

ONCE CONSEJOS PARA MEJORAR SU IMPROVISACIÓN EN RADIO

LA SEMANA PASADA ESTUVE CONVERSANDO CON ALGUNOS AMIGOS ACERCA DEL PROGRAMA "**TROPICAL LATINO**" QUE REALIZÁBAMOS EN CARACOL JOTA FERNANDO QUINTERO Y YO. ERA UN PROGRAMA SINDICADO QUE SE TRANSMITÍA POR 120 EMISORAS DE ESTADOS UNIDOS, HISPANOAMÉRICA Y ALGUNOS PAÍSES EUROPEOS.

UNO DE LOS PARTICIPANTES DE LA CONVERSACIÓN –ORGANIZADA POR JERSON RAMÍREZ- FUE EDWIN BARÓN, UN RECONOCIDO Y MUY EXITOSO LOCUTOR COLOMBIANO, QUIEN NO PODÍA CREER QUE DICHO PROGRAMA SEMANAL, DE DOS HORAS DE DURACIÓN, FUERA TOTALMENTE LIBRETEADO.

PERO MÁS ALLÁ DEL TRABAJO QUE ESO IMPLICA, EL SEÑOR BARÓN DECÍA QUE NO CREE EN LOS LIBRETOS, Y QUE NO HAY NADA MEJOR QUE LA IMPROVISACIÓN, Y QUE ES ALLÍ DONDE SE DEMUESTRA EL VERDADERO TALENTO DE UN LOCUTOR DE RADIO.

Y EN PARTE TIENE RAZÓN. HAY PERSONAJES MUY TALENTOSOS QUE NO NECESITAN DE LIBRETOS PARA ENGANCHAR A LOS OYENTES. EL GRAN EJEMPLO QUE PUSO FUE EL DE FERNANDO GONZÁLEZ, 'PACHECO', EL PRESENTADOR DE TELEVISIÓN MÁS EXITOSO QUE HA TENIDO COLOMBIA.

SU PERSONALIDAD, SU FORMA DE CONVERSAR, SU HABILIDAD DE SABER ESCUCHAR A SUS ENTREVISTADOS, SU CONOCIMIENTO Y SU FORMA DE ENTENDER LO QUE ESTABA PASANDO A SU ALREDEDOR LE PERMITÍAN SALIR ADELANTE EN CUALQUIER SITUACIÓN, ASÍ FUERA ALGO INESPERADO.

SIN EMBARGO, PERSONAJES COMO 'PACHECO' HAY MUY POCOS. ESA ES UNA HABILIDAD MUY ESCASA EN EL MUNDO DEL ENTRETENIMIENTO, Y QUIENES LA TIENEN GENERALMENTE RECIBEN LOS MEJORES SALARIOS Y SE CONVIERTEN EN VERDADERAS ESTRELLAS.

IMPROVISAR, SEGÚN LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA, SIGNIFICA "HACER ALGO DE PRONTO, SIN ESTUDIO NI PREPARACIÓN". Y MUCHOS LOCUTORES SE HAN TOMADO ESTA DEFINICIÓN AL PIE DE LA LETRA. EL PROBLEMA ES QUE LA MAYORÍA DE LAS VECES, "HACER ALGO DE PRONTO, SIN ESTUDIO NI PREPARACIÓN" NO FUNCIONA.

SI BIEN ES CIERTO QUE PACHECO LLEGABA A SUS PROGRAMAS SIN NECESIDAD DE UN LIBRETO, ÉL SÍ CONOCÍA PROFUNDAMENTE A LA PERSONA QUE IBA A ENTREVISTAR O SABÍA PERFECTAMENTE EN QUÉ CONSISTÍA SU PROGRAMA.

PACHECO NO PERDÍA TIEMPO EN PRESENTACIONES LARGAS, NI SUYAS NI DE SUS INVITADOS. ENTENDÍA PERFECTAMENTE QUE LA GENTE QUERÍA ENTRETENERSE Y SONREÍR, ASÍ QUE SIEMPRE APUNTABA A ESO, MEDIANTE DICHS COLOQUIALES, PREGUNTAS INGENIOSAS Y FRASES DIVERTIDAS.

ESTOY SEGURO DE QUE SI ÉL ESTUVIERA AÚN ENTRE NOSOTROS, NO PERDERÍA TIEMPO EN SUS PROGRAMAS PIDIENDO A LA GENTE QUE "MANDEN SALUDITOS" NI RECORDANDO QUE LO SIGAN EN SUS REDES SOCIALES. ESO NO RETIENE A NINGÚN OYENTE Y, POR EL CONTRARIO, LE HACE PERDER TIEMPO.

HAY PROGRAMAS QUE DEBEN SER LIBRETEADOS. ESE ERA EL CASO DE "TROPICAL LATINO", TENIENDO EN CUENTA QUE SE ENVIABA EN CD A LAS EMISORAS, QUE HABÍA QUE RESPETAR LOS TIEMPOS PARA PAUSAS COMERCIALES, QUE HABÍA QUE INCLUIR AL MENOS 18 CANCIONES, PASAR ENTREVISTAS CORTAS Y REPORTES DE 3 PAÍSES.

CADA FRASE EN EL PROGRAMA TENÍA UNA RAZÓN DE SER, SE BUSCABA ENTREGAR LA MAYOR INFORMACIÓN CON EL MENOR NÚMERO DE PALABRAS Y HABÍA QUE RESPETAR UN FORMATO UNIVERSAL TENIENDO EN CUENTA LA GRAN VARIEDAD DE EMISORAS QUE RETRANSMITÍAN EL PROGRAMA.

SIN EMBARGO, LA MAYORÍA DE LOS PROGRAMAS DE RADIO, ESPECIALMENTE LOS QUE SE HACEN EN VIVO, MÁS QUE UN LIBRETO NECESITAN DE UNA ESCALETA QUE PERMITA MARCAR EL DERROTERO A SEGUIR, INCLUYENDO LOS TEMAS A TRATAR, LA DURACIÓN DE CADA UNO, EL RESPONSABLE DE CADA SECCIÓN Y LOS RECURSOS NECESARIOS.

HOY EN DÍA, CUANDO LA GENTE TIENE TANTAS POSIBILIDADES DE ENTRETENIMIENTO A LA MANO, SE HACE NECESARIO ESTAR MUY PREPARADOS AL MOMENTO DE ABRIR UN MICRÓFONO, Y TENER CLARO CÓMO EMPEZAR Y, ESPECIALMENTE, CÓMO CERRAR LO QUE VAYA A DECIR.

RECORDEMOS QUE LAS INVESTIGACIONES MÁS RECIENTES DICEN QUE EL PÚBLICO SOLO NOS DA 8 SEGUNDOS PARA JUZGAR SI LO QUE LES VAMOS A CONTAR LES INTERESA O NO. SI NO ESCUCHAN ALGO QUE LOS ATRAPE SE VAN A BUSCAR CONTENIDOS A OTRA EMISORA, A OTRA PLATAFORMA O SIMPLEMENTE APAGAN Y SE VAN.

YA HE PUBLICADO EN *RADIONOTAS* [VARIOS ARTÍCULOS](#) CON CONSEJOS PARA PREPARAR SUS PROGRAMAS DE RADIO ADECUADAMENTE. DE ESA FORMA USTED TENDRÁ MÁS POSIBILIDADES DE ENGANCHAR A SUS OYENTES.

PERO SI ADEMÁS DE TENER TODO EL MATERIAL PREPARADO QUIERE CONQUISTAR A SU PÚBLICO Y MANTENERLO CONECTADO POR MÁS

TIEMPO, A CONTINUACIÓN PRESENTO ALGUNAS SUGERENCIAS DE CÓMO MANEJAR LA IMPROVISACIÓN EN RADIO.

CONSEJOS PARA IMPROVISAR BIEN EN RADIO

CUANDO SE HABLA DE 'IMPROVISAR', LO PRIMERO QUE UNO PIENSA ES EN HABLAR LO QUE UNO QUIERA, LO PRIMERO QUE SE LE VENGA A LA MENTE SIN NECESIDAD DE UN LIBRETO. SIN EMBARGO, PARA SER UN BUEN IMPROVISADOR SE REQUIERE DE HABILIDADES QUE PUEDEN SER APRENDIDAS Y MEJORADAS.

ALGUNOS DE ESOS CONSEJOS SON ESTOS:

- NO ABRIR SU BOCA Y SIMPLEMENTE DEJAR SALIR SUS PALABRAS.**

USTED DEBE PLANEAR LO QUE VA A DECIR. DEBE PENSAR CON LA DEBIDA ANTICIPACIÓN CÓMO VA A ABORDAR EL TEMA, CÓMO LO VA A DESARROLLAR Y, LO MÁS IMPORTANTE, CÓMO LO VA A CERRAR. NO HAY NADA PEOR QUE ESCUCHAR A ALGUIEN CONTAR UNA HISTORIA QUE NO TIENE FINAL O QUE TERMINA SIN UN 'PONCHE' AL FINAL.

ES LO QUE NOS PASA MUCHAS VECES CON LAS SERIES O LAS PELÍCULAS: EMPIEZAN BIEN, TIENEN UNA TRAMA ENTRETENIDA PERO, AL FINAL, CONCLUYEN CON UN CIERRE POR DEBAJO DE LAS EXPECTATIVAS. AHÍ ES CUANDO EN COLOMBIA DECIMOS QUE ESA PELÍCULA "ES UNA LATA".

Y ES LO MISMO QUE SUS OYENTES PUEDEN PENSAR SI USTED NO SABE CÓMO VA A ACABAR SU PRESENTACIÓN, SI SE QUEDA DANDO VUELTAS SOBRE LO MISMO, SI SE EXTIENDE MÁS DE LO NECESARIO O SI NO CIERRA CON UN 'PONCHE'.

- **TENGA UN AMPLIO CONOCIMIENTO DE LO QUE VA A HABLAR.**

QUÉ, QUIÉN, CÓMO, CUÁNDO, POR QUÉ... DESCRIBA LA SITUACIÓN. DIGA LO QUE ESTÁ SUCEDIENDO. ES ESENCIAL QUE USTED ESTÉ FAMILIARIZADO CON LA MÚSICA QUE VA A PRESENTAR, LOS ARTISTAS, LOS INVITADOS Y, SI TRABAJA CON NOTICIAS, CON LA ACTUALIDAD.

DE HECHO, AUNQUE USTED SOLO HAGA UN TURNO EN UNA EMISORA MUSICAL, SUS OYENTES LO VALORARÁN MÁS SI SE DAN CUENTA DE QUE USTED ESTÁ ENTERADO DE TODO LO QUE SUCEDE A SU ALREDEDOR.

- **USE ESTE PROCESO DE 3 PASOS.**

1. TRATE DE ENCAPSULAR O AGRUPAR LO QUE USTED QUIERE DECIR EN SU PRÓXIMA SALIDA AL AIRE EN UNAS NOTAS MENTALES MUY CORTAS.

2. DIGA LO QUE VAYA A CONTAR EN SEGMENTOS CORTOS, SIN DAR MUCHAS VUELTAS.

3. HABLE LO MÁS BREVE POSIBLE.

POR EJEMPLO, SI USTED VA A PRESENTAR “*ROJO*”, UNA DE LAS CANCIONES DEL NUEVO ÁLBUM DE J BALVIN, PARTA MENTALMENTE EN 3 LO QUE VA A DECIR:

- **‘COLORES’, SU NUEVO ÁLBUM FUE LANZADO EL PASADO VIERNES 20 DE MARZO.**
- **ESTUVO A PUNTO DE POSPONER EL LANZAMIENTO DE ESTE DISCO DEBIDO A LA CRISIS SANITARIA ACTUAL PERO CAMBIÓ DE PARECER.**

- **CADA CANCIÓN RECIBE EL NOMBRE DE UN COLOR Y ESO LE DARÁ TEMA PARA LOS VIDEOS DE CADA UNA DE LAS CANCIONES.**

TENIENDO ESO EN MENTE SEGURAMENTE LE SERÁ MÁS FÁCIL HACER LA PRESENTACIÓN DE LA CANCIÓN CUANDO ABRA EL MICRÓFONO. PODRÁ DECIR ALGO COMO:

"A PESAR DE LA CRISIS DEL COVID-19, J BALVIN LANZÓ SU ÁLBUM "COLORES" EL PASADO VIERNES. CADA CANCIÓN TIENE EL NOMBRE DE UN COLOR Y TAMBIÉN TENDRÁ SU PROPIO VIDEO. MIENTRAS LLEGAN ESOS VIDEOS, AQUÍ ESTÁ LA CANCIÓN MÁS ESCUCHADA EN SPOTIFY ESTA SEMANA: ES J. BALVIN CON "ROJO".

- **RECUERDE QUE LO BUENO, SI BREVE, DOS VECES BUENO.**

EL TIEMPO DEL OYENTE ES MUY VALIOSO. TIENE DEMASIADAS DISTRACCIONES Y OPCIONES DE ENTRETENIMIENTO. EN EL SIGLO XVII, EL CLÉRIGO Y ESCRITOR ESPAÑOL BALTASAR GRACIÁN Y MORALES YA LO SABÍA, Y POR ESO INVENTÓ ESA FRASE: "RECUERDE QUE LO BUENO, SI BREVE, DOS VECES BUENO".

GRACIÁN SABÍA QUE ES MEJOR ALGO BUENO Y AGRADABLE SI DURA POCO, PORQUE IMPLICA UN AHORRO DEL TIEMPO.

ESTO ES PARTICULARMENTE IMPORTANTE AL INICIO DE LA CONVERSACIÓN. HAY QUE SACAR DE PLANO TODAS LAS FRASES DE CAJÓN, REPETITIVAS Y SIN CONTENIDO INTERESANTE. DEJAR DE REPETIR LAS MISMAS FRASES QUE TIENE APRENDIDAS DE MEMORIA.

LA MAYORÍA DE LAS VECES, CUANDO UN LOCUTOR NO HA PREPARADO LO QUE VA A DECIR Y SIMPLEMENTE ABRE EL MICRÓFONO A VER QUÉ

SE LE OCURRE, TERMINA DANDO VUELTAS Y VUELTAS HASTA QUE POR FIN ENCUENTRA EL CAMINO.

EL PROBLEMA ES QUE CUANDO ESTO OCURRA ES MUY POSIBLE QUE SUS OYENTES YA SE HAYAN IDO A OTRO LADO.

- **ANTES DE DECIR ALGO, PIENSE SI ES APROPIADO DECIRLO.**

¿REALMENTE QUIERE CONTAR UNA PEQUEÑA HISTORIA? ¿TIENE DATOS RELEVANTES? ¿O SIMPLEMENTE QUIERE HABLAR POR EL MICRÓFONO? RECUERDE: SI NO TIENE NADA INTERESANTE QUE DECIR, NO LO DIGA. PONGA MÚSICA.

ASÍ MISMO, ANTES DE HABLAR DE ALGO CHEQUEE LA PRONUNCIACIÓN, LOS NOMBRES O PALABRAS EXTRANJERAS O QUE USTED NO CONOCÍA.

¿ALGUIEN SE VA A OFENDER CON LO QUE DICE? ¿SABE QUE EN SU EMISORA HAY UNA AUDIENCIA INFANTIL? ¿CREE QUE LOS OYENTES ADULTOS SE VAN A MOLESTAR? ¿LO QUE ESTÁ CONTANDO, REALMENTE LE INTERESA AL PÚBLICO OBJETIVO DE LA EMISORA?

¿COMPROBÓ QUE LO QUE ESTÁ DICIENDO ES CIERTO Y NO ESTÁ BASADO EN *FAKE-NEWS*? ¿LO QUE DICE VA EN CONTRA DE LA LÍNEA EDITORIAL DE SU EMISORA? SI ES ASÍ, ¿ESTÁ DISPUESTO A RESPONDER POR LO QUE DIJO Y LAS CONSECUENCIAS QUE ESO OCASIONE?