

¡TITULÍSIMOS!

10 SUGERENCIAS PARA TITULAR SUS PROGRAMAS DE RADIO

*No es lo mismo llamarse Ernesto que Esperencejo.
No da igual Sofía que Sofronia.
En la radio, como en la vida, los nombres atraen o repelen,
calientan o enfrían los ánimos del receptor.
Chequeen su barra de programación:
¿Qué títulos resultarán seductores para el público?*

*Un buen título gana buenos oyentes.
Un título creativo vende publicidad.
La primera originalidad de una emisora,
su inmediata popularidad,
se descubre revisando los nombres de sus programas.
Para mejorarlos, para lograr titulísimos,
aquí les brindamos estas sugerencias
de AMARC con amor.*

José Ignacio López Vigil

1. EVITE TÍTULOS LARGOS

Los títulos largos confunden y no podrán ser recordados por los oyentes.
Lo mismo ocurre cuando a un niño lo bautizan como José Antonio Manuel Policarpo.
Nadie lo llamará así en su casa ni en la calle. Le dirán Toño o Poli.

También para los locutores es un lío: resulta pesado identificar a cada rato un programa de nombre largo,
de muchas palabras.
Seguramente, el público retitulará el espacio con una contracción.
Y tal vez le ponga como apodo lo que Usted debió poner como título.

¿Cuántas palabras debe tener un título?
Una o dos palabras es lo mejor

2. EVITE TÍTULOS ABSTRACTOS

No valen porque no tocan la imaginación del oyente.
No crean "imágenes auditivas".
El lenguaje radiofónico, por el contrario, emplea palabras concretas, materiales, que se pueden oler
y palpar, sentir y saborear... que entran por los sentidos.

Compare estos títulos:

REFLEXIONES PLURALES
FUEGO CRUZADO

MUJER Y VIDA COTIDIANA
¡LA SARTÉN POR EL MANGO!

Al grabar las presentaciones podemos incorporar efectos de sonido para hacerlas más dinámicas. En los ejemplos mencionados, tableteo de ametralladoras o aceite hirviendo.

3. EVITE TÍTULOS CON GERUNDIOS

Revise los títulos de los libros, de las novelas, de las canciones...
En general, no llevan verbos. ¡Y mucho menos, gerundios!

GERUNDIO: expresa una acción en proceso de ejecución y se reconoce por sus terminaciones ando o iendo.

Y, sin embargo, esta forma de titular abunda como la mala hierba:

COMPARTIENDO
PROMOVIENDO LA CULTURA
DIALOGANDO CON USTED
ALEGRANDO LA MAÑANA

La función de un título no es motivar a la acción, sino llamar la atención.
Se trata de atraer al oyente, interesarlo en lo que va a venir.
El nombre de un programa es anzuelo y no mensaje.
Por eso, más que con verbos, los buenos títulos se arman con sustantivos y adjetivos.

4. EVITE TÍTULOS MUY COMUNES

Es como casarse Juan con Juana.
Con nombres tan oídos y repetidos, difícilmente daremos personalidad a nuestros programas.
Fíjese en estos títulos... ¡Debe haber diez mil iguales!

LA HORA DE LA SALUD
LA TARDE EN RADIO TAL
EL SHOW DE FULANITO
MÚSICA Y CANCIONES

Estos títulos sin identidad sirven para cualquier emisora en cualquier tiempo y en cualquier lugar del planeta.

Son nombres muy manoseados, sin gracia.
Es decir, desgraciados.

Un buen título requiere 3 cualidades:

ORIGINALIDAD
ORIGINALIDAD
ORIGINALIDAD

5. EVITE TÍTULOS PEDAGÓGICOS O IDEOLOGIZADOS

UNIDOS Y ORGANIZADOS
CAMPEÑOS EN MARCHA
DEFENDAMOS NUESTROS DERECHOS

Todos estos títulos tienen algo de "pornográfico", porque evidencian el mensaje sin dejar espacio a la imaginación.

Y además, aburren como los consejos de la abuelita.

Son también frecuentes los llamados "títulos de proceso", igualmente explícitos:

DE LA PROTESTA A LA PROPUESTA
DE MARGINALES A CIUDADANOS

Lo dijeron hace siglos los griegos: sugerir es el arte.
Y esto vale para el arte de titular.

6. INVENTE TÍTULOS QUE SUENEN BIEN

Hay palabras agradables al oído, combinaciones de sílabas que suenan armoniosas, con vocales abiertas y consonantes variadas.

Compare la sonoridad de estos dos nombres:

GABRIELA
PIPINO

Así pasa con los títulos de nuestros programas de radio.

Y con el tono que grabamos sus presentaciones.

Algunos tienen música por dentro.

Parecen campanas al vuelo.

Otros están más apagados que fogón de pobre.

Una manera de doblar la sonoridad de un título es rimando sus palabras:

GENTE CALIENTE
NO TE DESESPERES, PÉREZ

7. INVENTE TÍTULOS TÍPICOS

Los dichos populares, los vocablos típicos, las expresiones propias de su región o país, los refranes, los medios refranes (la otra mitad se sobrentiende)... son muy útiles a la hora de titular.

DIME CON QUIEN ANDAS... para un espacio político

A veces, los giros regionales resultan difíciles de comprender por otros públicos.

LA PUNTA DEL OBELISCO se entiende en Buenos Aires.
UN MONTE PÁ MI SUDOR se entiende en Piura.

Cada oyente se reconoce en sus expresiones y las disfruta.

Se establece una complicidad cultural entre la audiencia y la emisora.

También podemos incorporar palabras de moda, especialmente para titular programas juveniles:

¡CACHETE BRODER!

8. INVENTE TÍTULOS PÍCAROS Y CON HUMOR

Porque pegan rápido en la audiencia: nada es más popular que la risa. Y porque van acordes con la onda moderna y alegre que debe impregnar toda la programación.

A este pobre locutor le pusieron a animar un programa llamado:

MALES CONSUECUDINARIOS

El lo renombró así:

¿A DÓNDE VAS, SATANÁS?

Los juegos de palabras, los dobles sentidos, las frases ingeniosas, los versos, ofrecen mil posibilidades para titular nuestros espacios.

Sobra y nunca sobra decirlo: lo pícaro no debe confundirse con lo grosero o machista. Una emisora llamó ROMPIENDO CUERITOS (= DESVIRGANDO DISCOS) a un programa para estrenar canciones. Sin comentarios.

9. ACOMÓDESE AL HORARIO, AL TEMA Y AL PÚBLICO

- Un programa de música caliente para acompañar a las amas de casa durante la mañana podrá llamarse ¡SALSA PICANTE!
Y un espacio nocturno y romántico apelará a expresiones más poéticas... SERENATA A LUZ DE LUNA
- Muchos títulos se refieren al quehacer y al entorno de los oyentes. No va a llamarse SOBRE RUEDAS un programa dirigido a los ribereños de la Amazonía. Se llamará REMA QUE REMA.
- Las audiencias juveniles gustan de títulos locos e irreverentes. Para oyentes adultos, caben títulos más clásicos. Los deportistas prefieren palabras altisonantes y agresivas. Y los niños, nombres llenos de fantasía. Como en toda buena comunicación, también los títulos hay que pensarlos desde el gusto de los oyentes y no del nuestro.

10. NO ESCOJA EL TÍTULO... ¡DEJE QUE EL TÍTULO LO ESCOJA A USTED!

Dar con un buen título es como toparse con un amor.

No se puede forzar ni sale a la primera. (Más aún, es recomendable rechazar esas "primeras ideas" que suelen ser las tópicas, lugares comunes que a todo el mundo se le ocurren.)

El mejor título viene después de revolver muchas otras posibilidades. Viene cuando menos se espera, al agarrar el bus o en el baño.

Cae como un flechazo. ¡Eureka, ya lo tengo!

Es una chispa que se enciende, un golpe de ingenio.

¿Se puede provocar una situación así? Ciertamente.

Sólo hace falta perder el miedo al ridículo y atrevernos a decir en voz alta lo más exótico que nos venga a la mente.

En una tertulia de amigos o caminando solos, lo que hacemos es sonsacar a la imaginación, coquetear con varias palabras hasta que una de ellas se abalanza sobre nosotros y nos atrapa.

Nos cautiva. Se iluminan los ojos, se termina la búsqueda.

Ahí está: ¡el titulísimo!