Radio

La creatividad

Por. Tito Ballesteros López
titoballesteros@gmail.com

En definitiva, la creatividad, con la facultad de la imaginación, se manifiesta en la radio a través de la ideación y producción de un espacio radiofónico de contenido original que, a través de la combinación de los distintos recursos sonoros, se presente bajo un formato novedoso que atraiga la atención de la audiencia.

Recuperar la creatividad. Emma Rodero Antón.

Radio

La creatividad

Alguien alguna vez dijo que en radio ya estaba todo inventado. Otro alguien en un encuentro de formación dijo que un noticiero se hacia de esta y la otra forma. Habló de las secciones, los titulares y la locución. Una directora de programas, 30 años en radio, habló de lo divino y lo humano sobre el medio y sentenció su definición sobre los comerciales y junto a ella, otro "experto" en radio dijo como era que se saludaba. El auditorio con un gesto aprobaba una y otra posibilidad y bueno, para ir bajando el ritmo de las normas, empezamos el taller escuchando cosas que rompían las reglas que se habían divinizado.

Atreverse
Astucia
Arriesgarse
Agilidad
Apertura
Animo
Armonía
Acción
Atractivo
Armar
Articular
Agotar

Radio

La creatividad

"A pesar de estas mejoras técnicas será el profesional quien tenga que tomar las decisiones creativas y de relato para sacar su máximo rendimiento.

La técnica por sí sola no aporta la creatividad. Da unas posibilidades, unos recursos, pero todo dependerá del uso que cada profesional les dé. Es justo en esto en lo que debe basarse la concepción radiofónica y no tanto en disponer de más o menos, mejor o peor tecnología.

La innovación técnica abre las puertas a una elaboración más integrada de textos, voces, músicas y silencios. Los viejos periodistas radiofónicos empeñados siempre en la suprema valoración del texto y el desdén por el documento sonoro y su integración en el relato no tendrán más excusas para ensayar nuevas formas de trabazón y armonización de sonidos para mejorar su comunicación radiofónica" (...)

Cebrián Herreros, Mariano (2001): La radio en la convergencia multimedia. Editorial Gedisa. Barcelona Pág. 40

Bajarse
Buscar
Belleza
Bello
Bisturí
Consumir
Canto
Credibilidad
Creíble
Contexto
Cliente
Cosmos
Consola
Calle

Radio

La creatividad

"En definitiva, la creatividad, con la facultad de la imaginación, se manifiesta en la radio a través de la ideación y producción de un espacio radiofónico de contenido original que, a través de la combinación de los distintos recursos sonoros, se presente bajo un formato novedoso que atraiga la atención de la audiencia".

Recuperar la creatividad. Emma Rodero Antón.

Descubrir
Destello
Dulce
Dramatizado
Dialogar
Dejarse llevar
Enamorarse
Enloquecer
Fusionar
Fascinar
Fascinante
Fascinación
Felicidad
Franqueza
Frágil

Radio

La creatividad

"Sin embargo, pocas de estas características son las que encontramos en la radio actual. Si analizamos la estructura de los programas, los contenidos, los géneros, los usos y combinaciones de los elementos del lenguaje radiofónico o los presentadores de las grandes cadenas, nos daremos cuenta de que todo resulta más bien familiar; familiar desde hace más o menos veinte años:

La crisis se detecta, en primer lugar, en los propios contenidos. No existen productos nuevos. Cualquier repaso por la programación radiofónica detecta, en primer lugar, que la amplia mayoría de temas abordados son puramente informativos. La dimensión informativa ha engullido las posibilidades creativas del medio radiofónico".

Recuperar la creatividad. Emma Rodero Antón

Gusto
Ganas
Garantía
Grandioso
Glosa
Hiperactividad
Huella
Hilar
Imaginación
Imagen
Inquietud
Irreverencia
Ingenio

Radio

La creatividad

"Los emisores han sido poco originales e imaginativos en el proceso de creación de la información. En general, les ha preocupado muy poco la forma que adoptaban sus informaciones y han optado por la utilización de las rutinas productivas, en lugar de demostrar sus habilidades creativas y su capacidad innovadora.

En este sentido, hemos detectado cierta comodidad en los periodistas que se han decantado por los géneros que menos esfuerzo requerían, los que menos despiertan el interés de los oyentes; esto, sin atender a los criterios estéticos: han limitado las infinitas combinaciones del lenguaje casi exclusivamente al uso de la palabra, no han utilizado ni los silencios ni determinado tipo de efectos, han dado poco valor a la música, y han primado el uso de la noticia sobre el

Jubilo
Joderse
Jugar
Juego
Jugada
Kilovatio
Llanto
Lluvia
Modificar
Madurar
Migrar
Musicalizar
Mostrar

resto de géneros, sin combinarla con otros más expresivos".

JIMÉNEZ, Silvia (2003). La expresividad en los informativos radiofónicos. Tesina inédita, Salamanca: Universidad Pontificia, p. 237.

"Esta pobreza creativa se manifiesta, por último, en los estilos de presentación. Por un lado, la radio actual es el espacio de las estrellas, una radio de presentadores radiofónicos que, en algunos casos, llevan casi treinta años dirigiendo un mismo programa. Por otro lado, es una radio que ha descuidado en gran medida la forma expositiva oral, aún cuando de la locución radiofónica depende en buena parte la eficacia del mensaje".

Recuperar la creatividad. Emma Rodero Antón

Nombrar
Necio
Optar
Oler
Olfato
Parir
Proponer
Pintar
Picardia
Picante
Práctica
Kilovatio
Kilate

Radio

La creatividad

"Frente al actual estancamiento creativo del medio radiofónico, más que nunca los profesionales, académicos e investigadores dedicados a la radio debemos tener muy presente estos condicionamientos, a fin de formar profesionales de una radio de calidad, que inviertan la tendencia, que recuperen la esencia radiofónica, la creatividad, que devuelvan la imaginación a la radio y olviden el hablar por hablar, la falta de rigor, la escasa preparación, la inadecuada formación, «la espontanitis aguda» como denuncia el propio Iñaki Gabilondo como «una inflamación de espontaneidad que se ha apoderado de la radio y ha demolido la arquitectura de su lenguaje específico, de su idioma propio»35"

GABILONDO, Iñaki, en HUERTAS, Amparo; PERONA, Juan José (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Prólogo de la obra. Barcelona: Bosch Comunicación, p. 9.

Raro
Registro
Risa
Rumba
Sociedad
Sacudir
Sabor
Trucha
Transitar
Vistoso
Vivo
Vivaz
Voluntad
Vinculante