

De la idea a la luz verde: ¿Cómo proponer una historia a Radio Ambulante?

Si tienes una historia que quieres producir con Radio Ambulante, esta guía te ayudará a escribir un *pitch* (o propuesta) fuerte, enganchador y exitoso.

El término *pitch* viene del mundo de la televisión y el cine, y se refiere a la presentación verbal y concisa de una idea para un programa o una película. En este contexto, el *pitch* normalmente es presentado por el guionista o el director al productor ejecutivo para venderle la idea. Hoy en día el término se usa bastante en el mundo de la radio.

A veces el *pitch* es una exposición oral, en otras ocasiones es un texto corto que busca convencer a la otra persona de que esa idea que tienes puede convertirse en una narración completa. En el caso de Radio Ambulante, utilizamos *pitches* escritos, así que ese será el tipo de instrucciones que se encontrarán en este documento. Usamos la palabra vender con mucha intención: el *pitch* debe ser atractivo, debe hacer que la persona que lo lee se diga a sí misma, "quiero saber más". Esto implica unas consideraciones a nivel estructural y estético que comuniquen de la manera más sucinta y entretenida posible, de qué va la historia.

Por ahora, ten en mente lo siguiente: el *pitch* no es un resumen de hechos de la historia que quieres contar, es una carta de presentación de dicha historia. Quieres hacer una buena impresión de entrada.

No todo es una historia para radio

El problema más grande al momento de elaborar un *pitch* es confundir un tema con una historia. Constantemente nos llegan mensajes de personas diciendo que quieren hacer un episodio sobre “la migración a Estados Unidos”, “la violencia obstétrica en Latinoamérica”, o la “gentrificación en la Ciudad de México”, por poner algunos ejemplos hipotéticos. Son grandes temas, interesantes, complejos, relevantes, pero por sí mismos no hacen una historia.

Temas como los anteriores –o como “el cambio climático y sus efectos en el Amazonas”, o “las desapariciones forzadas durante los gobiernos militares en Guatemala”– pueden ser grandes puntos de partida. Pero no son más que eso: un punto de referencia con el cual empezar a buscar la verdadera historia.

Una historia, en cambio, siempre tiene los siguientes elementos:

1. **Personajes:** Protagonistas de la historia que vas a contar. ¿Quién va a hablar en tu episodio? Son las personas a las que les pasó algo o hicieron algo que tú vas a narrar.
2. **Acción:** Hechos. En una historia tienen que pasar cosas. Pueden ser muchas cosas, desde una persona que emprende un viaje o una investigación en búsqueda de algo, un grupo de personas que escapan de algo, alguien que decide inventar un aparato o un sistema para resolver un problema que tiene, o un grupo de personas de una comunidad reuniéndose para colaborar para defender un río.
3. **Conflicto:** Todas las acciones en la historia tienen que suceder por una razón. Es decir, para solucionar –o buscar solucionar– un conflicto. Un conflicto se compone de dos o más partes con intereses distintos. La tensión narrativa de una historia, lo que nos mantiene escuchando, surge de los conflictos: queremos saber qué va a hacer nuestro protagonista para sobreponerse a los retos y a las fuerzas opuestas que lo rodean.
4. **Una pregunta:** Toda historia busca responder una pregunta. Un ejemplo: ¿Qué implica migrar cuando tu país decide que ya no eres bienvenido? La pregunta parte del conflicto y para el final del episodio buscamos haber dado una respuesta.
5. **Desenlace:** Para que una historia funcione tiene que haber una resolución del conflicto. O sea, tiene que haber un final. En una resolución, el protagonista logra algo

—o tal vez no lo logra—, aprende de su experiencia y cambia su manera de ver el mundo.

Por último, también hay algunas cosas que separan una historia normal de una gran historia. Una gran historia sorprende, te abre tu visión a un mundo nuevo o a un modo de ver la vida que nunca habías considerado. Siempre buscamos que nos cuenten algo fresco, que nos emocione.

Por otro lado, Radio Ambulante busca que las particularidades y complejidades de Latinoamérica queden plasmadas en historias que son universales. Es decir, partimos de una realidad particular para contar una experiencia que todos puedan entender, con la que puedan empatizar y relacionarse. Pregúntate: ¿qué dice esta historia que quiero contar sobre la vida o sobre el ser humano?

Si todavía no estás segura de si tienes una historia que funciona para Radio Ambulante, te aconsejamos ver el video “¿Cómo identificar una buena historia para Radio?” en [este link](#).

La escritura del pitch 📝

Entonces, digamos que ya tienes una historia con todos los elementos anteriores: tienes personajes carismáticos, que hablan bien, que son interesantes y que enfrentan un conflicto; tienes, al igual, un arco narrativo que cuenta con un punto de giro sorpresivo. Y tienes una resolución, un final. Llegó el momento de proponer la historia mediante el pitch.

Ponle cariño y cuidado a la escritura del *pitch*, usa tu creatividad. Encuentra una manera de que suene fresco, de que destaque. Estás vendiendo algo, y tienes que seducir a la persona a la que se la estás vendiendo.

Un buen ejercicio es pensar en la forma en que le contarías esta historia a tus amigos: para mantener su interés, seguramente incluirías detalles de la historia que sean capaces de emocionarlos, de sorprenderlos. Si hay algo chistoso o particularmente triste, inclúyelo.

Pero, más allá de eso, un *pitch* siempre:

1. **Presenta a los personajes principales.** Quiénes son los protagonistas de la crónica, cuáles son las voces que van a narrar los hechos. Para este punto, ya necesitas tener confirmado el acceso, que vas a poder entrevistarlos.
2. **Explica cuál es el conflicto que tienen y el arco narrativo de la historia.**Cuál es el problema que enfrentan los protagonistas, cuáles son las acciones que toman, las dificultades que encuentran, cuáles son los momentos de tensión. También debes explicar cuál va a ser la resolución.
3. **Describe el contexto.** Ninguna historia existe en el vacío. Puede ser que ocurra en una situación política, social o económica particular, o simplemente en condiciones muy singulares que hacen de la historia algo fascinante que contar. Lo importante es decirle a los editores por qué esta historia es única e importante.
4. **Incluye el tratamiento que le quieres dar a la historia.** Esto significa describir la forma en que contarías la crónica. La estructura de la crónica, el cómo se va a contar, siempre se va a hablar más a fondo con los editores de Radio Ambulante en caso de que te aprueben el *pitch*, pero es bueno hacerles saber desde el inicio que tienes claro cómo se cuenta una historia. Esto también te va a ayudar a enfocarte, a ir armando la historia tanto en papel como en tu cabeza antes de hacer las entrevistas. Así será más fácil sentarse a escribir.

Un consejo: comienza presentando al personaje principal —o los personajes principales— y el conflicto. Ese es el centro de toda historia. Y luego, justo después del conflicto, seguramente tendrás que explicar el contexto: decir por qué es relevante la crónica.

Un *pitch* para Radio Ambulante nunca deberá superar una o dos páginas de longitud.

Si se acepta la historia, se te asignará un editor de Radio Ambulante con quien trabajarás de cerca durante todo el proceso.

Si quieres saber más sobre cómo escribir un *pitch*, puedes ver [estos videos](#).

A continuación te dejamos un ejemplo de un *pitch* exitoso. Se convirtió en el episodio "[Los extraterrestres](#)", producido por Lisette Arévalo, en 2020.

Los extraterrestres

En 1949 en Quito, la Radio Quito adaptó la novela de ciencia ficción de H. G. Wells, La Guerra de los Mundos, a un guion radial. Los locutores pararon la transmisión del día para anunciar a los quiteños que estaban siendo atacados por marcianos. [Esto es una recreación de lo que escucharon](#). Los policías y militares se movilizaron al norte de la ciudad a enfrentar a los supuestos marcianos. Muchos quiteños salieron corriendo, con canastas, ropa, todo lo que puedan imaginarse, huyendo de los marcianos. Mi abuelito me cuenta que vio a un político liberal bajando por las calles del centro pidiendo perdón a Dios.

Cuando el locutor, Leonardo Páez, dijo que no era cierto, los quiteños salieron a las calles enfurecidos. Tiraron piedras y ladrillos al edificio del diario El Comercio donde funcionaba la radio y alguien prendió fuego al edificio que con todo el papel que había dentro, hizo que la llama se propague rápido. Los periodistas, artistas y trabajadores de la radio huyeron. El edificio quedó destrozado y murieron cinco personas. Los que estuvieron ahí se acuerdan de esto como una noche de desastre y tragedia.

El episodio sería un recuento de ese día con las voces de personas que hayan estado ahí o que se acuerden cómo fue escuchar la radio y sentir que eran atacados por marcianos. Además, muchos que se acuerdan de este evento se ríen, y cuando se escucha de esto lo ven como una broma. Pero esta ola de creer los “fake news” o cualquier cosa que escuchemos sigue pasando con los chats de WhatsApp, Facebook y Twitter. Se sigue creyendo en noticias falsas o rumores, en algo que en general nos podría parecer gracioso o ridículo, pero que muchos creen que es verdad. Lo último que pasó en Ecuador como efecto de las “fake news” en redes sociales, es que asesinaron a dos hombres en Posorja porque había un rumor de que eran secuestradores de niños. Y en época del gobierno de Rafael Correa, los fake news a veces tenían más peso que lo que se decía en los medios de comunicación.

Los que se acuerdan de La Guerra de los Mundos en Quito tienen ahorita cerca de 88 años, como Jorge Ribadeneira, periodista de diario El Comercio. Él tenía 19 años cuando pasó esto, no estaba dentro de la radio ni el periódico pero ha hablado en varios programas de radio y tv contando lo que se acuerda. Hablé con él por teléfono

y ya está más viejito de lo que estaba cuando salía en entrevistas pasadas. Me advirtió que tiene 88 años, que no me puede dar mucho tiempo y que le llame para coordinar un día y una hora para conversar con micrófono. Se le oye ya viejito, su voz es pausada. Pero sí quiere hablar conmigo. También publicó un recuento de esto en un libro.

El locutor y autor de la adaptación de Wells en Quito, Leonardo Páez ya murió. Después de lo que pasó, se autoexilió a Venezuela porque en Quito todos lo odiaban y no conseguía trabajo. Escribió un libro contando todo lo que pasó y reprodujo una parte del guión que usó (el original se perdió en el incendio). El libro podría ser un recurso y contactar a su familia en Venezuela también una posibilidad —tengo el número de teléfono de la casa de la hija pero no me ha contestado todavía.

Otras posibles voces son, en general, abuelitos de gente conocida quiteña (pienso que mi abuelito puede ser uno, él se acuerda y le gusta contar historias como esta). Y el director del diario El Comercio, Carlos Mantilla, porque hay una placa en la redacción del periódico en homenaje a los fallecidos ese día.

¿Por qué funciona? 🤔

El pitch presenta el hecho sorprendente de entrada. Además, al ser una historia con múltiples voces, va presentando las mismas a medida que se desarrollan los acontecimientos. Algo muy importante es que conecta una historia de un tiempo pasado al presente con la mención a los fake news. Trae la historia a la actualidad, la hace algo más que una anécdota curiosa. Señala que lo que nos va a contar tiene relevancia en el presente.