

En la radio lo importante es tener capacidad

El curso «Técnicas de redacción y locución en radio», dirigido por Patricia Núñez Gómez y Jesús Mateos Carrasco, busca la formación integral de periodistas radiofónicos. El curso se ha dividido en tres grandes bloques temáticos: uno dedicado a la foniatría y la importancia vocal, el segundo a la técnica de redacción radiofónica y el tercero, y último, a la especialización.

TEXTO: JAIME FERNÁNDEZ/ FOTOS: A. MATILLA

Para enseñarles a transmitir, y no sólo a leer, los estudiantes tienen que realizar ejercicios de dicción, vocalización, entonación y relajación. Al fin y al cabo la voz de cualquier locutor de radio es su herramienta

Es la emisora de un curso de la Escuela Complutense de Verano y a pesar de no tener cobertura han conseguido que la embajadora coreana en España se acerque hasta el estudio para informar sobre la crisis que se ha producido por los últimos lanzamientos de misiles en la zona. Lo más sorprendente es que tan modesta radio cuenta incluso con una traductora del coreano al español.

Eso ha ocurrido realmente a lo largo del curso «Técnicas de redacción y locución de radio», o al menos eso es lo que habría creído ver y escuchar un viandante que se hubiese acercado hasta los estudios del Instituto de Radio y Televisión, donde se celebran las prácticas. La realidad difiere un poco de lo que se ve, como suele ocurrir. No existe tal embajadora, sino que Su-Jin Kim, conocida como Aura, es una alumna coreana del curso que finge ser una diplomática para ser entrevistada frente al micro. Por supuesto, tampoco existe una traductora real, sino que la chica que dobla del coreano al castellano lee los textos traducidos tal y como se los ha pasado Su-Jin Kim.

Lo que sí es más sorprendente es que la coreana ni siquiera sea periodista, sino que recaló en este curso porque buscaba mejorar su conocimiento del español para ejercer su trabajo, que no es otro que el de ser intérprete de conferencias. Reconoce que al principio le resultó

un poco duro seguir el curso, tanto porque muchas palabras se le quedaban en el tintero, como por desconocer todos los mecanismos de la radio. A pesar de eso, también reconoce que es muy orgullosa, así que decidió seguir adelante y aprender todo lo posible. La experiencia frente al micrófono ha sido de las más satisfactorias, aunque también, la más difícil de las realizadas durante las cien horas del curso.

Como las casualidades nunca vienen solas, Aura se encontró que en

La parte más divertida del oficio de periodista consiste en salir a la calle a buscar la noticia allí donde esté. Los alumnos de este curso han tenido acceso a ruedas de prensa celebradas, sobre todo, en la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid

el curso de radio había otra persona en una situación similar a la suya, Paula Macicior, una donostiarra que también se dedica a la interpretación. Su motivación para realizar este curso fue la parte dedicada a la foniatría y la impostación vocal, que le han permitido conseguir «un registro más elevado y también mayor velocidad a la hora de traducir».

La mayoría de los alumnos, por supuesto, provienen de la carrera de periodismo. Algunos están a punto de terminar sus estudios, como Norberto de la Mata, y otros ya los han terminado, como Conchi Martínez. Entre los dos acumulan un buen número de horas de prácticas en

medios como Radio Nacional de España, Radio Intercontinental y la COPE, y a pesar de eso consideran que en un curso como este se puede aprender bastante, porque está estructurado como si se trabajase, de verdad, en una redacción.

UN TRABAJO MULTIDISCIPLINAR

Los que ya han trabajado en un medio informativo saben que el periodismo es un oficio multidisciplinar en el que hoy escribes

sobre los problemas de la extinción del asno zamorano y mañana te toca cubrir un combate de boxeo. Para aquellos que todavía no lo sabían, se lo aclara rápidamente el director del curso, José Mateos Carrascos. De hecho, el curso está diseñado de tal manera que los estudiantes salgan de aquí con la preparación necesaria para trabajar, por ejemplo, en una emisora local.

Junto a las clases teóricas, el curso se estructura como si se fuese a realizar una programación auténtica de tres horas, en la que podrán incluir boletines horarios, informativos, magazines, reportajes... Para preparar todo eso, los alumnos cuentan con dos fuentes básicas. Por un lado está el ordenador,

sagrado para cualquier periodista, tanto para buscar noticias como para contrastarlas y para redactar las propias. Y por otro lado está la parte más divertida del oficio de periodista, que consiste en salir a la calle a buscar la noticia allí donde esté. Los estudiantes de este curso han tenido acceso a ruedas de prensa celebradas, sobre todo, en la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid. Mateos Carrasco considera que es esencial saber redactar la información local, porque es probable que el primer trabajo de un periodista pase por una emisora con ese tipo de cobertura. Tampoco se deja de lado otra información como la deportiva y para explicar su redacción acuden periodistas especializados en ese área.

La práctica final del curso consiste en la emisión del programa que se ha ido fraguando durante todo el mes. Mateos Carrasco asegura que los más lanzados frente al micro son los latinoamericanos, pero al final todos se lanzan. □



UN CURSO ESTRUCTURADO PARA QUE LOS ESTUDIANTES SE CONVIERTAN EN LOS PRÓXIMOS FENÓMENOS MEDIÁTICOS

Los tres módulos en los que se divide el curso buscan la formación de profesionales que tengan la capacidad de trabajar en cualquier puesto dentro de una emisora de radio. El primero de ellos se concentra en la foniatría e impostación vocal, en el que se enseñan las técnicas necesarias para sacarle la mayor rentabilidad a su voz. El codirector del curso, Jesús Mateos Carrasco, asegura que «se les enseña a transmitir, no a leer. Para ello tienen que aprender a vocalizar, a respirar... Al fin y al cabo la voz de cualquier locutor de radio es su herramienta». Por eso, las grabaciones en el locutorio son constantes, así como los ejer-

cicios de dicción, vocalización, entonación y relajación. También se recomienda el uso de voces diferentes para cada una de las secciones de los programas, de tal manera que no se pierda atención.

El segundo paso básico del curso ha sido enseñarles a redactar. Aunque a veces pueda parecer similar, no se escribe igual en radio que en prensa o televisión. Cada medio tiene su propia idiosincrasia. En la radio la técnica básica es saber que se escribe para leer y para ser oído. Una de las técnicas principales es el uso de frases cortas, sin subordinadas. El tercero de los módulos del curso se centra en la espe-

cialización, tanto en deportes como en información local. Esta última es la más cercana al oyente y además cada vez es mayor el número de emisoras locales que se abren en toda España, siguiendo así la tónica de otros muchos países europeos y de Estados Unidos. Esta proliferación de pequeñas emisoras abre un amplio abanico de posibilidades de encontrar empleo.

Aparte de situarse ante el micrófono, el curso también sienta las bases para que los estudiantes puedan optar por quedarse al otro lado del cristal, en la mesa de mezclas o en alguno de los puestos del equipo de realización.



d de transmitir



Todas estas imágenes pertenecen a diversas prácticas realizadas por los alumnos del curso en las instalaciones del Instituto Oficial de Radio y Televisión.



OTROS CURSOS

◆ INICIACIÓN A LA DIRECCIÓN CINEMATOGRÁFICA

Se celebra la tercera edición de este curso diseñado para todos aquellos que sueñan con hacer de la dirección cinematográfica su profesión. Como no podía ser menos, el programa se imparte en la Facultad de Ciencias de la Información, dirigido por los profesores Ramón Roselló Dalmau y José G. Jacoste Quesada. El guión como instrumento de trabajo; la tecnología relacionada con las cámaras, la iluminación o el sonido; escenografía; producción; teoría y técnica de la dirección y del montaje y diversos aspectos específicos sobre la puesta en escena y la dirección de intérpretes, son algunos de los aspectos más relevantes con los que se familiarizan los alumnos a lo largo del curso. Asimismo el programa, en su vertiente práctica, desarrolla el análisis de películas tanto de forma individual como colectiva en el aula. Los directores del curso aseguran que la lista de materias por las que un director de cine debe saber moverse no son pocos, e incluyen el guión, la fotografía, la iluminación, las ópticas, los encuadres, el sonido, la sonorización, los decorados, las maquetas, la ambientación, la caracterización, el vestuario, el maquillaje, la producción, la localización de interiores y exteriores, el montaje analógico y digital, los efectos digitales... Por suerte para aquellos que quieran llegar a ser directores de cine, no es necesario ser un experto en cada una de esas materias, sino que basta con «saber un poquito de muchas cosas».

◆ LA GESTIÓN INTEGRADA DE LA COMUNICACIÓN: DE LAS GRANDES CORPORACIONES A LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

Este curso se estrena en el programa de la Escuela Complutense, dirigido por los profesores Juan Benavides Delgado y Nuria Villagra García. Los contenidos se imparten en la Facultad de Ciencias de la Información, y en principio están orientados a analizar los nuevos conceptos y problemas que han surgido en los últimos años en el ámbito de la comunicación empresarial, aportando para ello un modelo de gestión estratégica e integrada que permita a las organizaciones comunicarse de un modo eficiente, de forma sensible al nuevo contexto empresarial y social. Por ello la gestión estratégica de la comunicación empresarial es el concepto donde tienen cabida las materias impartidas, que como colofón darán lugar a la elaboración por parte de los alumnos de un plan de comunicación integral en el mundo de la empresa.

◆ PRODUCCIÓN PROFESIONAL DE TELEVISIÓN Y VÍDEO DIGITAL

Dotar al alumno de una sólida formación en todos los procesos que intervienen en la producción profesional de vídeo y televisión. Éste es el objetivo principal del curso, que se celebra por tercera vez en el marco de la Escuela Complutense

bajo la dirección del profesor Hipólito Vivar Zurita. En esta ocasión el programa sale del campus Complutense para impartirse en el Centro de Estudios del Video (CEV), donde los alumnos adquieren durante el curso experiencia en el manejo de las herramientas, así como en los procedimientos que se emplean en la elaboración de cualquier tipo de programa. A la conclusión, los estudiantes estarán capacitados para desenvolverse como profesionales polivalentes del sector audiovisual, gracias en parte a la abundante cantidad de actividades prácticas que se incluyen en el programa.

◆ PROTOCOLO Y CEREMONIAL. ESTADO Y EMPRESA

Dirigido a estudiantes universitarios y licenciados, preferentemente de Ciencias Sociales y Humanidades, se celebra en la Facultad de Ciencias de la Información la segunda edición de este curso, cuyo programa ha sido confeccionado por los profesores María Luisa Rodríguez Aisa y Francisco Javier López Navarrete. El objetivo general es acercar al alumno al funcionamiento de los órganos del Estado en los que actúa el protocolo, pero el interés también radica en enseñar la normativa vigente, el funcionamiento de un gabinete de protocolo de una gran institución o introducir a los alumnos en el protocolo empresarial, entre otros. Como complemento a la teoría, en clase se realizan actividades prácticas poniendo como modelo escenarios y personajes reales, además de trabajar sobre actos relevantes acontecidos recientemente. El curso se divide en cuatro módulos: una introducción general sobre la organización de actos y los pilares de la logística; la seguridad; la comunicación en organismos públicos y en la empresa privada; y la logística en la organización de actos, con especial hincapié en la gestión eficaz de eventos como banquetes, congresos, cumbres y convenciones.

◆ PSICOLOGÍA Y CREACIÓN PUBLICITARIA

El profesor Carlos Rodríguez Sánchez dirige a un equipo de docentes y profesionales de la Publicidad en este curso, que cumple su tercera edición y que se desarrolla en la Facultad de Ciencias de la Información. El programa abarca diversos aspectos publicitarios, como el de la creación en este negocio, la creación gráfica y textual, los métodos de creación publicitaria, el mundo de las agencias y los medios o el empleo y el autoempleo en este campo. Asimismo, para poner en práctica los conocimientos adquiridos en clase, los alumnos trabajan individualmente en el análisis y exposición de soluciones creativas, así como en parejas durante varias sesiones en la elaboración de campañas publicitarias. Además, durante algunas sesiones, realizan exposiciones grabadas de comunicación persuasiva individual como complemento del programa. Para obtener una idea global del negocio de la comunicación publicitaria, los estudiantes recibirán 100 métodos prácticos para resolver problemas de comunicación y estarán en condiciones de desempeñar con éxito el empleo de creativo publicitario.