



TRANSMISIONES EN DIRECTO

Las transmisiones en directo casi siempre tienen algo en común, un elemento que las une. La improvisación.

En muchos casos se sale corriendo con la fuerza de querer transmitir desde el lugar pero se sale sin un guión, sin un “mapa” mínimo de lo que se va a decir, sin conocer el lugar dónde se va a estar, las condiciones que acompañarán o podrían acompañar la escena, sin dar una mirada a los equipos realmente necesarios para cumplir con la transmisión, en fin.

Reina un bello deseo pero brilla una inaceptable improvisación.

¿Cuántos miedos acompañan el momento de enfrentar el primer directo? Todo lo planeado se puede venir atrás por detalles simples.



LOS SENTIDOS

El cuerpo siente y lo hace desde sus “sensores”.

Su sensor personal hablará de lo climatológico y de los guantes que tiene puesta la gente por los dos grados de temperatura que registra el lugar.

EL TACTO, ESCUCHA.

Las manos ayudan mucho más que para tener el micrófono.

Con ellas sentirá el miedo de la comunidad.

La seguridad de quien habla.

El lenguaje corporal envía señales y las manos por momentos pasan a ser boca.

Los ojos ayudan a describir los colores de la escena.

El color del cielo.

Lo grande del escenario. Si es abierto o cerrado.

LOS OJOS VEN Y OYEN

Si el espacio es largo, corto, su capacidad, si quien habla se encuentra ubicado en la parte alta, baja, al norte o en una tarima.

También, se informa sobre el número de asistentes y sus características: tipo de vestido, colores, etc.

La ubicación y tipo de sillas, bancas.

Se “ve” para contar

¿Hacia dónde se mueve la gente?

¿Qué dirección tomará?

¿Desde dónde inicia la marcha?

LOS OJOS VEN Y OYEN

¿Cómo está vestida la gente en la ceremonia?

¿Qué imágenes tiene la parroquia?

¿Cómo es el eslogan de la campaña?

¿Cuáles son sus colores?

Se consideran más cercanas las personas que miran a su interlocutor.

Mirar poco puede ser signo de timidez o falta de seguridad en lo que se dice.

La mirada acompaña las conversaciones y anima a la otra persona a comunicarse.

LOS OJOS VEN Y OYEN

Mirar a los ojos cuando se habla hace que el discurso sea más convincente.

Levantar las cejas. Sorpresa y el fruncimiento de ellas falta de comprensión o disgusto.

La sonrisa casi siempre denota cercanía, suaviza las tensiones y facilita la comunicación.

La gente en la calle dice que los ojos reflejan el estado interior.

La comunicación visual compromete al receptor, es un componente de intimidad, además de la proximidad física, el tono de voz y la expresión sonriente del rostro. En la transmisión se mira la gente para hacerla participe

Mire a su alrededor.

LOS OJOS VEN Y OYEN

Camine de espaldas. Cambie su ubicación para que cambie su mirada.

Pida a quien apoya la transmisión que le hable de lo que ve.

Que no repita lo que usted ya dijo.

Que narre a los oyentes cómo se ve desde ese lugar.

Que imagine una foto y la describa paso a paso para involucrar al escucha en la escena.

EL GUSTO Y EL OLFATO

¿A qué huele la calle?

EL GUSTO Y EL OLFATO

¿A qué sabe ese gas que usa la policía cuando reprime la marcha?

¿Cuál es el sabor de la comida que se comparte en el banquete que busca fondos para la parroquia?

Tomas del ambiente.

Que se escuchen los pasos de la marcha,
los llamados de la comunidad,

Que los oyentes “vean” la marcha.

No diga que los carros hacen sonar los
pitos, meta el micrófono. El pito hablará
solo.

EL ODBIO VE

Haga una “toma aérea”. Que vuele la
imaginación con la pólvora que explota
Saque al otro de casa y hágalo presente.

Que no repita lo que otros han dicho.

Que no se estén diciendo los nombres de
quienes están en el directo cada vez que se
hace un cambio.

EL ODIIO VE



Cambiar los conectores para dar paso al compañero y evitar frases tan repetidas como:

Vamos a estudios céntrales ahora seguimos con nuestro compañero que está en otro punto de la información

Si algo enriquece un relato es el “mapeo” sonoro.

Es mejor no emplear palabras homófonas: casa, caza, etc. O palabras o modismos que en parte signifiquen distinto (doble sentido).

Mejor hablar en presente.

Aclarar para el oyente los términos que puedan parecer raros, técnicos, etc.

LA PALABRA

Cuidar la velocidad del relato. Ni muy rápido porque no se entiende y se enreda y ni muy despacio porque se duerme al oyente.

Es mejor evitar, hasta donde se pueda, hablar en primera persona.
“Aquí estoy, desde aquí veo, soy el único medio que está en el lugar, etc.



Es preferible dar cifras redondas y porcentajes globales.

Tener presente que no basta con un guión bien definido pues hará falta pasar lo escrito a lo oral con un lenguaje colorido, dinámico y creativo.

Preparación.

Buen uso del lenguaje y en el caso de transmisiones de contenido eclesial es básico el conocimiento de ese lenguaje.

LAS DESCRIPCIONES



CLIMATOLÓGICA

TOPOGRÁFICA

ILUSTRATIVA

HISTÓRICA



RECOMENDACIONES

- Considerar el uso de líneas telefónicas sin temporizador
- Que el **punto de ubicación** central esté cerca a tomas eléctricas, pero lejos de la amplificación del sonido que proporciona el lugar
- Proveerse de suficientes extensiones, cables, conectores, reductores, tijeras, alicates, linternas, fósforos, cuchillas

Preguntar lo referente al sonido a la persona encargada del lugar. No buscar terceros. **Hablar con quien** puede generar respuestas y tomar decisiones Inmediatas

Proveerse de micrófonos inalámbricos para lograr una mejor descripción del lugar gracias al desplazamiento que este permite.

- Hacer una revisión de los equipos que se van a utilizar. De nada sirve una gran maleta con un montón de chatarra
- Coordinar el uso de los pre-grabados
- Conocer del tema y estar suficientemente documentado
- Llegar temprano.** Preferiblemente una hora antes y realizar todas las pruebas de sonido que sean necesarias
- Recorrer el lugar. Buscar los puntos muertos para los micrófonos, los lugares de mayor y menor concentración de personas y los puntos de **amplificación.**

- Tener un plan B para caídas de la llamada, apagones, etc. En este caso, grabe lo que está ocurriendo y al llegar la energía, transmita lo más importante para los oyentes, advierta si, que el fluido eléctrico se perdió, pero que retransmiten lo ocurrido en ese momento

- En cuanto a la logística, proveerse con tiempo de mesas, sillas, plásticos, sombrillas, carpas. Nunca se sabe cuando el clima obligue a cubrir equipos, hacer traslado, etc.

- Llevar ropa cómoda. **Preferiblemente** tenis y chalecos que identifiquen la emisora

- Definir funciones de los participantes en el directo
- Hacer un guión de la transmisión
Portar libreta, **papel y lápiz**
- Tener un contacto cercano con el coordinador de piso de la transmisión Coordinar invitados
- Ubicarse en un lugar estratégico que permita visualizar todo el escenario. En este caso, siempre será mejor la discreción. El **protagonista** del evento no es usted
- Proveer audifonos que facilitan el retorno a todos los participantes del directo

- Ser puntual en el inicio de la transmisión. El evento podrá retrasarse y usted tendrá que esperar. Pero si usted se retrasa, el evento **no esperará** por usted. Sea puntual
- Grabar sonido ambiente
- Ubicarse en un sector en el que la gente no afecte su retorno
- El tiempo en radio es sagrado. Recuerde que la transmisión en la mayoría de los casos **tiene compromisos comerciales**

- Antes de preocuparse por la voz, la música, los efectos o el formato, preocuparse por dominar los nervios
- **Tomar distancia** de los problemas con los que se llega a la emisora. Una vez se esté frente al micrófono, concéntrarse en lo que se va a decir y en como se dirá. Dejar los problemas personales tras la puerta de emisión
- **La radio es oral.** Sin embargo, el público se aburre de un discurso largo, sin pasiones, melancólico, etc. Procurar hablar no más de 2 minutos. Ceder la palabra, hacer énfasis con una canción, subir la cortina, etc.

- En cuanto a la lectura. Es mejor hablar para el oyente, que leer de manera fría. No aburrir a los oyentes con lecturas que ni siquiera dicen nada a quien realiza el programa. Además, si se hace, procurar usar correctamente los signos de puntuación
- **Organizar la participación. No dar vueltas, no hablar en círculos, no repetir palabras, ser preciso y conciso**
- En términos generales, la gente suele cambiar su forma de hablar cuando está frente al micrófono. No renuncie a su personalidad. Siga siendo usted mismo.

- No imitar a otros o hacer impostaciones de voz. Recuperar la naturalidad, la frescura de las palabras. No buscar términos que no se manejen y no quiera impresionar a los demás. No lucirse, comuniqué.
- Procurar un lenguaje adecuado al público al que está dirigido el programa. No rebuscar palabras que los jóvenes no entiendan o utilizar palabras de adultos para un público infantil. El niño que habla como un adulto, ya ha perdido parte de su ser infantil.
- **Entregar cifras redondas y porcentajes globales.**

No emplear palabras homófonas:
casa, caza, cirio, sirio, etc.

Palabras o modismos que en parte
signifiquen distinto (doble sentido)

Las palabras vulgares, del bajo
mundo, se deben reemplazar: no
decir cuchillo, navaja, sino arma
blanca; no decir rifle, escopeta, sino
arma de fuego

Se debe hablar en presente

Aclarar términos raros, técnicos, etc.

No utilizar términos despectivos:

sirvienta, vieja, limosnera

No hablar ni muy rápido un muy despacio

No adjetivar demasiado

No usar muletillas

No hablar en primera persona

Explicar las siglas

- No basta con que se tenga un guión bien definido. **Hará falta pasar** lo escrito a lo oral con un lenguaje colorido, dinámico y creativo.
- Utilizar la música como un elemento de enganche para los programas y ubicar las cortinas en los momentos más importantes del mismo
- **El productor de radio suele contentarse con 10 o 20 llamas a su programa. Pero... que significa este número en medio de 2.000.000 de habitantes?**
 - Salir de la rutina. Utilizar nuevas voces, formatos, entrevistas, opiniones, música, efectos y miradas sobre la realidad que acompaña a la comunidad, **vereda** o ciudad

UN PARTIDO DE FÚTBOL EN UN ESTADIO.

PLANOS ESPACIALES DE NARRACIÓN.

Hacen relación al lugar en el que se producen los hechos.

PLANOS DE PRESENCIA.

Allí se destaca la presencia del sonido en relación al plano principal.

PLANOS TEMPORALES DE NARRACIÓN.

Ubica el tiempo en el que se produce las acciones. Pasado, presente, etc.

Tito Ballesteros López.
titoballesteros@gmail.com

www.titoballesteros.blogspot.com

Noviembre de 2007