
David Welna: el sonido hecho reportaje

Relatoría elaborada por
[Waldir Ochoa](#)

Dos hechos marcaron el interés de David Welna por el periodismo: el primero fue el encuentro en su pueblo natal, Waseca (Minnesota), con un reportero que con micrófono en mano entrevistó a decenas de personas, incluyendo al joven David. El segundo fue la afición de sus padres por escuchar a la National Public Radio (NPR). Welna terminaría trabajando años más tarde en esa prestigiosa cadena radial de los Estados Unidos y crearía una propuesta periodística que es su sello y la base de su prestigio entre los colegas: hacer del reportaje de radio, televisión para no videntes.

Su labor como reportero de NPR durante los últimos veinte años en países como Argentina, Brasil, Colombia, México y los Estados Unidos, le ha permitido perfeccionar este estilo periodístico en el que el uso de los sonidos es fundamental para la construcción del reportaje radial. Un estilo, que quiso compartir con periodistas latinoamericanos.

Welna dictó el taller internacional de periodismo radial en la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) entre el 26 y 30 de agosto de 2002, en Cartagena de Indias (Colombia). Periodistas ávidos de hacer una radio distinta –menos reactiva y más imaginativa– recibieron de Welna muchas lecciones del oficio y otras tantas de humanidad y sensibilidad en el oficio de hacer radio.

La siguiente es la relatoría de ese taller:

[Sonidos, voces y música](#)
[El camino hacia el reportaje radial](#)
[Las herramientas de trabajo](#)
[Algunas decisiones éticas](#)

Sonidos, voces y música

Los sonidos: la clave

Los sonidos en la radio son el equivalente de las fotos que acompañan a un reportaje en la prensa escrita. Ellos dan una idea más gráfica del tema tratado. Llevan al oyente al lugar de la noticia de una manera que las palabras solas no lo pueden hacer. Los sonidos pueden ser del ambiente del lugar, pueden evocar lo que pasó en el momento del hecho, o bien, presentar las voces de quienes tienen conocimiento de los detalles de la noticia.

El cubrimiento de la guerra de Las Malvinas, cuando comencé con mi carrera en la radio en 1982, por ejemplo, significó para mí un gran desafío, porque debía transmitir el sentimiento de un pueblo en un momento muy difícil. Me pregunté: ¿Qué debo hacer para captar las emociones y las ideas de estas personas? Fui a la calle con la grabadora y empecé a entrevistar a la gente. Comencé también a capturar muchos sonidos, porque descubrí que, parece el elemento menos interesante, pero construyendo el reportaje puede resultar el más importante.

Cuando se oyen los sonidos del lugar en el que se está, hay que presentarlos de tal forma, que el oyente imagine dónde están las personas y dónde ocurren los hechos. La idea es, como si fuera televisión. Pienso en lo que hago como haciendo televisión para los no videntes. Trato de crear imágenes del lugar. La NPR, en ese sentido, tiene la filosofía de que, en los reportajes siempre haya una sensación de lugar. Los sonidos pueden ser muy sutiles: el ruido de la calle, una campana. Es un poco como la vista panorámica que uno tiene en el reportaje de televisión.

Hay una regla: sólo es posible usar los sonidos reales de los lugares. Si el reportero dice que está despegando un avión del aeropuerto, tiene que ser exactamente el avión que ve. Usar sonidos que no son del lugar, es un poco deshonesto. En mi caso, cuando es necesario reconstruir un hecho, muchas veces compro los sonidos a las emisoras de televisión que los han grabado. Si no hay material, opto por ir al lugar donde se produjo ese hecho y evocarlos con un testigo. La radio es un ejercicio de la imaginación y para mí tiene más sentido lograr esos testimonios que recrear. Con los sucesos del 11 de septiembre pasado, vimos cómo las voces pueden decir mucho más y producir más impacto que los detalles del hecho. Además esos sonidos que se logran, tienen autenticidad.

Es importante, por último, tener cuidado con la calidad del sonido. Las grabaciones de entrevistados y sonidos ambiente deben ser igual de nítidas a la locución del reportaje. Es recomendable, también, grabar hasta un minuto de los sonidos ambiente, para poder utilizarlo, si se requiere, como fondo en el reportaje.

La edición de las voces

Trato de conservar siempre la idea que la persona quería expresar. Edito sólo cuando alguien se equivoca o vuelve a comenzar, porque eso para el oyente no es interesante. Hay personas que hablan pausadamente; si tengo poco tiempo de reportaje, voy achicando sus silencios, pero siempre conservando el contenido. Lo que la gente quería decir es lo importante. Cuando sea relevante, se debe dejar el "eeee...", los silencios. Muchas veces ellos definen el carácter de una persona, su miedo, sus dudas. A veces la gente dice cosas muy interesantes pero en un tono muy aburrido. Por ello, es recomendable buscar otra persona para ver si puede decirlo de una manera mejor.

Hay que tratar de editar las descripciones morbosas, ya que, muchas veces no sabemos quién nos escucha y podemos lastimar a alguien. En el caso de las groserías, es válido poner un pito o sonido "pi" sobre ella, para que el oyente identifique que es una palabra inconveniente, en vez de simplemente borrar la grosería en la edición. Aunque, en algunos casos, esas groserías tienen mucho peso.

La NPR tiene una política definida en relación con la edición de voces: la única voz que no puede ser editada internamente es la del presidente de Estados Unidos.

La musicalización

Es una debilidad del reportaje usar música. La música no enriquece y mucho menos, cuando hay excelentes recursos como los sonidos ambiente. Ella sólo es válida, cuando es parte integral del reportaje. Si es música incidental, es una distracción. Yo casi nunca pongo música. Lo hago únicamente cuando tiene que ver con el tema tratado, porque en ese caso sí tiene una relevancia real. Si no, es como decir que el material es tan aburrido que necesita música para sostenerse. En la televisión se comete más ese pecado que en la radio, cuando se utiliza

música dramática en hechos dramáticos, como si la gente no se diera cuenta del peso del hecho. Es un exceso.

El camino hacia el reportaje radial

La planificación

Yo, por mi trabajo actual de cubrir el Congreso de los Estados Unidos, tengo que producir reportajes en muy poco tiempo. Por ello, primero hago la selección de las voces o sonidos que voy a usar y establezco el orden en el que aparecerán en el reportaje. Eso me da una estructura. Luego voy escribiendo la narración entre esas voces. Siempre me sale mejor ese reportaje. Antes, cuando no tenía tanto apuro para hacer los reportajes, comenzaba escribiendo la narración y después buscaba entre todo el material una voz que pudiera servir para continuar con la idea. Realmente perdía mucho tiempo. Entendí entonces, que era más fácil escoger el material sonoro y escribir con base en él, la narración. Resulta mucho más aconsejable, cuando cada vez tenemos menos tiempo.

Si estoy haciendo un proyecto especial, trato de mantener contacto continuo con mi editor. Así puedo evitar caer en el caso en que, tengo cinco entrevistas y todo un esquema para hacer el reportaje, escribo el guión y mi editor escucha el material y dice: “bueno, por qué no hablaste con tal persona, o preguntaste sobre tal cosa o la estructura debe ser distinta.” Ese contacto constante entre reportero y editor resulta muy útil.

Pero siempre en el proceso de recolección de datos y voces, aparecerá material interesante que no cabrá en el reportaje. Ese material se puede usar para otro reportaje; muchas veces vale la pena guardarlo. Cuento una anécdota: teníamos en la NPR un aviso comercial que hizo el vicepresidente de Estados Unidos, Dick Cheney, cuando trabajaba de jefe de Halliburton. En él, apoyaba a Arthur Andersen y sugería que era una maravilla el trabajo que hacía la firma auditora. En ese momento nadie pensaba dos veces esas palabras, pero como las teníamos guardadas, pudimos usar ese material mucho después, cuando se desató el escándalo de ENRON.

La estructura del reportaje documental

Lo primero es una introducción del conductor del programa de tal vez 25 segundos. Después hay una segunda introducción de parte del reportero, pero tomando en cuenta lo dicho ya por el conductor.

Luego de la introducción del conductor, siempre busco cómo establecer en la cabeza del oyente, dónde está ocurriendo el hecho. Por eso, muchas veces entro con un sonido ambiente. Es necesario pensar que quien va a escuchar, nunca ha estado ni estará en el lugar donde estamos transmitiendo. Además ese sonido ayuda a enganchar al oyente. Puede ser música (si se trata de un festival), el sonido de una fábrica (si es una cuestión industrial), o simplemente el ruido de la calle.

Un recurso que viene después es, usar sólo una frase de quien habla por primera vez, y ello obliga al oyente a continuar pendiente. Posteriormente, se establece un ritmo de narración y voces. A veces se puede poner la voz de una persona e inmediatamente la voz de otra, como si fuera respuesta a esa primera voz, y luego identificar a la segunda persona y darle chance de hablar un poco más. Es una de las técnicas que uso. Si son voces masculinas muy semejantes,

a veces no funciona. Cuando hay sonido de ambiente distinto en el fondo sale mejor. Si son voces de hombre y mujer o viceversa, funciona muy bien.

Dentro del reportaje se puede usar, también, el recurso del *vox populi* (varias voces seguidas a manera de testimonio) y no quiebra el estilo del reportaje. La NPR insiste en que identifiquemos a cada persona, con edad y profesión si es posible. En ese caso, después de escuchadas las voces decimos: fueron las voces de tales personas. Cuando ellas no quieren dar su nombre, se da otro dato, como la profesión.

Establecer escenas es una buena estrategia para contar una historia. Aquí los sonidos sirven también para dar paso a una escena nueva, pero siempre hay que pensar dónde hay una oportunidad para cerrar o abrir el escenario. Realmente puedes tener varias escenas aún dentro del reportaje de tres minutos. No se trata de explicar cosas complicadas, sino dar una sensación de estar presente. A veces se puede hacer un reportaje con sólo narración y sonido, si tienes poco tiempo. Yo normalmente en mis reportajes trato de usar los tres elementos: narración, voces y sonidos.

El ritmo

¿Cómo enganchar a los oyentes que no están interesados en el tema que transmitimos? Es un problema que nunca se resuelve. En la radio, sin embargo, si tienes un comienzo muy interesante, encantas al oyente. Hay, además, un ritmo que es necesario mantener en el reportaje, para que el oyente esté ahí y no apague el radio o cambie de emisora. Para nosotros el mayor éxito de un reportaje es cuando la gente dice: "yo estaba regresando a casa en mi auto, con el programa de la radio y llegué, y no pude apagarlo porque tenía que escuchar hasta el final."

Los reportajes suelen tener una duración promedio de 3 minutos y medio a 4. Un reportaje de más minutos (10, 15) se justifica, siempre y cuando haya mucho material para usar. Creo que cuando el reportaje tiene tanto tiempo, hay un poco más de espacio para desenvolver la idea. Establecer, por consiguiente, un ritmo más lento de lo normal, señala al oyente que se va a profundizar en esa idea. En un reportaje más corto, por el contrario, hay que establecer un ritmo más rápido. La esencia de un reportaje corto es la noticia.

Para efecto del ritmo, las citas pueden variar entre 10 y 25 segundos. Es lo normal. A veces uso sólo una frase grabada de la entrevista para introducir la voz de la persona y así, crear un poco de tensión en el reportaje. Una cita larga se justifica, cuando hay una pregunta del reportero en la mitad o también si hay una discusión entre dos personas que no sean el reportero. Yo cubro el Congreso de Estados Unidos y muchas veces, pongo apartes de un debate donde dos personas discuten. La grabación puede durar 40 segundos, pero ninguna de las dos personas habla más de 10 segundos seguidos.

En la redacción del reportaje se debe evitar el uso de tecnicismos, de jergas. La radio tiene que ser muy clara y su lenguaje asequible. Es necesario evitar al máximo las muletillas. Las frases deben ser cortas, para contribuir al ritmo del reportaje.

La tercera persona

Normalmente el reportaje debe hacerse en tercera persona, porque debe tratar de la noticia, no del reportero. Cuando se justifica, se mete la primera persona y hay que ser muy cautelosos con esto, porque hay algunos reporteros que quisieran ser los protagonistas.

FUNDACIÓN PARA UN NUEVO PERIODISMO IBEROAMERICANO

Centro. Calle San Juan de Dios No. 3-121 Cartagena de Indias, Colombia

Tel. 57-5-6645890 Fax: 57-5-6645904 e-Mail: contactenos@fnpi.org Web site: www.nuevoperiodismo.org

Poner la voz de los otros es una manera de evitar el protagonismo del reportero en las notas. Yo pongo la voz de los otros, especialmente cuando se trata de una opinión. Juego el papel de narrador, más que nada. La meta en la NPR es que, lo que realmente sale de la nota es el material, no el reportero.

El periodista puede escribir en primera persona, si fue testigo de algo. Creo que si uno ve una explosión y la reacción de la gente, se justifica el "yo vi". Pero eso de que "yo opino" o "yo digo", hay que evitarlo.

En mi caso, sólo lo hago si estoy sosteniendo un diálogo con el conductor del programa y me pregunta: ¿qué opina? Ahí hablé en primera persona porque es mi opinión

Las herramientas de trabajo

Yo he usado casi de todo haciendo la reportería de radio. Generalmente utilizo minidisco para grabar. Trabajo en sistema mono, porque da el doble de tiempo en el disco (son discos de 74 minutos, pero en mono, rinden 2 horas y media de grabación). Dejo correr las conversaciones de 3 a 4 minutos, y luego creo un nuevo *track* o banda. Para organizar el material, transcribo y mido el tiempo del testimonio que necesito de cada *track*. Es muy importante para mí, en ese sentido, tener el material organizado, para no perder mucho tiempo organizándolo después.

Uso un micrófono omnidireccional que pongo 25 centímetros debajo de la barbilla del entrevistado. De esa forma, él se olvida un poco de la presencia del micrófono.

Utilizo, también, auriculares o audífonos para saber cuál es la calidad del sonido que está entrando al minidisco. Con ello evité sobremodulaciones o golpes al micrófono.

Algunas decisiones éticas

Tengo la política de hacer todo abiertamente. Si los personajes ven que yo estoy grabando, me parece legítima la conversación. Rechazo hacer grabaciones sin el permiso de los entrevistados u ocultando la grabadora. Hay cierta información, sin embargo, que es muy difícil de conseguir abiertamente. Si es información que sirva para el bienestar común y la prevención de prácticas cuestionables (abuso sexual, proxenetismo, abuso de las autoridades etc.) me parece válido. Pero si se trata de hacer una cosa sensacionalista u obligar a una persona a caer en una red por medio de trampas, no hay derecho. Se dice que el fin justifica los medios, pero, en este caso, no me parece correcto. De todas formas, no hay una regla clara para este tema. En Estados Unidos hay leyes, según el estado, que prohíben utilizar material sin la autorización del grabado o entrevistado. No sé si en el resto de América haya una respuesta contundente para esa práctica. Reitero y enfatizo que, lo mejor es hacer todo de manera muy abierta.

La utilización de efectos sonoros en el reportaje, también involucra un manejo ético. Creo que cuando la gente escucha un reportaje y oye un sonido que tiene que ver con los hechos, va a pensar que el sonido viene del lugar del hecho. Si no es así, es obligatorio señalar que vienen de un archivo sonoro o son efectos. No decirlo, es hacer las cosas de una manera barata.

No sé si sea un problema ético, pero sí es un dilema, cuando tengo la certeza de que lo que dice una persona, no es realmente lo que piensa, que es sólo un discurso para el periodista. Cuando se presenta esa situación surge el problema de usarlo o dejarlo fuera como testimonio. A veces, hablando con otros, la verdad del caso se conoce.

FUNDACIÓN PARA UN NUEVO PERIODISMO IBEROAMERICANO

Centro. Calle San Juan de Dios No. 3-121 Cartagena de Indias, Colombia

Tel. 57-5-6645890 Fax: 57-5-6645904 e-Mail: contactenos@fnpi.org Web site: www.nuevoperiodismo.org