gestiones administrativas, artísticas, técnicas y propositivas solventadas con ilusión y actitud generosa.

Destinatarios

Nuestro principal cliente es el oyente, razón por demás clara para querer conocerlo, describirlo y presentarle el producto que llene sus expectativas, que llame la atención, que convoque su interés y deseo de escuchar periódicamente la serie dramatizada.

Identifique su audiencia definiendo las características de género, edad, ubicación geográfica, nivel de instrucción, tipos de ocupación, condiciones de vida y más factores que humanicen a los destinatarios para que no se conviertan en un target numérico y poco real. Conozca a su público, este detalle puede brindarle algún elemento creativo para que la radionovela tenga mejor aceptación.

La historia

Escoger un buen tema cuyo conflicto central sea de interés para su público toma tiempo, si usted es un buen lector posiblemente tenga alguna motivación previa y realice esta tarea con facilidad. Si hace una construcción colectiva aplique una metodología participativa y creativa, sistematice las propuestas e ideas, valore y recoja las situaciones cotidianas, haga un boceto de las divisiones definiendo los momentos culminantes o más impactantes de la historia e imagine los finales de cada capítulo. Puede usar el método de historias de vida o testimonios de personajes de la comunidad para reconstruir la historia.

Los criterios para evaluar la historia guardan relación con los momentos interesantes del drama: rutina, ruptura, enredo, desenlace. Esta es una forma fácil de explicar la evolución del conflicto principal, que se alimenta constantemente de instantes tensos, situaciones inciertas, acciones supuestas, informaciones reñidas con la confianza y la oportunidad, en fin, lo raro, insólito, trágico, desastroso, novedoso, increíble y a veces demasiado conocido pero dicho en voz baja para que el chisme encienda el

avispero en su debida oportunidad, son las fascinaciones que tiene una buena historia.

De ahí que se sugiera que se elabore primero la historia o que se lea completamente la obra que se intenta adaptar para luego definir sus extensiones, tiempos, escenas de final de capítulo y giros trascendentales en la novela. Conocer la historia, decirla en pocas palabras y en corto tiempo permite que nuestros primeros interlocutores - dueños, directores y financieros de la radio- se interesen y apoyen el proyecto.

Personajes y elenco

La elaboración de personajes o su identificación en una historia es parte del ejercicio divertido de esta aventura. Describa los rasgos más importantes de los personajes que intervienen, empiece por lo físico (estatura, color de pelo, de ojos, vestido, forma de caminar y más); la faceta psicológica permitirá conocer los alcances y limitaciones de los seres recreados en la radionovela (temores, traumas, condiciones de vida, anhelos...); el aspecto social permite reconocer el contexto en que evoluciona el individuo (sitios e imaginarios donde el personaje se divierte, llora, compra, juega, se enamora, en definitiva, vive).

El relato radiofónico tiene en la voz humana su principal elemento de relación con el oyente, por ello, el tipo de narrador (tradicional, testigo o personaje) al igual que los actores y actrices que representen a los personajes deberán tener el dominio de las voces y sus correspondientes actitudes y emociones a interpretar. El casting de voces es útil, y es mejor hacerlo con los libretos definitivos para apreciar mejor las capacidades de expresión oral de los y las colaboradoras.

La música y los sonidos

Si la voz es el único elemento del lenguaje radiofónico que humaniza el medio radio, la música y los efectos hacen brincar al corazón y dan vuelo a la imaginación.

Seleccionar la música para identificar la serie, tener a mano la música para que se utilice como cortina, fanfarria, fondo para que refuerce el sentido de las palabras no es ocupación sencilla, el técnico, productor y director pondrán en evidencia sus conocimientos para escoger el género, las canciones y las fragmentos musicales que puedan graficar mejor las situaciones.

La búsqueda de los sonidos ambientales en ocasiones toma tiempo, y es que la costumbre de resolver todo con el CD de Efectos es desalentadora, recuerde que puede crear algunos efectos en el estudio, como por ejemplo, murmullos, aplausos y otros sonidos narrativos como: besos, bofetadas, risas que dinamizan el proceso de producción, lo abaratan y ocupan menos tiempo.

La grabación

Hace algunas décadas, antes que la tecnología posibilita las grabaciones análogas o digitales, los programas dramatizados se realizaban en vivo, ahora los software de audio permiten que se depuren estos procesos y se los haga con mayor precisión y creatividad. En algunos emisoras aún se mantiene esta técnica tradicional aunque se aconseja primero grabar las voces de las escenas y luego las intervenciones del narrador o narradora.

La música y los efectos de sonido, con sus tiempos intensidad y gramática, son ubicados con puntualidad y estética durante el montaje técnico; el ajuste de tiempos por capítulos se realiza al final.

La corrección definitiva se concreta luego de la audición completa del capítulo.

Revisión, evaluación y validación

La producción del primer capítulo casi siempre es la más laboriosa y la más criticada, ya sea porque puede ser el "piloto" de la serie o porque con este "demo" o emisión cero se obtienen auspicios alentadores de directores y financieros.

Algunas organizaciones que contratan la producción de radionovelas exigen la validación de los capítulos a través de audiciones con grupos focales o reunión de expertos, y de cuyos resultados se obtiene información que afina la propuesta. Estos datos son utilizados para mejorar el producto en la etapa de post producción.

Cualquiera sea la forma de evaluar o validar la radionovela siempre será el oyente quien juzgará la calidad de este esfuerzo, producto de una grata aventura mediática que agrupa talentos radiofónicos, individuos y familias que gozan con las recreaciones sonoras que presenta la radio. 