

PROYECCIÓN DE UN PROGRAMA DE RADIO

- 1.- Características del Medio Radiofónico.....
 - 1.1.- La Comunicación Audiovisual.....
 - 1.2.- Características de la Radio.....

- 2.- El Lenguaje Radiofónico: Elementos Sonoros y Elementos No Sonoros.....
 - 2.1.- La palabra.....
 - 2.2.- La música.....
 - 2.3.- Los efectos sonoros.....
 - 2.4.- El silencio.....

- 3.- La Idea de realizar un programa de radio.....
 - 3.1.- ¿Qué queremos hacer? (contenidos).....
 - 3.2.- ¿Para qué queremos llevar a cabo nuestro programa? (objetivos).....
 - 3.3.- ¿A quién va dirigido nuestro programa? (audiencia).....
 - 3.4.- ¿Cuándo emitir nuestro programa? (Horarios de emisión).....

- 4.- La Sinopsis.....

- 5.- La Escaleta, paso previo al Guión.....

1.- CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO RADIOFÓNICO

1.1.- La Comunicación Audiovisual

Es la información que llega a la audiencia por medio de sonidos e imágenes. Lo peculiar de la información audiovisual es la intencionalidad con la que se emiten imágenes y sonidos condicionando así nuestra interpretación de la realidad.

La radio y la televisión por ser medios de comunicación, es decir, vehículos capaces de transportar los mensajes más variados, pueden convertirse en medios de información, es decir, en difusores de pautas, valores, modelos y en transmisores de cultura.

1.2.- Características de la Radio

Es un medio **unisensorial**; medio sonoro por excelencia donde interviene el oído en la percepción de los mensajes. El texto que transmitamos debe ser sonoro y atractivo para que quien lo oiga no pierda la atención.

El valor de lo **inmediato e instantáneo** es la principal virtud de la radio al no existir un medio más rápido con la posibilidad de transmitir acontecimientos desde el mismo lugar y en el momento en el que se producen. Su función es el seguimiento y la actualización de lo que está ocurriendo, esta ha sido su principal diferencia a pesar de que en la actualidad la televisión e Internet están pisando fuerte en el terreno de lo inmediato.

La radio es **fugaz**. Los mensajes en radio nacen y mueren en el momento de la emisión.

Es un medio **unidireccional y de diálogo**. Se produce por la participación de la audiencia en los programas radiofónicos. Hace de este medio un sustituto del diálogo, rompiendo la estructura del discurso y del monólogo. Además, la aparente ausencia de mediación hace que la audiencia perciba a la radio como una interlocutora real.

Es **imaginativa**. La imaginación de quien oye la radio es capaz de crear una imagen diferente en cada persona.

La radio como medio **cálido o humano** se vincula a lo emotivo y posibilita la sensación de compañía, de participación de la emisión. Crea una complicidad fundamental entre emisor y oyente, de ahí la exigencia de un lenguaje directo, cercano y sugerente.

2.- EL LENGUAJE RADIOFÓNICO : ELEMENTOS SONOROS Y NO SONOROS

La radio tiene su propio lenguaje gracias al cual nos hace llegar su mensaje, su programación, en definitiva, su proyecto. Este lenguaje radiofónico está basado en una serie de elementos sonoros y no sonoros que ayudan a construir la comunicación radiofónica. Esos elementos los son siguientes:

- la palabra
- la música
- el efecto sonoro
- el silencio

Este último ha sido discutido con mayor profusión que los otros tres, puesto que puede entenderse como la simple ausencia de palabra o pausa. No obstante, como comentaremos más adelante, el silencio radiofónico tiene suficiente significación como para considerarlo una parte más del mensaje radiofónico: su sistema expresivo no sonoro.

2.1.- La Palabra

La palabra resulta indispensable si hablamos de lenguaje radiofónico. La creatividad expresiva en la radio no tiene por qué pasar necesariamente por las músicas o efectos sonoros: la palabra radiofónica no es solamente la palabra a través de la radio, ésta excluye la visualización del oyente. La palabra radiofónica es palabra imaginada, ayuda a crear, en la mente de quien escucha, imágenes o escenas relacionadas con el mensaje que se recibe.

Aunque en cualquier comunicación hablada lo importante es que las palabras se entiendan, en radio es mucho más importante, ya que la ausencia de interlocutora real impide preguntas o volver atrás en lo dicho. La fugacidad de la radio hace que muchas veces su lenguaje tenga reiteraciones para que el mensaje sea retenido por la audiencia. Además, es importantísima la claridad y la sencillez

La ausencia de lenguaje gestual obliga a locutores y locutoras a matizar constantemente sus palabras con intensidades, entonaciones, etc. para que a pesar de esta pérdida visual el lenguaje no carezca de ninguno de sus matices.

2.2.- La Música

Con la música, la radio consigue el apoyo sonoro fundamental para la ambientación de los mensajes radiofónicos, es decir, gracias a la música podemos enriquecer el lenguaje radiofónico.

El lenguaje musical tiene un doble sentido:

- Decora el mensaje; fondos musicales para ambientar un relato o una sección, ráfagas musicales para recalcar un determinado momento de la emisión radiofónica como puede ser un mensaje publicitario o unos informativos, golpes musicales para llamar la atención o decorar unas palabras, o canciones para escuchar y descansar del mensaje radiofónico.
- Enriquece el significado del mensaje radiofónico. La combinación palabra-música es la esencia del mensaje radiofónico. Está claro que si leemos un relato en nuestro programa y éste es por ejemplo, de misterio, hacer que quien lo escuche se sumerja en el relato será más sencillo con unos fondos musicales coherentes. De igual forma, si estamos emitiendo un reportaje de un grupo musical y nos acompañan sus temas musicales esto hará que el programa se enriquezca de contenidos.

Podemos deducir que tanto con la palabra como con la música, vamos a poder marcar el ritmo de nuestro programa. Construir una emisión viva, dinámica, divertida, o por el contrario mandar un mensaje radiofónico sugerente, misterioso, íntimo, etc. De igual forma podemos equivocarnos y hacer que nuestro objetivo se vuelva monótono, triste, vacío, simple, e incluso poco interesante.

2.3.- Los efectos sonoros

La música y la palabra son sonidos. Y en consecuencia, efectos sonoros. Pero, por su importancia en el lenguaje radiofónico, merecen una atención especial. Sin embargo, podemos englobar el resto de efectos sonoros en un solo grupo llamado: efectos de sonido o efectos especiales.

Este grupo es igual de importante que el resto de elementos que conforman el lenguaje radiofónico ya que gracias al resto de sonidos la radio crea una fiel imagen de la realidad. Podemos hablar de dos funciones de los efectos sonoros: una descriptiva, que acerca la realidad y otra expresiva, que ayuda a interpretar fielmente esa realidad, dejándole libertad para recrearla en la mente de quien los oye.

Un ejemplo sencillo de lo explicado en el párrafo anterior: la locutora está narrando como el detective, pongámosle nombre para hacerlo más creíble, Peter Hanson, medita sobre como comenzar un misterioso caso de desaparición cuando, de pronto, se abre una chirriante puerta (efx de puerta chirriante abriéndose) y una mujer se acerca lentamente al protagonista de nuestra historia (efx de pasos lentos y seguros de mujer con tacones). Todo esto bañado en una sugerente música *soul* puede conectar con la audiencia mucho más de lo que lo hiciera la locutora sólo con la palabra.

Éste es sin duda un amplio grupo el cual podemos dividir en:

Efecto sonoro: hace referencia al uso de uno o varios sonidos de una manera aislada.

Sonidos ambiente: los que hacen los locutores y locutoras en el locutorio, lo cual le da un mayor realismo al programa aunque a veces desemboca en una mala calidad de sonido si no se atiende con cuidado el uso de este tipo de sonidos.

Fondos de sonido: evocan un escenario, un lugar o una situación mediante la recreación de un conjunto de sonidos que los caractericen.

La expresividad de los sonidos se concentra en los siguientes puntos:

Sirven para narrar el ambiente de una situación dramática o de un suceso.

Sirven como fondo de información o narración.

Pueden convertir una información en un documento sonoro.

Apoyan o subrayan una acción.

Sirven para valorar con redundancia la palabra o la música.

Puede sustituir a la palabra.

Remarcan palabras y silencios.

Intensifican una situación hasta lograr el clima deseado.

2.4.- El silencio

El sonido y el silencio son dos elementos imprescindibles del lenguaje radiofónico. Hay quien opina que el silencio en radio no representa un momento de pausa sino de tensión llevado hasta el extremo. La prolongación del silencio provoca atención e incertidumbre en la audiencia. Pero el silencio, en determinadas ocasiones, también es informativo, ya que incita a la reflexión. Se tiene miedo a usar el silencio en radio ya que podría significar un fallo técnico y de hecho, en muchas ocasiones lo es, aunque no siempre.

Este último elemento componente del lenguaje radiofónico no es tenido como tal por una parte de quienes estudian el medio, si bien, como puede comprobarse en la labor periodistas como Jesús Quintero por ejemplo, su presencia es fundamental y de una fuerza comunicativa innegable.

Existen silencios rápidos, de menos de dos segundos, que se relacionan con las pausas necesarias a la hora de leer un párrafo o un texto. Y existen otros silencios más lentos, que nos ayudan a asimilar el mensaje e incluso dan pie a la reflexión de éste. También existen los llamados silencios interactivos, que son los que buscan una intencionalidad o una relación afectiva entre el sonido anterior y el siguiente. Por ejemplo, la locutora, de repente, lanza una pregunta al aire a toda la audiencia, aparece ese breve silencio de más de dos segundos, y comienza a sonar un tema musical. Programas nocturnos que intentan hacer compañía y basan su contenido principal en escuchar testimonios y confesiones utilizan mucho el silencio interactivo como lenguaje radiofónico.

Conclusión

Al igual que otros medios de comunicación, como el cine, la radio ha desarrollado, con el paso de los años, un lenguaje de comunicación propio y específico, que puede compartir algún aspecto con muchos otros, pero que, fundamentalmente, es característico de este medio. Así, quien desee ser un gran comunicador o una gran comunicadora en radio, deberá conocer perfectamente cada uno de los elementos que componen su lenguaje y las distintas yuxtaposiciones que se dan entre ellos.

3.- LA IDEA DE REALIZAR UN PROGRAMA DE RADIO

Un programa de radio es un conjunto de emisiones (mensajes radiofónicos) que responden a una misma temática, un mismo formato, durante un tiempo determinado y en la misma franja horaria normalmente.

El programa se reconoce por su nombre, su temática, sus características, su emisora y por quienes intervienen en él, si bien, a lo largo del tiempo, todos estos elementos salvo el primero pueden ir variando aunque nos refiramos al mismo programa.

Todo programa de radio comienza indudablemente con una idea. Definimos idea, en este caso, como un conjunto de características básicas que conforman la esencia del programa, es decir, los primeros apuntes que vamos anotando en referencia a nuestro programa se convierten en la idea principal del programa. Descubriremos más tarde que estos apuntes sufrirán una transformación, algunos se eliminarán y otros evolucionarán hasta que se forme el cuerpo del programa de radio que deseemos hacer.

Ejemplos de ideas de programas:

- Un programa de cine fantástico de ciencia ficción con estrenos, críticas de las películas y noticias.
- Un programa de música jazz con agenda cultural, actuaciones en directo y entrevistas a artistas
- Un programa informativo con noticias de actualidad y última hora
- Un programa de contenidos de entretenimiento
- Un programa de ámbito local con vocación de servicio público.

Como se puede comprobar, son ideas sin matizar, muy generales. A partir de cada una de ellas se podrían hacer programas diferentes en su estructura y contenidos.

Una vez que tenemos la idea base de nuestro programa es hora de desarrollarla siguiendo una serie de criterios que nos ayudarán a formar una estructura inicial para después desarrollarla en profundidad.

Estos criterios siguen un orden lógico, pero éste no es el único que se puede seguir. Podemos crear nuestro programa basándonos en los contenidos que queremos desarrollar o dando prioridad a la audiencia a la que queremos conseguir o en algunas ocasiones, el programa puede estar condicionado por su duración o su hora de emisión.

En cualquier caso, la respuesta a cada uno de los siguientes criterios influirá directamente sobre el resto.

3.1.- ¿Qué queremos hacer? (contenidos)

Básicamente, consiste en desarrollar la idea principal de manera pormenorizada. Tenemos que decidir exactamente qué contenidos queremos que conformen nuestro futuro programa. Y tenemos que hacerlo de forma lógica. En función de qué contenidos tenga nuestro programa, éste se podrá englobar en un género radiofónico específico.

Este esquema puede sernos de ayuda a la hora de conocer el género radiofónico más adecuado para el tipo de programa que queremos hacer:

| CONTENIDOS | GÉNERO RADIOFÓNICO |
|--|--------------------------------|
| Noticias, declaraciones, testimonios en diferido... | Noticiero – Avance Informativo |
| Noticias documentadas, información desarrollada... | Reportaje |
| Noticias analizadas, opiniones, críticas... | Debate – Tertulia |
| Eventos deportivos, Noticias deportivas... | Retransmisión Deportiva |
| Conexiones rotativas con diferentes retransmisiones | Carrusel |
| Noticias breves más importantes | Boletín Horario |
| Entrevistas a personajes de relevancia | Entrevista |
| | |
| Noticias musicales, presentación de temas... | Radio fórmula |
| Monográficos, reportajes, presentación de tema... | Musical Especializado |
| Emisión de conciertos, galas, etc. | Retransmisión Musical |
| | |
| Agenda cultural, ocio, humor, información... | Magacine |
| Varios contenidos en torno a una misma temática (Cine, teatro, relatos, literatura, parapsicología...) | Programa Especializado |
| Seriales dramáticos, piezas teatrales radiadas, etc. | Radioteatro |
| Participación de los oyentes, testimonios, experiencias | Línea Telefónica |
| | |
| <i>Al igual que se pueden englobar diferentes secciones para crear un magacine de entretenimiento, si reunimos dos o más secciones con contenido exclusivamente informativo podemos crear un Magacine Informativo. De igual forma, con sus respectivas secciones crearíamos un Magacine Musical o un Magacine Deportivo.</i> | |

Los contenidos que decidamos desarrollar se enmarcarán, más adelante, en las secciones que se elaborarán en nuestro programa de radio. Estos contenidos, pueden estar sujetos a muchos cambios antes de decidir finalmente la estructura total de nuestro programa. De hecho, debemos hacernos a la idea de que, en la radio, prácticamente todo está sujeto a cambios constantes.

3.2.- ¿Para qué queremos llevar a cabo nuestro programa? (objetivos)

Evidentemente, el primer objetivo de todo programa de radio es que se escuche por una audiencia y que ésta sea la más amplia posible. Pero nos referimos con este punto a la finalidad general del programa que estará formada por varios objetivos, es decir, queremos un programa informativo, de entretenimiento, de servicio público, etc.

Los mismos contenidos se pueden tratar desde distintos puntos de vista y con distintas técnicas para lograr distintos objetivos: puedes hacer una entrevista para informar de la trayectoria musical de una artista o para conocer las ideas con respecto a temas sociales de interés público que tenga esa artista; dos objetivos distintos con un mismo contenido radiofónico.

Nuestros objetivos, tanto personales como generales con respecto al programa, se deben desarrollar en este momento lo más ampliamente posible, ya que estos nos ayudarán a consolidar la estructura de nuestro programa. Esta claro que si nuestro objetivo principal es hacer reír nunca podremos tener una sección de sucesos o si por el contrario nuestro objetivo es hacer que la audiencia conozca la problemática social de nuestro entorno no tendría mucho sentido desarrollar una sección de horóscopos.

3.3.- ¿A quién va dirigido nuestro programa? (audiencia)

Tenemos que tener en cuenta la audiencia potencial a la que va dirigido. Entendemos por audiencia potencial las personas que pueden escuchar nuestro programa, y no hay que confundirlo con la audiencia real de nuestro programa que será un determinado número de personas y que puede coincidir con la edad, sexo e intereses culturales de la audiencia potencial.

De esta forma, los contenidos de nuestro programa deberán ser acordes con la audiencia a la que deseamos dirigirnos. Es más, debemos asegurarnos de que para el tipo de programa que queremos existe una audiencia potencial, es decir, nuestro programa ha de tener audiencia, sino es así, ¿para qué lo hacemos?.

Tu programa puede tener una audiencia muy concreta o estar abierto a diferentes audiencias en función de sus contenidos. Generalizar o particularizar la audiencia de tu programa depende de tus objetivos finales.

3.4.- ¿Cuándo emitir nuestro programa y qué duración tendrá? (Horarios de emisión)

A la hora de crear un programa hay que decidir cuestiones prácticas como cuánto va a durar cada emisión del programa, con qué frecuencia emitiremos el programa, en qué horario o dentro de qué franja horaria lo emitiremos y durante cuánto tiempo estará el programa en antena.

- La duración del programa: nos referimos al tiempo que el programa estará en antena desde su primera hasta la última emisión. Pueden ser unos días, meses, un año, etc. El tiempo está en función de los objetivos que se quieran conseguir (la Vuelta Ciclista, las Olimpiadas, la retransmisión del Festival de Cannes, etc.)
- La duración de la emisión: es el tiempo que dura cada emisión de un mismo programa. Casi siempre va a tener la misma duración.
- Frecuencia de la emisión: nos referimos a la periodicidad con la que saldrá en antena (semanal, mensual, diaria, cada hora en punto...).
- Horario: hace referencia a la franja horaria a la que se emite el programa (de 18 a 19 horas por ejemplo) y tampoco suele variar con el paso del tiempo a menos que haya un retoque en la parrilla de programación de la emisora.

Muchas veces, estas cuestiones vienen determinadas por fuentes externas (la dirección de la emisora, las épocas del año, determinados eventos que se desarrollan en un tiempo determinado, etc.) aunque otras veces podremos elegir nosotros mismos uno o varios de estos parámetros. De hecho, sin quererlo nosotros mismos, al haber desarrollado los anteriores criterios, habremos hecho que éste último se responda casi por sí sólo. (Un boletín informativo se emitirá a las horas en punto, un programa de testimonios se emitirá de madrugada, etc.)

La clave está en adecuar los contenidos, la audiencia y nuestros objetivos, al horario y duración necesarios para nuestro programa. Que nuestro programa tenga posibilidades de ser escuchado y seguido por oyentes se consigue haciendo que todos estos criterios se combinen de forma complementaria. No ha de fallar ninguno.

La duración de la emisión dependerá también del tipo de programa que sea (un boletín horario no dura en antena más de 5 minutos más o menos, un magazine puede durar hasta 6 horas...).

4.- LA SINÓPSIS

Una vez que hemos concretado los anteriores parámetros y teniendo en cuenta que nuestro programa ya está bastante perfilado es hora de darle forma. Tenemos que crear el cuerpo de nuestro programa, que estará formado por todas las secciones y contenidos que ocuparán absolutamente todo el horario de nuestra emisión.

Nada ha de quedar en el aire, a partir de la sinopsis se deberían poder organizar todas las emisiones futuras de nuestro programa. De hecho, la sinopsis no es más que un resumen muy detallado de los contenidos de nuestro programa y que no supera unas pocas páginas escritas. En éstas, además de resumir concienzudamente nuestros contenidos se da la información necesaria para conocer el nombre del programa, los horarios y otros datos de interés, en realidad, la sinopsis es un informe que se presentará a Programación.

No solo se han de concretar los contenidos sino agruparlos en distintas secciones si es preciso y definir que se va a tratar en cada sección, darles nombre, incluso se puede ir perfilando su duración en el programa aunque esta tarea le corresponde más al siguiente paso que daremos.

La estructura de la sinopsis nos permite reflejar con exactitud lo que vamos a hacer en nuestro programa, pero no cómo lo vamos a hacer, ya llegaremos a ese paso, de momento un ejemplo de sinopsis sería el siguiente:

CABECERA:

| | | | |
|----------------------------------|---|----------------|-----------------------------|
| NOMBRE DEL PROGRAMA: | LA CASA POR LA VENTANA | | |
| HORARIOS DE EMISIÓN: | VIERNES 22:30 –23:30 H (SALVO FESTIVOS) | | |
| AUDIENCIA: | EDAD | SEXO | INTERESES CULTURALES |
| | 16 – 30 AÑOS | AMBOS | VARIOS |
| INTEGRANTES DEL PROGRAMA: | LOCUCIÓN | TÉCNICA | REDACCIÓN |
| | ENTRE 1 Y 3 | 1 | 2 |

CUERPO

| NOMBRE DE LA SECCION | CONTENIDOS |
|---|--|
| <p>BLOQUE 1º (SOPORTE MUSICAL)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apertura del programa- • Presentación y sumario----- • Sintonía de cierre----- • Temas musicales íntegros----- • Fondos musicales----- • Cuñas, indicativos, etc.----- | <ul style="list-style-type: none"> • Sintonía de Apertura: Un tema musical instrumental, vivo, de estilo <i>house</i> (que sirva para que se identifique el comienzo del programa) • Un tema musical distinto al de la sintonía de apertura para darle más dinamismo a los primeros minutos de directo y recalcar el cambio de asunto. • Cada emisión tendrá un tema musical diferente, será una canción normalmente relacionada con la temática del programa para despedir el programa y dar paso al siguiente programa. • Cada emisión se elegirá un grupo o solista y durante toda la emisión se emitirán canciones que representen su trayectoria musical. Nos servirán también para tomar pequeños descansos y no agobiar a la audiencia. • Cada sección estará marcada por una sintonía propia que servirá, tras los primeros los segundos de emisión, como fondo musical. Estas serán del mismo estilo musical para llevar un ritmo sonoro homogéneo y atractivo. • Los indicativos marcarán una pauta constante durante el programa haciendo más rápido el ritmo del programa, aprovechando además, de forma constante, para anunciar los datos importantes del programa. Es posible que se usen diversas fórmulas de publicidad |

BLOQUE 2º:
(SECCIONES)

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Inicio del programa----- | <ul style="list-style-type: none">• Efeméride: Antes de lanzar la sintonía de apertura se lee una efeméride de interés cultural |
| <ul style="list-style-type: none">• Presentación ----- | <ul style="list-style-type: none">• Una presentación atractiva, en directo y diferente en cada programa, animando a la audiencia a quedarse escuchando, invitando a que se divierta y a que nos acompañe durante una hora. |
| <ul style="list-style-type: none">• Sumario ----- | <ul style="list-style-type: none">• En el sumario explicaremos brevemente lo que vamos a contar en la hora que dura el programa e invitaremos a la audiencia a que participe en directo por teléfono. |
| <ul style="list-style-type: none">• Noticias Culturales ----- | <ul style="list-style-type: none">• Trataremos noticias de ámbito cultural del distrito, procuraremos cubrir el mayor espectro de noticias sin centrarnos en una institución concreta atendiendo a las más olvidadas. |
| <ul style="list-style-type: none">• Curiosidades ----- | <ul style="list-style-type: none">• Noticias curiosas contadas de un modo humorístico y ameno que nos servirá además de para entretener, para romper el ritmo del programa y suavizarlo. Nos centraremos en las noticias más extravagantes y reales que podamos encontrar intentando dar un toque de originalidad con el uso de algunos efectos sonoros si viene al caso. |
| <ul style="list-style-type: none">• Relatos ----- | <ul style="list-style-type: none">• Cada emisión tendrá un relato (emitido en diferido debido a su preproducción). Podrán ser relatos sueltos o debido a su duración, dividirlos en varios programas. Trataremos de tocar temas y registros variados en cada uno de los relatos. No se descarta la posibilidad, en un futuro de leer los relatos de la audiencia e incluso de intentar emitir un radiodrama. |
| <ul style="list-style-type: none">• Cine ----- | <ul style="list-style-type: none">• Se hará un repaso a la cartelera, los últimos estrenos cinematográficos, haciendo la crítica de alguno de ellos y para cerrar esta sección recordaremos brevemente la trayectoria de algún cineasta de actualidad. |
| <ul style="list-style-type: none">• Despedida y cierre ----- | <ul style="list-style-type: none">• Breve y atrayente, intentando incitar a la audiencia para que vuelvan en el próximo programa. Se hará un avance de algún contenido del siguiente programa. |

5.- LA ESCALETA (PASOS PREVIOS AL GUIÓN)

Tenemos nuestro programa prácticamente definido. Nos queda una última cosa antes de adentrarnos en la elaboración de nuestro primer guión. Al igual que la Sinopsis nos ha ayudado a crear el cuerpo del programa, éste debemos sostenerlo con un esqueleto, la escaleta será la columna vertebral del programa.

La escaleta no es más que la sucesión de todas las secciones del programa de forma ordenada y cronológica. Para darle forma a la escaleta interviene en este caso el factor tiempo. Nuestro programa dura un determinado tiempo, que además una vez se decida será algo inamovible ya que no dependerá de nuestra decisión alargar o acortar el programa (recuerda que estás dentro de una parrilla de programación con más programas y que antes de tu hora y después habrá otros programas).

De esta forma, no sólo tendremos definidos nuestros contenidos sino que además estarán acotados en el tiempo y podremos tener una guía fiable de lo que durará nuestro programa y cada apartado, bloque, sección, tema musical, cuña, indicativo, etc. de éste.

La estructura de una escaleta es la siguiente:

| CONTENIDOS | MINUTADO | |
|--|----------|-----------|
| | PARCIAL | TOTAL |
| • Efeméride ----- | 30" | 30" |
| • Sintonía Apertura Presentación----- | 1' | 1':30" |
| • Sintonía de Sumario Sumario----- | 1':30" | 3' |
| • Tema Musical • Indicativo del programa • Cuña de la Emisora----- | 4' | 7' |
| • Sintonía Noticias culturales Noticias Culturales----- | 15' | 22' |
| • Tema Musical • Indicativo del programa Cuña de la Emisora----- | 4' | 26' |
| • Sintonía Curiosidades Curiosidades----- | 10' | 36' |
| • Tema Musical • Indicativo del programa Cuña de la Emisora----- | 4' | 40' |
| • Sintonía relato Presentación relato Relato----- | 15' | 55' |
| • Sintonía Despedida Avance Despedida Tema musical ----- | 5' | 60' (1 h) |

La idea, la sinopsis y la Escaleta. Tres conceptos que nos ayudan a crear nuestro propio programa basándonos en unos parámetros que pueden ser modificados según los objetivos de cada uno.

Si sigues esos criterios, aun tomándote la libertad de diseñarlos a tu propio antojo conseguirás la estructura de un programa de radio. Ahora sólo te queda lo más importante, darle vida, crear el guión del programa piloto y ponerlo a prueba.

Para ello además de tener un buen guión, puede ser necesario, pero no obligatorio, tener una pauta. Las pautas las utilizan mucho los técnicos de sonido y vienen bien para los locutores ya que el objetivo de toda pauta es crear un hábito de trabajo que se repita en todas las emisiones con detalles técnicos muy generales.