

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LEYENDAS URBANAS: REFLEJO DE UNA REALIDAD

(Microprogramas radiofónicos)

BR. LILIANA DA SILVA

BR. NOELIA DE ABREU

TUTORA: CLARITA MEDINA DE MÁRQUEZ.

CARACAS, NOVIEMBRE 2005

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO
POR LAS BRS. NOELIA DE ABREU Y
LILIANA DA SILVA PARA OPTAR AL TITULO
DE LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Agradecimientos:

A nuestros padres por apoyarnos incondicionalmente y por ser ejemplo de constancia, responsabilidad y trabajo.

A Clarita Medina por su acertada tutoría y sus incansables correcciones.

A Vicente Lecuna por sus breves pero definitivas recomendaciones.

A Porfirio Torres por recrear nuestras historias con su insólita voz.

A Jorge Fuenmayor por orientarnos en la producción de nuestros micros.

A Miguel Bataglia por su incondicional apoyo en las etapas más difíciles.

A Miguel Márquez por pulir nuestros guiones literarios.

A Gustavo Reyes por ilustrar con sus caricaturas las paginas de nuestra tesis.

A José Rodrigues e Anabela Dos Santos por disponer de su tiempo para trasladarse desde Portugal hasta España para adquirir los libros que sirvieron de base teórica en nuestra investigación.

A todos aquellos que, de una u otra manera, han colaborado con sus consejos, sus observaciones y su apoyo a la realización de nuestro trabajo de licenciatura.

Resumen

Los pueblos, de generación en generación, han preservado su memoria colectiva y su cultura a través del lenguaje. Si bien las sociedades han evolucionado con la llegada de modernas tecnologías que redefinieron la noción del tiempo y espacio, y que, además, construyeron nuevas formas de pensamientos y de vida, la palabra continúa siendo la principal herramienta para la intercomunicación humana y la transmisión de las manifestaciones folklóricas y culturales de una comunidad. Así pues, aunque seamos una sociedad digitalizada, las producciones orales siguen siendo una de las creaciones humanas más importantes. Éstas se han modificado con el transcurrir de los años, variando sus temáticas y sus medios de transmisión, pero su esencia se ha mantenido intacta: a través de ellas el hombre manifiesta su cosmovisión, sus más intrínsecos miedos, y en algunos casos, su ingenuidad.

Las leyendas urbanas son, pues, como decidimos titular este trabajo de licenciatura el reflejo de la realidad en la que todos estamos envueltos y que es difundida en estas fábulas aleccionadoras que de alguna manera juzgan y castigan nuestras conductas. Más allá de su veracidad, de cómo y cuándo se originaron, de sus protagonistas, o de cualquier detalle estilístico, por medio de estas historias podemos descubrir la percepción que el hombre ha construido alrededor de las ciudades, ese entorno marcado en muchos casos por la violencia y el caos.

Resumo

Os povos, de geração em geração, têm preservado a sua memória colectiva e a sua cultura através da linguagem. Ainda que as sociedades tenham evoluído com a chegada de novas tecnologias, mais modernas, que redefiniram a noção do tempo e do espaço, e que além disso construíram novas formas de pensamento e de vida, a palavra continua a ser a principal ferramenta de intercomunicação humana e para a transmissão de manifestações folclóricas e culturais de uma comunidade. Apesar de sermos uma sociedade digitalizada, as produções orais continuam a ser uma das criações humanas mais importantes. Estas modificam-se com o passar dos tempos, variando as suas temáticas e os seus meios de transmissão, mas a sua essência continua a manter-se intacta: através dela o homem manifesta a sua cosmo visão, os seus mais intrínsecos medos, e alguns casos, a sua ingenuidade.

As lendas urbanas são, como decidimos intitular este trabalho de Licenciatura o reflexo da realidade em que estamos envolvidos e que é manifestada nestas fábulas moralistas, que de alguma maneira julgam e castigam as nossas condutas. Mais além da sua veracidade, de como e quando tiveram origem, dos seus protagonistas, ou de qualquer detalhe estilístico, através destas histórias podemos descobrir a percepção que o homem construiu a volta das cidades, este ambiente, marcado em muitos dos casos pela violência e pelo caos.

Índice General

Introducción.....	8
Capítulo I Folklore y tradición oral	
1.1 El folklore.....	14
1.1.1 Orígenes del folklore.....	16
1.1.2 Folklore en Venezuela.....	18
1.1.2.1 Clasificación del folklore.....	21
1.2 Tradición oral.....	23
1.2.1 La oralidad: narradores y oyentes.....	26
1.2.2 Literatura de tradición oral.....	29
1.2.2.1 Funciones de la literatura de tradición oral.....	31
1.2.2.2 Clasificación de la literatura de tradición oral.....	35
1.2.3 Las leyendas.....	40
1.2.3.1 Origen de las leyendas.....	42
1.2.3.2 Las leyendas en Venezuela.....	43
1.2.3.3 Diferencias entre mito y leyenda.....	45
1.2.3.4 Clasificación de las leyendas.....	48
 Capítulo II Leyendas Urbanas: Reflejo de una realidad	
2.1 Ciudad & Campo: miedos ahora y entonces.....	52
2.1.1 Caracas entre dos tiempos.....	54
2.2 Leyendas urbanas ¿Demasiado buenas para ser verdad?.....	57
2.2.1 Más allá de la ciudad.....	59
2.2.2 ¿Cómo reconocerlas?.....	61
2.2.2.1 Moraleja.....	66
2.2.3 Temas de leyendas urbanas.....	67
2.2.3.1 El uso y manejo de la tecnología.....	68
2.2.3.2 Miedo a los “extraños”.....	69
2.2.3.3 Aventuras sexuales.....	71

2.2.3.4 Niños en peligro.....	72
2.2.3.5 Lo sobrenatural.....	74
2.2.3.6 La vanidad.....	75
2.2.3.7 Miedos comunes.....	76
2.2.3.8 Accidentes.....	78
2.2.3.9 Situaciones embarazosas.....	79
2.3 Posmodernidad tecnológica.....	80
2.3.1 ¿Dónde empezó la telaraña?.....	83
2.3.2 Características de Internet.....	85
2.4 Metamorfosis digital: Las leyendas urbanas en Internet.....	86
2.4.1 Hoax: mensajes falsos.....	90
Capítulo III La Radio	
3.1 Especificidades del medio radiofónico.....	95
3.2 Producción radiofónica.....	109
3.3 Formatos radiofónicos.....	115
3.3.1 El Microprograma Radiofónico.....	120
3.3.1.1 Características del microprograma.....	123
Capítulo IV Propuesta para una serie de micros radiofónicos	
4.1 Preproducción.....	129
4.2 Producción.....	140
4.3 Post-producción.....	146
4.4 Guiones técnicos.....	148
Conclusiones.....	178
Bibliografía.....	184
Anexos.....	189

Introducción:

Desde hace mucho tiempo el lenguaje ha sido objeto de estudios comunicacionales, sociológicos y antropológicos. Las leyendas urbanas, como una de las formas a través de las cuales el ser humano ha utilizado el lenguaje para conservar su memoria colectiva de generación en generación, es un fenómeno que ha venido adquiriendo mayores proporciones y que merece ser investigado a profundidad en el ámbito del folklore.

Para conocer un pueblo, una ciudad o incluso un país es necesario saber cómo habla su gente, cuáles son los valores que se transmiten y cultivan en sociedad y qué historia se encuentra detrás de los rostros de sus habitantes. El folklore es la suma de todas las respuestas que conforman este estudio y que nos arroja detalles claves para entender los miedos, angustias y, en general, la percepción que tiene determinada comunidad del entorno en donde convive. Podemos decir entonces que el folklore nos remite, indiscutiblemente, a la personalidad de un pueblo, entendido este término como la población que conforma algún espacio geográfico.

No importa a qué tipo de manifestación folklórica hagamos referencia: creencias, costumbres, relatos, canciones y refranes o arte popular, el folklore es importante por ser el reflejo de la esencia del pueblo. Y es precisamente a través de las historias de una sociedad que podemos

acercarnos más a sus raíces, a su alma y a su gente, más allá de la historia que nos narran los libros.

Por estas razones es que nos propusimos estudiar el folklore, no porque sea algo que se aprenda o que incluso se transmita y enseñe, sino porque es un área muy interesante donde el objeto de estudio se encuentra justo frente a nosotros.

El folklore se modifica a la par de las sociedades, y la comunicación oral, como parte de la tradición de un pueblo, también ha sufrido cambios a través del tiempo. Sin duda, la oralidad continúa siendo utilizada, pero la manera de hablar, de argumentar, de transmitir ha cobrado matices particulares en diferentes entornos culturales. Esta transformación no sólo se ha visto reflejada en la comunicación cara a cara, sino que también en materiales auditivos y audiovisuales producto de una presencia física diferida, como en el caso de los textos radiofónicos y televisivos.

En este trabajo de grado concebimos a la leyenda como producto oral en permanente cambio de acuerdo con el contexto histórico y cultural en el que circula. Debido a ello es de importancia reconocer sus múltiples versiones y transformaciones que dan cuenta cómo éstas pueden presentarse tanto en discursos orales, escritos, como audiovisuales. Este hecho nos demuestra que las leyendas urbanas, por ser relatos maravillosos

y atractivos reflejo de un entorno posmoderno, han sido utilizadas por los medios de comunicación social y adaptadas a sus diferentes formatos para entretener, recrear, etc. a los oyentes.

El Internet es la clave fundamental para entender la adaptación por la que han atravesado las leyendas urbanas a su forma escrita. A pesar de que se sabe que estas historias se encontraban, desde hace mucho tiempo, dando vueltas al mundo a través de cartas, no podemos comparar la rapidez de difusión del sistema de correos con la instantaneidad que ofrece Internet por medio de sus herramientas y servicios. De igual manera la facilidad de llegar a un mayor número de destinatarios en menor tiempo es otro de los factores que han cambiado la concepción de las leyendas urbanas en la sociedad actual.

Estas múltiples ventajas han conducido a una pérdida de la oralidad como el principal medio de transmisión de las leyendas urbanas. Lo que antes era transmitido de boca en boca, ahora se presenta bajo la forma de bits, suprimiendo recursos importantes de la voz que lograban recrear con mayor precisión los ambientes y acciones descritas en estas historias. Es por ello que escogimos el medio radio como el más indicado para recuperar esa oralidad, ya que a través del lenguaje radiofónico podremos enriquecer la narración de las leyendas urbanas.

A pesar de que éstas abarrotan nuestros correos electrónicos, las vemos reflejadas en las últimas películas de Hollywood o dramatizadas por diferentes protagonistas en series de televisión, y que en los últimos años un conjunto de investigadores ha profundizado en este tema, todavía queda mucho por indagar, ya que es muy poco lo que se conoce sobre sus orígenes, características y medios de transmisión.

Por ello, pretendemos que este trabajo de grado contribuya a subrayar la dimensión cultural de estos relatos modernos, estudiar y comprender mejor las leyendas urbanas, respondiendo a interrogantes como: ¿Qué transformación ha sufrido la comunicación oral en nuestras sociedades urbanas? ¿Subsisten las leyendas en nuestra sociedad industrializada? ¿De qué manera?

La estructura de la monografía ha sido concebida de la siguiente manera: en el primer capítulo hemos expuesto las diversas corrientes teóricas que nos permitieron definir, clasificar y delimitar los orígenes del folklore, la tradición oral y las leyendas, además de contextualizar estos fenómenos culturales en Venezuela.

En el segundo capítulo abordamos las leyendas urbanas basándonos fundamentalmente en uno de los teóricos del tema, el norteamericano Jan Harold Brunvand, y puntualizamos sus orígenes y sus características,

además de ahondar en algunos de los temas más recurrentes de estas historias fascinantes y explicar cómo éstas se han adaptado a los nuevos tiempos.

En el tercer capítulo establecimos los conceptos básicos que nos permitieron conocer el medio radio y de esta manera justificamos nuestra decisión de emplear el microprograma radiofónico frente a la diversa gama de formatos y géneros que nos ofrece la radio.

En el cuarto capítulo se encuentra toda la teoría que sustenta el trabajo práctico que conlleva la pre-producción, la producción y post-producción de una serie de micros, además de tener todas las especificaciones que refleja el producto auditivo final.

Esperamos con todo esto recopilar la dispersa información existente y acercarnos a una primera reflexión sobre este fenómeno cultural, además de enriquecer las adaptaciones de leyendas urbanas por medio de la radio a través de los recursos que brinda el lenguaje radiofónico.

Capítulo I

Folklore y tradición oral



1.1 El folklore:

El alma y la memoria colectiva de los pueblos se manifiestan a través del folklore. Este término se utilizó por primera vez en Inglaterra, el 22 de agosto de 1846, cuando William John Thoms, quien escribía bajo el seudónimo de Ambrosio Merton envió una carta a la revista The Atheneum para introducir esta palabra proveniente de la antigua lengua anglosajona. A partir de entonces se empezó a utilizar la palabra folklore para referirse a las creaciones hechas **por el pueblo y para el pueblo**, que forman parte del **saber popular**, cuya traducción al español proviene de los vocablos **folk** o pueblo y **lore** o sabiduría.

Lo folklórico es lo tradicional, lo que durante años ha ido penetrando en las sociedades de generación en generación y ha sido minuciosamente seleccionado y adaptado por el pueblo de acuerdo a su idiosincrasia. Lolita de Robles, define al folklore como *la tradición oral que el pueblo transmite, recrea y enriquece. Se basa en hechos culturales fundamentados en la memoria colectiva, en la tradición oral y son producidos por el pueblo. Surge espontáneamente y se une al pasado con hechos vigentes y dinámicos.* (ROBLES, 2002; p. 37)

Esto nos indica que el folklore no es estático, este se encuentra en continuo cambio, ya que recibe nuevas influencias del ambiente en donde se

desarrolla. *El folklore no se momifica; fluye mientras tiene vida, o desaparece. Esto no autoriza, sin embargo, a los individuos que recogen o utilizan el folklore, sean artistas, maestros o investigadores a cambiarlo.* (ARETZ, 1972; p. 38) A pesar de que las personas introduzcan modificaciones en las manifestaciones folklóricas a través del tiempo, éstas no llegan a deformar el sentido original de dichas expresiones populares.

Para que una manifestación popular pueda insertarse dentro del ámbito de lo folklórico debe presentar ciertas características: ser una producción colectiva, es decir, que sea aceptada por la comunidad en la que se originó y desarrolla; poseer espontaneidad, producto de la memoria colectiva; y ser funcional, cimentada sobre alguna necesidad existente en el grupo. Adicionalmente, autores como Aretz y Cortázar, sostienen que el folklore se nutre, principalmente, de las creaciones realizadas tiempo atrás por los miembros de una misma comunidad y que han sido transmitidas oralmente de una generación a otra, formando parte esencial de sus raíces como sociedad.

En muchas ocasiones se llega a confundir lo popular con lo tradicional siendo estos dos términos alusivos a visiones diferentes de un mismo fenómeno como es la cultura. Lo tradicional está más ligado al folklore, es decir, a aquellas tradiciones practicadas constantemente por la comunidad. Contrariamente, lo popular se refiere a un patrimonio indiscutiblemente

cultural, pero cuyos orígenes no son necesariamente autóctonos, es decir, no las ha creado el pueblo, y hasta puede ser producto de una acción comercial nacional o internacional (por lo general, se asocia a algo que está de moda en un momento determinado). Isabel Aretz, identifica a la tradición con creación y a lo popular con asimilación.

Esto le da un carácter único al folklore, pues abarca el trabajo creativo del pueblo sobre la base de sus experiencias y es preservado por este, porque le permite oír las voces del tiempo, recuperar el respeto por el conocimiento que acumuló durante siglos y que transformó en folklore para que nunca fuese del todo olvidado.

1.1.1 Orígenes del folklore:

Es innegable que el medio ambiente que nos rodea ejerce influencias en nuestra forma de vida y, por consiguiente, en nuestra cultura y tradición. El hombre, desde tiempos remotos, ha encontrado en la naturaleza su principal fuente de aprendizaje, ya que esta le ha proporcionado numerosas herramientas con las que ha podido evolucionar. *La sabiduría popular del pueblo venezolano nace espontánea en la sensibilidad del espíritu, motivado por el paisaje, para dar supervivencia a una forma particular de mirar al mundo hasta lo más escondido de nuestras montañas, valles, llanuras y costas, lo cual se traduce en cuentos, leyendas, mitos, refranes, poemas y*

música, impregnados de un encanto y sencillez característicos. (ROBLES, 2002; p. 05)

Es por ello que a medida que conozcamos e indaguemos cómo se desarrolla y desenvuelve el hombre en el contexto en que se encuentre, llegaremos a descubrir el folklore que caracteriza a esa comunidad. El folklore representa a una serie de elementos propios de cada localidad que se han fundido con la visión y experiencia de quienes habitan en ella.

El origen de una manifestación folklórica puede ser diverso: culto, popular de las ciudades, folklórico europeo regional, aborigen; pero de todos los casos el pueblo ha hecho por lo menos la selección y adaptación ya mencionadas, que son condiciones sine qua non del folklore (ARETZ, 1972; p .21). Es así que el hombre se ha convertido, a lo largo de los años, en el centro y eje del folklore; a través de su memoria, de su inteligencia y de sus conocimientos prácticos ha construido su propia identidad y la de la comunidad en la que este se inserta.

El folklore permite que las personas puedan identificarse con el pueblo o comunidad, pues conjuga las expresiones más auténticas y características de quienes habitan en ella. Aretz considera que en él convergen manifestaciones populares de diversa índole que, de acuerdo con la dinámica impuesta por el pueblo, han logrado la aceptación de las personas

y por consiguiente han sido transformadas o adaptadas en tradiciones transmitidas oralmente a través de los años.

1.1.2 Folklore en Venezuela:

En el folklore venezolano desembocan diversas culturas que unidas a la autóctona han dado como resultado una serie de manifestaciones y creaciones auténticas que constituyen parte de las raíces que identifican a los habitantes de esta nación. Nuestro país posee una extraordinaria riqueza folklórica que se ha ido construyendo gracias a los diversos aportes realizados por las culturas indígena, africana y española, y que se hacen evidentes en la música con los tambores africanos; en la gastronomía con, por ejemplo, el casabe de origen indígena y en la religión católica que impusieron los españoles en los tiempos de la colonia.

Las etnias aborígenes con sus costumbres propias, los europeos con sus tradiciones, sus virtudes y defectos, y el africano con sus bailes y supersticiones han alimentado el acervo de conocimientos y prácticas de los venezolanos en muchos espacios, otorgándole un carácter particular y exclusivo al fusionarlos también con las características geográficas de esta tierra. *La mezcla de razas que en ninguna parte del mundo ha sido tan potente como en Venezuela tenía que dar a las manifestaciones de la*

cultura popular un rasgo característico, derivado de tal homogenización humana. (DOMINGUEZ, 1975; p. VII)

El cruce cultural que dio origen al mestizaje fue el fenómeno definidor de lo que se conoce como el Nuevo Mundo, y principalmente de Venezuela. Este fenómeno lo podríamos catalogar como el hecho social de mayor importancia en el siglo XVI, ya que en él se da inicio a un encuentro étnico único en América Latina. Es por ello que la mayoría de las tradiciones culturales venezolanas son el resultado de ese largo proceso de mestizaje que se inició hace cinco siglos, desde el mismo instante en que se produjo el primer contacto entre los españoles y los indígenas del territorio que luego se llamaría Venezuela.

Autores como Aretz, consideran que el folklore cumple una función importante para el hombre, pues al formar parte de la cotidianidad de muchos pueblos le permite estar en contacto con sus raíces y con las tradiciones que se han transmitido desde épocas pasadas hasta la actualidad. Es así como en cada manifestación folklórica están presentes numerosos elementos productos del cruce e intercambio cultural que da cuenta la sabiduría popular del pueblo venezolano. De hecho, *lo que condiciona la personalidad creadora de cada pueblo es su propio folklore. Se puede afirmar que un pueblo sin folklore es un pueblo sin cultura.* (LISCANO, 1950; p. 16).

Generalmente, se ha asociado al folklore con las manifestaciones del pueblo, concebido este como rural y de pocos recursos económicos. Aretz coincide con esta afirmación y señala que en la medida que había menos intromisión de factores económicos y modernos, el folklore se conservaba lo más intacto posible. Es así que el descubrimiento del petróleo y el posterior crecimiento que, a raíz de este hecho, experimentó la economía venezolana, aunado a los cambios que trajo consigo la modernidad, se introdujeron numerosas transformaciones en nuestro folklore. Por ello, la autora sostiene que *donde corre el dinero el folklore se acaba*. (ARETZ, 1972; p.25).

Si bien es cierto que el folklore venezolano ha recibido numerosas influencias foráneas, aún conserva rasgos auténticos y propios de nuestra región con los que las personas pueden identificarse. Además, como lo señalan diversos folkloristas, el pueblo es el único que puede decidir cuales elementos se convierten en folklore, así como señalar las modificaciones que pueden incorporar a sus manifestaciones, ya sean de tipo material, social o mental. *El pueblo es el propio guardián de sus tradiciones (...)* (ROBLES, 2002; p. 38).

El venezolano, aunque escuche radio y televisión, seguirá identificándose con la música y la poesía tradicional, conservará sus creencias, costumbres, leyendas, cuentos y refranes. Las nuevas generaciones, aún las formadas en el nuevo contexto, continuarán

desconectándose del mundo de sus mayores, pero mantendrán aquello que se les ha enseñado y transmitido desde pequeños: los cuentos de la abuela, el miedo a las ánimas y espantos y el gusto por los platos típicos, ya que los bienes materiales son los que se suplantán, mientras que las vivencias interiores se mantienen en el tiempo.

1.1.2.1 Clasificación del folklore:

La gran variedad de hechos y manifestaciones folklóricas han llevado a los estudiosos de esta materia a elaborar clasificaciones que facilitan su comprensión. Isabel Aretz establece una categorización del folklore basada en tres áreas:

- 1) Folklore material
- 2) Folklore social
- 3) Folklore espiritual-mental

El primero de estos abarca las creaciones mentales, sobre todo lo que se refiere a los objetos como la vivienda y los enseres domésticos, comidas típicas, indumentarias, instrumentos musicales, etc.; el segundo comprende el ambiente social de relaciones donde se desenvuelven los individuos; y el tercero tiene que ver con las manifestaciones de tipo mental de las personas, ya sean relativas al arte, al saber popular o a lo espiritual. Esta clasificación de ninguna manera es estricta, pues distintas manifestaciones folklóricas

pueden tener elementos comunes a las tres categorías, al mismo tiempo, por lo que el estudio del folklore debe realizarse de manera minuciosa.

En base a estos tres tipos de folklore nosotras ahondaremos en el que se refiere al Folklore espiritual-mental, ya que dentro de esta clasificación se encuentran las manifestaciones de la literatura de tradición oral, como lo son las leyendas.

Este tipo de literatura oral tradicional puede encontrarse en forma de verso y en prosa. La literatura en verso engloba poesías para niños y adultos, así como refranes y adivinanzas. En la literatura de prosa se encuentran las tradiciones, mitos, leyendas y cuentos. El folklore espiritual-mental es, posiblemente, el que encierra el mayor número de aspectos y creaciones, pues al abarcar los productos de espíritu y de la mente comprende, también, aspectos propios del folklore social.

Los fenómenos naturales se encuentran dentro de las creencias del folklore espiritual-mental, como por ejemplo aquellas que hablan del poder de la luna y las mareas sobre determinados comportamientos humanos. Igualmente, se encuentran las supersticiones que comprenden las creencias en fantasmas, aparecidos y espantos, así como prácticas y rituales destinados a ahuyentar el mal de ojo y atraer la suerte. También entra en esta categoría, los ritos de tipo mágico en los que se ofrecen animales, se

realizan oraciones o se prenden velas para obtener determinados favores de santos o personajes que en un pasado eran curanderos, brujos o chamanes.

En el caso del folklore venezolano no es distinto. Todas las manifestaciones folklóricas de diversas índoles, que abarcan aspectos materiales, sociales y espirituales, son producto de las variadas necesidades de la comunidad, quien se encarga de transmitirlo a sus hijos y nietos para convertirlas en un verdadero patrimonio que es de utilidad.

1.2 Tradición oral:

Cuando hablamos de tradición estamos haciendo referencia a un concepto muy amplio cuyos límites no están aún bien precisados. Este concepto ha sido desde siempre un punto de polémica dentro de la antropología, por tanto que, lo tradicional es todo aquel rasgo cultural, patrimonio común de un grupo de personas que habitan en un lugar específico.

Torcuato di Tella define a la tradición como (...) *el conjunto de formas de actuar en la familia, lo social, lo político y los valores culturales y éticos asociados a esas formas que han regido por mucho tiempo en un país y región, y que son aceptados independientemente de su razonabilidad o adaptación a las circunstancias del momento.* (DI TELLA, 1989; p. 595)

La transmisión de esas creaciones y costumbres populares a través de la oralidad es lo que conocemos como tradición oral. *Las tradiciones o transmisiones orales son fuentes históricas cuyo carácter propio está determinado por la forma que revisten: son “orales” o “no escritas” y tienen la particularidad de que se cimientan de generación en generación en la memoria de los hombres.* (VANSINA, 1966; p. 13)

Numerosas culturas han fundamentado sus tradiciones sobre la base de la palabra, ya que cuando aún no existía la escritura, el hombre acostumbraba a comunicar sus vivencias, sus observaciones y las explicaciones de sucesos, incluso aquellos fenómenos que le resultaban incompresibles, como por ejemplo los relámpagos, la influencia de la luna sobre las mareas, etc. Como indica Isabel de los Ríos, *la palabra aparece como divina en la mayoría de las tradiciones de los pueblos: la palabra es la primera de todas las cosas o creadora ella misma de las cosas* (DE LOS RÍOS, 1987; p. 16). Es así como las tradiciones son parte de la memoria de cada pueblo y su transmisión oral garantiza, de alguna forma, su permanencia en el tiempo.

Sobre la importancia que la tradición oral ha tenido para la historia de la humanidad, basta con recordar el hecho de que las civilizaciones primitivas, por ejemplo las diferentes etnias africanas, asiáticas o indioamericanas, han subsistido gracias a esta tradición. De hecho, lo mismo

ocurre, actualmente, con las culturas marginales en los países desarrollados, pues dentro de la literatura oral se pueden expresar consejos, advertencias o moralejas, de allí la importancia del mensaje que encierran.

A través de las palabras, los gestos y las actitudes, la comunidad difunde todos aquellos materiales que considera suyos y en los que se encuentran incluidos todas las producciones culturales (cuentos, mitos, leyendas, danzas, ritos, juegos, artes culinarias, maneras de vestir, relaciones de parentesco, modos de producción y de vida). Hasta el simple hecho de enseñar las labores hogareñas forma parte de la tradición oral.

Sin embargo, la tradición oral, no sólo puede ser concebida como testimonios que reflejan un pasado estático, alejado de la época actual, pues el término pasado es dialéctico, en el sentido de que, pasado puede considerarse un día, unas horas, o unos minutos. Por ello, la tradición oral está abierta a las situaciones que puedan darse hoy o mañana, no es un fenómeno que se produjo en una época histórica establecida, sino que se actualiza constantemente.

Estudiosos de la tradición oral como el norteamericano Stith Thompson, concuerdan al asegurar que la tradición oral responde a un impulso inherente del hombre, que se evidencia en su presencia como forma de expresión y comunicación en todo el mundo, en todos los tiempos. La

tradición oral fue durante siglos y aún lo es, en muchos lugares, la memoria y, en consecuencia, la esencia cultural de los pueblos. Además a la palabra hablada, desde siempre, se le ha adjudicado un encanto generado por su naturaleza viva y por su capacidad de producir emociones en quienes la escuchan.

Para llegar a conocer, verdaderamente, la tradición oral de un pueblo, hay que saber qué significa cada paso, cada expresión, cada contenido. Conocer por qué creen en determinadas cosas y seguir detenidamente los rasgos característicos de su vida diaria.

1.2.1 La oralidad: narradores y oyentes:

Los hombres, a lo largo de la historia, han hecho uso de la oralidad para lograr transmitir año tras año los relatos que forman parte de la tradición oral. Para entender lo que es la oralidad debemos partir de la noción de que, ante todo, es una técnica de comunicación. Este concepto no se puede limitar simplemente a la ausencia de la escritura o al empleo privilegiado de la palabra como medio de comunicación.

La oralidad es un arte de la comunicación que comprende el uso de palabras, gestos, actitudes, modos de vida, costumbres, etc. *La palabra no es solamente referencial o informativa sino transmisora de un modo de ser,*

de una visión de la vida y de las relaciones que lo conforman. La oralidad es una técnica y una sociología de la comunicación (CORRES, 1980; p. 05). En conclusión, podemos decir, que la oralidad se refiere a todas aquellas manifestaciones espontáneas que el individuo emana de su ser, con inquietud y necesidad de comunicarse con sus semejantes a través de la palabra.

Muchos de los sucesos del pasado no pueden ser evocados por el pueblo exactamente como ocurrieron, ya que al no tener un soporte físico en el que puedan constatar una historia determinada, los oyentes se ven en la necesidad de recurrir a su memoria en narraciones sucesivas, trayendo como consecuencia posibles cambios en los relatos, al agregar u omitir variados aspectos de los mismos.

La imaginación juega un papel importante en estos cambios y modificaciones de la historia original que se cuenta, pero sobre todo, la percepción individual es un elemento determinante al momento de narrar y escuchar un cuento, una leyenda o una historia en general.

La realidad es tan compleja que cada persona la percibe de una forma diferente, enriqueciendo, de esta manera, la serie de testimonios respecto a un hecho determinado. Para Vansina *El testimonio es sólo un espejismo de la realidad, de la que da cuenta. En la tradición oral el primer testigo deforma*

la realidad voluntaria o involuntariamente, ya que no recibe más que una parte de ella y atribuye un significado de lo que aprecia. Su testimonio lleva la huella de su personalidad va coloreada con sus intereses y está encuadrado por sus referencias de valores culturales. Los testigos de la cadena, hasta el último de ellos, alteran y deforman el primer testimonio bajo la influencia de los mismos factores: sus intereses y los de la sociedad, los valores culturales y su propia personalidad. (VANSINA, 1966; p. 93)

Además de la imaginación y la percepción de los oyentes y narradores, la tradición oral sufre variaciones según la época, el ambiente y el vocabulario que se utilice, una palabra cambiada puede afectar dramáticamente toda una gama de tramas y conceptos que se quieran transmitir.

Las historias narradas están impregnadas con el ingenio e ingenuidad popular, hasta el punto de mezclar lo real con lo fantástico, dándole originalidad a cada uno de los relatos. Sin embargo, para los oyentes, lo importante es verse reflejados, involucrados y, de alguna manera, representados en esos cuentos que si bien son fantásticos contienen personajes humanos de la vida cotidiana. No se trata de ver a una princesa o al castillo encantado, sino de ver a la joven estudiante o al hombre trabajador que conforma nuestra realidad.

La capacidad que tienen los cuentos orales de generar emociones, permite obtener un alto nivel de compenetración entre el narrador y los oyentes, en la que mientras el primero transmite una historia, el segundo debe hacer uso de su imaginación para recrear dicho testimonio. Es por ello, que en el narrador recae gran parte de la responsabilidad del relato, ya que tiene que hacer llegar de forma clara y sencilla al oyente todo aquello que se debe expresar.

Por ello es muy común que las transformaciones que se realizan en el cuento o leyenda sean atribuidas al deseo que tiene el narrador de presentar un testimonio más atractivo y de esta manera satisfacer el interés de sus oyentes y de ampliar el placer que él mismo siente en su narración.

1.2.2 Literatura de tradición oral:

A través de la narración, las personas pueden conocer y difundir las creencias, costumbres y tradiciones de su pueblo, ya sea en forma de prosa o verso. Esto se conoce como literatura de tradición oral pues *comprende todas las creaciones comunicadas y trasmitidas en forma oral dentro de un grupo. Conserva en su memoria las formas y temas tradicionales de expresión narrativa y versificada.* (LECUNA Y MONASCAL, 1983; p. 250)

En esta vertiente de la tradición oral se incluyen todas las producciones literarias (cuentos, leyendas, mitos, poemas, etc.) que la comunidad ha ido creando a lo largo del tiempo. A diferencia de la literatura escrita, no se trata de producciones individuales sino de creaciones de la comunidad; son partes de un todo, textos inseparables del contexto cultural en el que se originaron.

La literatura de tradición oral representa la capacidad creadora de una comunidad que a través de palabras, cuentos y leyendas transmite sus vivencias y memorias, expandiéndolas hacia otros grupos de individuos. Estos relatos recrean mundos de fantasías y quizás de sucesos reales que han sido modificados por el paso del tiempo.

Las narraciones orales son construidas en base al lenguaje sencillo y directo propio de los pueblos, en el que utilizan descripciones espontáneas que reflejan su idiosincrasia.

El investigador norteamericano, Stith Thompson, considera que la dinámica de transmisión oral ha hecho que muchas historias sean conocidas por distintos cuentistas hasta que algunos de ellos, u otras personas ajenas a la comunidad que las creó, decida llevarlas al papel. Este autor afirma que difícilmente se pueda establecer una división entre la literatura de tradicional oral y la escrita. Por el contrario, la narración oral y la literatura poseen

estrechos vínculos que las hacen recíprocas. Las narraciones literarias se han nutrido de las tradiciones orales, y viceversa.

La literatura de tradición oral no es exclusiva de pueblos analfabetas, sino que cualquier persona puede participar de ella. Es por esto que la comunidad es parte esencial de la literatura oral, de esta depende el grado de aceptación e interés que le den a determinado relato, para lograr que se mantenga en el tiempo.

La tradición oral de un pueblo y, sobretodo, la literatura oral pueden ser estudiadas desde dos perspectivas:

Perspectiva literaria: este punto de vista estudia las creaciones orales desde la escritura. La literatura oral es considerada como una forma de literatura y, por lo tanto, recibe el tratamiento de cualquier obra escrita. Esta perspectiva no analiza los relatos orales directamente sino los manuscritos en los que se han plasmado. *La perspectiva literaria pregunta por el autor y su biografía, no por el narrador, analiza más los recursos literarios tradicionales que el arte de la narración oral. Al aislar el texto oral del contexto que lo interpreta, lo desnaturaliza y deja fuera del estudio su rasgo más característico: la dimensión oral.* (CORRES, 1980; p. 07)

Esta perspectiva arroja conclusiones pobres, ya que las narraciones orales son anónimas, no tienen ningún autor conocido, se transmiten oralmente por lo que no se pueden examinar los recursos literarios

tradicionales, por el contrario, se deben tomar en cuenta otros elementos como efectos de la voz, gestos y actitudes de narrador.

Perspectiva antropológica: esta busca analizar, en todas sus vertientes, el hecho oral. Evita los intermediarios, por ello procura registrar en toda su pureza lo que escucha, sin examinar manuscritos ni traducciones. Se interesa por elementos como quién lo cuenta, dónde lo cuenta, quiénes escuchan, cuáles son sus reacciones, etc.

Esta perspectiva de estudio no se interesa por los recursos literarios de la narración sino por su valor documental, es decir, lo que está detrás de eso que se nos cuenta, qué gente forma parte de esa comunidad, cuáles son sus valores, su cultura, de qué manera reflejan lo que son y lo que sienten. Mediante las manifestaciones orales se puede reconstruir la cultura de una sociedad, lo mismo ocurre a la inversa; si los cuentos son elementos de la cultura de una comunidad sólo pueden ser entendidos mediante el análisis de la cultura y de la sociedad a la que pertenecen.

Todas las acciones que ocurren en estas narraciones giran en torno a concepciones e ideas importantes para la comunidad y revelan, asimismo, gran parte de sus deseos y aspiraciones más secretas, lo que hace posible conocer la forma de vida de la comunidad que narra y escucha estos cuentos. Como lo señala Herskovits, el narrador se desenvuelve como hijo

de la cultura (...) *sus respuestas tienen que ver con las pautas formales y sus valores reflejan los valores subyacentes de ellas.* (KERSKOVITS, 1976; p. 456)

A este respecto, Stith Thompson sostiene que *como cualquier otro elemento de la cultura humana, los cuentos folklóricos no son simples criaturas al azar. Existen en el tiempo y en el espacio, y son afectados por la naturaleza de la tierra donde son comunes, por el contacto social y lingüístico del pueblo, y por el transcurso del tiempo y los cambios históricos. Un acercamiento a la comprensión de los cuentos folklóricos del mundo exige, por lo tanto, que se aúnen todos los recursos posibles suministrados por el trabajo de historiadores, geógrafos, etnógrafos y psicólogos.* (THOMPSON, 1972; p. 08)

Por ello, el análisis de las producciones orales debe realizarse dentro del contexto en el que fueron producidas. La perspectiva antropológica sitúa a la tradición oral en el lugar que le corresponde: la oralidad deja a un lado criterios literarios para atender al sonido, los gestos, las actitudes y las palabras que surgen de la cultura y de la vida de la comunidad.

1.2.2.1 Funciones de la literatura de tradición oral:

Los autores Lecuna y Monascal, establecen que la literatura de tradición oral tiene varias funciones, siendo una de las más importantes la

función informativa. Los cuentos orales se refieren tanto a los hechos pasados como a los actuales, encargándose de dar cuenta a las comunidades sobre aspectos de su interés. Estos sucesos son recogidos bajo diversas formas como coplas, décimas, corridos y leyendas.

Además, al relatar y al hacer distintas versiones acerca de las aventuras de personajes importantes de la historia, el cuento, desempeña una función histórica, recreando épocas pasadas que dejaron una huella en esa comunidad.

Estos cuentos orales cumplen, asimismo, una función didáctica; a través de ellos se pueden aprender conocimientos útiles y necesarios para la vida de los habitantes de una determinada comunidad. Del mismo modo, la literatura de tradición oral tiene una función lúdica, al reunir diversas adivinanzas y narraciones que sirven para entretener a los oyentes.

Las historias se enriquecen estéticamente en la medida en que los narradores emplean los diversos recursos expresivos que ofrece la palabra, con lo cual contribuyen a estimular la imaginación de los oyentes, cumpliendo así una función estética. La función religiosa es otro de los papeles de la literatura oral, ya que ofrece explicaciones de hechos no comprobados que ponen a prueba la fe de las personas. Lolita Robles le atribuye a la literatura de tradición oral una función moralizante. A través de la palabra, la

comunidad enseña e impone ciertas pautas sociales que deben ser respetadas y que contribuyen, además, a establecer una acción socializadora entre los miembros del grupo.

Este conjunto de funciones son de gran importancia para configurar la labor desempeñada por la literatura de tradición oral en los lugares donde esta se desarrolla y manifiesta, al mismo tiempo que brinda un panorama del amplio campo de acción en el que se desenvuelve.

1.2.2.2 Clasificación de la literatura de tradición oral:

Son muchos los aspectos desde los cuales se puede partir para plantear el estudio de la literatura oral, ya que dentro del mundo de la cultura oral podemos tomar algunos temas o quizás géneros literarios; en los cuales cabe destacar: la novela, el mito, la leyenda y el cuento. Basándose en las diferencias estructurales y temáticas de las manifestaciones orales, el investigador Stith Thompson elaboró una clasificación de los distintos tipos de narraciones verbales. Según Thompson, la literatura oral se clasifica bajo las siguientes formas:

Marchen: este vocablo es de origen Alemán y se traduce del inglés como cuento de hadas. Es un cuento bastante largo que contiene una sucesión de motivos y episodios. Conduce al lector oyente a un mundo irreal,

sin localización o caracteres definidos, que está lleno de pasajes maravillosos y de seres extraordinarios. Generalmente, en este mundo, héroes humildes vencen a maléficos adversarios, llegan al trono y se casan con princesas. Ejemplos conocidos de marchen son la Cenicienta, Blancanieves, y los cuentos de hadas.

Novela: esta forma oral se parece al Marchen en su estructura. La acción del relato transcurre en un mundo real en época y lugares conocidos y, aunque lo maravilloso está presente, contiene una verdad para los oyentes; esta verosimilitud es la que no contiene el Marchen. Ejemplos literarios de novela pueden verse en Las Mil y Una Noche.

Cuentos de héroe: es un término más inclusivo que el Marchen o la Novela, puesto que cuentos de este tipo pueden moverse en el mundo claramente fantástico del primero o en el mundo pseudo realista del segundo. Esta narración oral relata las aventuras de un héroe o las luchas sobrehumanas de ciertos hombres contra sus enemigos. Este tipo de narración se encuentra en los pueblos primitivos o en sociedades que pertenecen a la edad heroica de la civilización, como los primeros griegos.

Tradición Popular (Leyenda local): narra un suceso maravilloso que se presume ha ocurrido realmente en épocas pasadas, o el encuentro con criaturas en las que el pueblo todavía cree: hadas, duendes, espíritus, el

diablo, etc. Puede dar cuenta de un acontecimiento histórico que se ha conservado como recuerdo a veces fantástico y aun absurdo. *Puede relatar la leyenda de algo que acaeció, en tiempos pasados en un sitio específico, una leyenda que se ha radicado en esa localidad, pero la cual, probablemente, se contará en muchos otros lugares, aun en remotas partes del mundo* (THOMPSON, 1972; p. 32). Todos tienen una estructura simple y contienen, por lo general, un solo motivo narrativo. Un ejemplo de la leyenda local en el folklore venezolano es el “Enano de la catedral”, la cual es originaria de Caracas.

Cuento explicativo: otras expresiones que designan a este género son cuento etiológico, leyendas de la naturaleza y cuento de por qué. Este cuento, como su nombre lo dice, explica la existencia de alguna colina, risco o río conocido; el origen y características de algunos animales y plantas; de las estrellas, de la humanidad y de sus instituciones. A menudo, estas explicaciones son tan solo agregadas al cuento para darle un final interesante.

Mito: reseña sucesos o acontecimientos que pertenecen a un mundo que aparentemente precedió al presente orden. *Habla de seres sagrados, de héroes semidivinos y del origen de todas las cosas, por lo general, a través de la acción de esos seres sagrados* (THOMPSON, 1972; p. 33). Los mitos están estrechamente relacionados con las creencias religiosas y las

costumbres del pueblo; además, tienen un significado religioso. *En esencia, pueden ser leyendas de héroes o cuentos etiológicos, pero están sistematizados y tienen un significado religioso. El héroe está relacionado, de alguna forma, con el resto del Panteón, y el origen del cuento se convierte en génesis del mito por estar vinculado a las aventuras de algún semidiós* (THOMPSON, 1972; p. 33). En Venezuela, un ejemplo de este tipo de literatura de tradición oral es Maria Lionza.

Cuentos de animales: los animales asumen un papel determinante en estos relatos. Estos seres están concebidos actuando y pensando como hombres y en ocasiones presentan forma humana. Intentan demostrar la viveza de un animal y la estupidez de otro, y el interés descansa, generalmente, en la índole de los engaños en las que las absurdas situaciones que provoca la estupidez del animal. Cuando el cuento de animales se relata con un propósito moral este se convierte en fábula, como por ejemplo el de Tío Tigre y Tío Conejo.

Anécdotas Cortas: contadas con propósitos humorísticos, se encuentran en todas partes. Se les conoce con diferentes denominaciones como chanzas, anécdotas humorísticas, cuentos divertidos; en ellos prevalece el carácter humorístico y la acción que se relata es fundamentalmente humana. Sus temas preferidos son los absurdos actos de personas tontas, engaños de todo género y situaciones picantes u obscenas.

Leyendas Piadosas: cuentos de santos, narran hechos milagrosos de santos o acontecimientos de sus biografías. (...) *tales cuentos piadosos son normalmente transmitidos por colecciones literarias, aunque algunos ya han entrado en la corriente de la tradición oral* (THOMPSON, 1972; p. 34). Como lo es la leyenda de José Gregorio y los milagros médicos que ha realizado a sus devotos.

Estas formas no son exclusivas, ni excluyentes, ni tan rígidas como pudiera pensarse. De hecho, pueden mezclarse entre sí con asombrosa facilidad y aparecer en un mismo cuento (entendida la palabra cuento como cualquier narración oral) bajo diferentes formas (...) *a medida que los cuentos superan diferencias de épocas o de lugares sufren transformaciones en el estilo y la finalidad porque la estructura de la trama es mucho más estable y permanente que la forma.* (THOMPSON, 1972; p. 34)

De entre todas estas manifestaciones orales a las que hemos hecho referencia, surge aquella que es objeto de estudio de nuestra tesis y que Thompson denomina como tradición popular o leyenda local. En el próximo apartado de este capítulo abordaremos con mayor profundidad esta forma de literatura oral.

1.2.3 Las leyendas:

Las leyendas son relatos que se nutren del día a día de una sociedad, pero que se encuentran anclados en las vivencias de tiempos lejanos. Éstas constituyen sólo una de las posibilidades que posee el ser humano para transmitir experiencias, miedos, esperanzas y sentimientos. En sus comienzos se caracterizó por ser completamente oral y por ello es conocida como una de las manifestaciones folklóricas más primitivas de la tradición oral, pero a través del tiempo se ha venido valiendo de la escritura para trascender a un diferente nivel de difusión.

Para Domínguez, la leyenda *consiste en la narración de un hecho que si bien ha acontecido realmente, ha quedado desvirtuado con el correr del tiempo al circular de boca en boca. La narración puede basarse en algo que aconteció en tiempos remotos, en un lugar determinado y por tal circunstancia, se ha vinculado con dicho sitio.* (DOMINGUEZ, 1975; p. 135).

Mientras que para Santos Erminy, las leyendas son producto de: *esa fascinante confusión del misticismo con la impiedad o la superstición; de lo culto con lo dudoso o falso por efecto del fanatismo; de la farsa de los vivos y la credulidad de los incautos; del desconocimiento de lo simbólico; y a ese culto de los pueblos por lo maravilloso y sobrehumano; al que el vulgo se*

abraza con fe de convencido por sobre los esfuerzos de la ciencia y de la civilización. (ERMINY, s.f.; p. 05)

En cuanto a la temática que las leyendas abordan podemos decir que éstas abarcan cualquier aspecto de las vivencias de un pueblo, ciudad o país, por ello podemos encontrarnos con relatos muy variados sobre personas, hechos, cosas, lugares, aspectos sobrenaturales o determinados fenómenos de la naturaleza.

También existen las leyendas que tienen que ver con las vidas de santos y sus milagros y por otra parte, están aquellas de tipo animista, al involucrar a brujas, espíritus, duendes, fantasmas y espantos. Todos estos relatos, aunque sean de diversa índole, poseen un rasgo común, el hecho de que todos son respuestas a las numerosas interrogantes que perturbaban y perturban al hombre desde tiempos remotos. Al no tener una respuesta más clara sobre hechos inexplicables, el ser humano ha encontrado, a través de sus leyendas, una manera original de obtener respuestas.

Pero para que una leyenda sea considerada como tal, es necesario que de alguna manera, ese hecho que colinda con lo fantástico, sea creíble o aparente serlo, esto implica un acto de fe por parte del oyente, ya que la comprobación de la narración se hace casi imposible. Pero es precisamente esta característica lo que las hace tan interesantes. *La mentira debe*

contener una cuota de verdad y la verdad debe tener una cuota de mentira. Esto le da encanto a la narración, crea misterio y hace volar la imaginación, uniendo lo objetivo con lo subjetivo. (ROBLES, 2002; p. 54)

La leyenda debe ser aprobada por sus oyentes, quienes son los únicos que pueden decidir cuál de ellas perdura en el tiempo y cuál no, para ello es necesario que transcurra un lapso de tiempo razonable entre la producción del hecho y su divulgación. De esta manera, podemos afirmar que es muy poco probable que una leyenda se forme posteriormente a la producción de un acontecimiento. Deberán pasar semanas, meses o quizás años, para que la narración se modele, tome forma y se fije relativamente en el tiempo, lugar y espacio.

1.2.3.1 Origen de las leyendas:

El origen de las leyendas se remonta a épocas en donde la electricidad aún no formaba parte de los pueblos y ciudades, por ello, muchas de estas narraciones de antaño tienen como principal temática los espíritus y espantos. Producto de la ausencia de luz eléctrica en diversos poblados y de las escasas diversiones que podía ofrecer un pueblo, la gente se reunía a contar historias a la luz de las velas, lo que permitía a los oyentes expandir su imaginación sobre relatos fantásticos y saciar su necesidad de información. Alberto Franco indica que las leyendas *son siempre explicativas*

o perceptivas, es decir, su fin es, ya la explicación clara de hechos oscuros o inexplicables, ya la narración dramatizada de otros hechos concernientes a la moral. (FRANCO, 1940; p. 20)

Con el desenvolvimiento que introdujo la energía eléctrica a los pueblos y los avances posteriores a la invención de la radio, la televisión, etc. se puede observar una transformación en los hábitos y costumbres de los habitantes de los pueblos y ciudades, quienes ya no dedican tanto tiempo a reunirse en plazas y calles a comentar los últimos acontecimientos o historias y cuyos temas de conversación versan sobre actividades y acciones diferentes.

Aunque la temática haya cambiado un poco, se puede apreciar que la función que cumplen las leyendas dentro de la sociedad se sigue conservando intacta, ya sea en un pueblo o en una ciudad desarrollada. Transmitir una advertencia, una moraleja u ofrecer una explicación a un hecho desconocido son sólo algunas de esas funciones que nunca llegan a cambiar. Igualmente, podemos toparnos con relatos con diferentes protagonistas, diferentes ambientes o insólitos acontecimientos, pero lo que constituye el mensaje del cuento, ha permanecido intacto a través del tiempo.

1.2.3.2 Las leyendas en Venezuela:

La riqueza del flujo multicultural que posee Venezuela permite concebir las leyendas de nuestro país como producto de la fusión entre las

culturas foráneas, como la africana y la española, con la cultura indígena autóctona.

Uno de los rasgos más característicos en las leyendas venezolanas es su temática religiosa, producto de ese proceso colonizador emprendido por los Reyes Católicos de España. En los tiempos de la colonia, la religión católica vino a jugar un papel determinante en la tradición oral venezolana, ya que las órdenes reales utilizaron las figuras religiosas para conseguir una sumisión total. Los misioneros eran los encargados de inculcarles a los indios creencias católicas, suplantándoles sus dioses y muchas de sus ceremonias. Asimismo, impidieron las prácticas religiosas de los africanos, quienes habían traído consigo creencias que eran, en su mayor parte, animistas y fetichistas, como lo eran las de los indios, pero que también incluían prácticas y ritos islámicos traídos por los musulmanes africanos. Aunque algunas creencias sobrevivieron y otras se fundieron con la cultura nativa, la mayoría fueron avasalladas por las creencias católicas impuestas por los misioneros.

Algunas de las prácticas africanas no pudieron erradicarse, como muestra de ello tenemos la música, representada por los tambores, y las danzas rítmicas de África que aún se mantienen en nuestro país. Quinientos años después del inicio de este rico proceso de encuentros y mezclas, se puede afirmar que en Venezuela existen diversos tipos de leyendas, producto de ese mestizaje de tradición oral, entre las cuales podemos mencionar las

que son netamente informativas y las que tienen un carácter moral, utilizadas para advertir catástrofes, desgracias, etc. A su vez pueden tener un trasfondo religioso o histórico y pueden abarcar diversos temas, en los que sobresalen principalmente el de espantos y desaparecidos.

Como ya lo hemos mencionado anteriormente, dentro del proceso de transmisión de estas narraciones orales, el o los narradores van a ser uno de los aspectos determinantes para la divulgación del mensaje, ya que dependiendo de su destreza como orador y su imaginación para describir la historia tendrá éxito, o por el contrario será un fracaso.

El venezolano, caracterizado por su gran imaginación y originalidad, es un narrador que le reimprime gran creatividad a estos relatos que se nutren de las experiencias y vivencias de una comunidad en un determinado lugar.

Es importante aclarar en este apartado que buena parte de la sabiduría popular del pueblo venezolano se ha manifestado en la narración de leyendas, las cuales se han difundido hasta los lugares más remotos de la geografía del país, con algunas variaciones propias de la tradición oral.

1.2.3.3 Diferencia entre el mito y la leyenda:

Desde siempre, la leyenda y el mito han suscitado polémica en cuanto a sus diferencias. Muchos tienden a confundir estas dos manifestaciones

orales catalogándolas, en algunos casos, como sinónimos. Es por ello que, consideramos necesario señalar las diferencias entre ambos términos, con el fin de establecer, claramente, el objeto de estudio de nuestro trabajo de licenciatura: las leyendas.

Tanto la leyenda como el mito son productos de la creación e imaginación de una comunidad que gesta estos relatos para comunicar sus vivencias y nociones sobre lo que le rodea. Ambas manifestaciones forman parte del folklore de una sociedad, pero responden a motivos diferentes, por lo que presentan características que los distinguen y hacen únicos.

El mito se puede definir como un relato o narración que explica un acontecimiento histórico, pero que se encuentra basado en una necesidad religiosa de los hombres por interpretar su realidad. *El mito como teoría creada parte de una experiencia vivida, la cual penetra constantemente en lo sagrado, en lo espiritual, puesto que alude al origen de todas las cosas explicándolo a través de las presencia de seres perfectos* (MAVARES, 1982; p. 17). Es por ello, que este testimonio oral constituye una concepción del universo al que acuden los pueblos para descifrar el origen de las cosas.

El mito relata una historia sagrada. En dicha narración se ponen de manifiesto las hazañas de los héroes, que en los comienzos fueron seres sobrenaturales, y en que el hombre es simplemente un mortal sujeto a las

decisiones de los personajes sagrados, a los dioses. *Los mitos recuerdan que en la tierra se produjeron constantemente acontecimientos grandiosos y que este “pasado glorioso” es en parte recuperable.* (MIRCEA, 1985; p. 163)

Por su parte, la leyenda a diferencia del mito no narra historias sagradas, sino historias que a veces tienen que ver con hechos auténticamente conocidos por el pueblo y que se transmiten oralmente. En las leyendas pueden haber narraciones de hechos fantásticos o sobrenaturales, como visiones de santos, duendes, etc., sin embargo, los narradores, y eso es lo importante, aseguran veracidad en su relato.

Por todo esto, en la leyenda, el hombre es el testigo, es el intermediario entre lo natural y lo sobrenatural, es decir, este narra una historia por medio del conocimiento que lo rodea y el conocimiento de lo que está más allá de sus ojos y que algunas veces cree ver. Contrariamente, el mito explica la historia, en éste el hombre no es el intermediario, sino que se introduce en un mundo sagrado, compartiendo con los dioses la comprensión del origen de las cosas.

Asimismo, el mito, a diferencia de las leyendas, cuyos personajes existieron en algún momento de la historia, no tiene un tiempo definido ni un personaje que haya existido en la realidad. Por ello el mito, habitualmente, está asociado a la religión y el culto, porque sus personajes, admirados y

adorados, son seres divinos, algo que tiene un nombre basado en una creencia pero jamás en una prueba concreta.

Autores como Malinowski le atribuyen mayor importancia a los mitos, porque son vistos como relatos sagrados que no sólo enseñan las costumbres de los ancestros, sino que, también, representan la escala de valores existentes en una cultura; mientras que consideran las leyendas como relatos que satisfacen necesidades sociales de una comunidad. Sin embargo, consideramos que ambos poseen la misma relevancia al tratarse de relatos que forman parte de la memoria colectiva y la tradición oral de los pueblos. Uno y otro, mitos y leyendas, constituyen narraciones que revelan las más arraigadas costumbres y creencias criollas y que reflejan la identidad de un pueblo.

1.2.3.4 Clasificación de las leyendas:

Las Leyendas al igual que otros relatos orales responden a la creatividad del pueblo en las que se gestan, por lo que pueden estar basadas en diferentes motivos. Sin embargo, una de las clasificaciones más conocidas agrupa a estas narraciones bajo los siguientes tipos:

Leyendas Maravillosas: estas historias giran en torno a seres sobrenaturales y extraordinarios. Desde siempre, las leyendas maravillosas han estado asociadas a la idea de magia, brujería y encantamientos. Además, se incluyen en esta categoría, los relatos acerca de aparecidos,

fantasmas y difuntos. En el folklore venezolano nos encontramos con ejemplos de este tipo de leyendas: El Silbón, La Llorona, etc., narraciones propias del llano.

Leyendas Naturalistas: relatan cuentos que tienen como motivo principal los elementos naturales: tierra, aire, agua y fuego. Por ejemplo, hay numerosas leyendas referentes al fondo del mar. Una de ellas asegura que en las profundidades existen sirenas, mujeres mitad pez y mitad humana que logran hechizar a quienes las escuchan cantar. Las leyendas naturalistas, generalmente, narran el origen de alguna montaña, el nombre de un lugar, una planta o monumento natural característico de una ciudad.

Leyendas Históricas: de la interpretación de determinados sucesos históricos, o de testimonios del pasado, se han derivado interesantes leyendas. En estas narraciones se recrean épocas pasadas y modos de vida que reflejan la idiosincrasia de un pueblo. Otras veces las leyendas históricas destacan la vida de personajes admirados o temidos, atribuyéndoles hazañas y otros rasgos únicos.

Leyendas Urbanas: estas narraciones nacen en el contexto de las ciudades y la modernidad. Los argumentos de estos relatos reflejan los miedos propios de las grandes urbes: delincuencia, terrorismo, conflictos

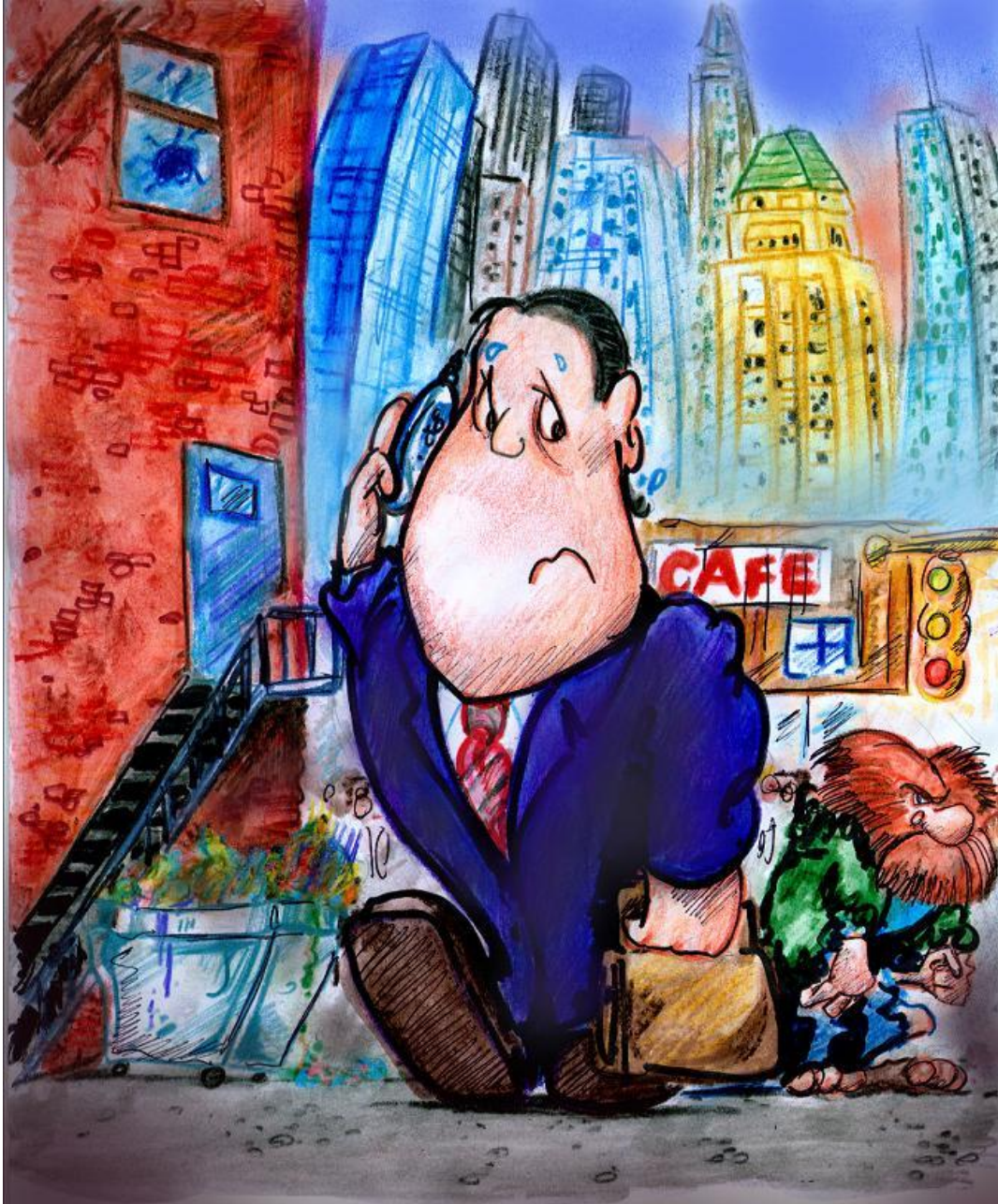
sociales y políticos y crímenes. En algunos casos, estas leyendas pueden contener motivos humorísticos. Este tipo de cuentos serán abordados a profundidad en nuestro próximo capítulo, por constituir el objeto de nuestro trabajo de licenciatura.

Leyendas Religiosas: la fe religiosa ha recogido multitud de prodigios sobrenaturales y milagros que son narrados bajo la forma de leyendas. Estas narraciones orales recogen, además, la vida y obra de santos, de vírgenes y de Cristo. En Venezuela es famosa la leyenda de la aparición de la Virgen al indio Coromoto en el Estado Portuguesa.

Aunque existen más clasificaciones, la que presentamos anteriormente nos parece la más indicada para nuestro trabajo de grado, ya que son estos cinco tipos de leyendas los más conocidos y comentados.

Capítulo II Leyendas Urbanas:

Reflejo de una realidad



2.1 Ciudad & Campo: miedos ahora y entonces

El rápido crecimiento urbano que el mundo ha experimentado, de manera más notable en los siglos XIX y XX ha sido, sin duda, consecuencia de una dilatada migración rural, de una alta tasa de natalidad y de una industrialización que ha venido adquiriendo fuerza año tras año y que ha transformado de manera única e irreversible nuestra manera de representar el mundo, de concebirlo y vivirlo.

En suma, puede decirse que la globalización vehiculizada por el mercado, la expansión capitalista y la revolución de las comunicaciones, junto al surgimiento de un orden postradicional que basa su capacidad innovativa en el constante avance científico-técnico, ha producido un quiebre en la línea de desarrollo de la modernidad. Ha cambiado nuestra representación espacio-temporal del mundo y, con ello, se han modificado también las coordenadas de nuestra experiencia personal. (BRUNNER, 1999; p. 143)

El imaginario urbano, entendido como la manera en que la sociedad se representa y se percibe así misma, da cuenta de que la ciudad es concebida como un contexto mucho más anónimo, que propicia el individualismo dentro de una selva de concreto que no ofrece otra cosa que caos y confusión. Lo rural, por su parte, sigue poseyendo un aire familiar,

restringido y más sereno. *La ciudad es exceso, perdición, pero esencialmente “peligro”. El transeúnte, el automovilista, el vecino, no ofrecen garantías. El peligro disminuye cuando el territorio es conocido, esto se traduce en una organización territorial entre lo conocido= seguro y lo desconocido= inseguro.* (REGUILLO, 2002; p. 74)

Por ello, el espacio rural tiende a ser o “parecer” más seguro para aquellos que lo habitan, ya que consiguen en este entorno la estabilidad que produce lo familiar y que la modernidad aún no ha modificado, como en el caso de la ciudad. *Así, mientras los temores de ayer, hace mil años, nacían de las calamidades y la impotencia del conocimiento, los miedos de hoy, en cambio, son los del capitalismo tardío, de la alta modernidad, de una civilización dominada por el conocimiento y la comunicación.* (BRUNNER, 1999; p. 38)

La diferencia entre los temores de aldeanos y ciudadanos corresponde al contexto en los que ambos se desarrollan. Mientras que los campesinos viven en pequeños pueblos cuyos escenarios principales para la discusión y el intercambio de ideas son la plaza pública y la iglesia, y su primera fuente de ingresos la agricultura; en las ciudades la convivencia se desenvuelve en espacios privados como: centros comerciales, salas de cine, cafés, etc., lugares en los que se llevan a cabo las actividades comerciales características de las urbes.

2.1.1 Caracas entre dos tiempos:

En Caracas los primeros indicios de evolución urbana se vislumbraron con la llegada al poder de Guzmán Blanco en 1870 y su empeño por convertir a la capital de Venezuela en una urbe a la altura de las más modernas metrópolis europeas. El advenimiento de la era industrial en Europa y la plena expansión del capitalismo marcaron el inicio de la ola modernizadora que se emprendió a nivel mundial, y que llegó a Venezuela algunos años después. Uno de los más representativos proyectos que da cuenta de ese proceso urbanizador lo constituye la Avenida Bolívar, esta importante arteria vial sería, además, una pequeña antesala a la nueva apariencia monumental de la ciudad conformada por viaductos, autopistas y grandes avenidas, incluyendo la nueva escala del movimiento ciudadano.

La llegada del petróleo propició un verdadero cambio en la realidad económica y social del país, sustituyendo el precario panorama agrícola por una industrializada economía petrolera, que se reflejó más claramente en Caracas como sede de todos los poderes públicos, lo que atrajo masivamente a diversos conjuntos poblacionales de todos los puntos cardinales del país.

La migración del campo a la ciudad, sin una previa organización y planificación urbana que permitiera el desarrollo social y arquitectónico a la

par del crecimiento demográfico, produjo un verdadero caos en la distribución poblacional que se hace más evidente en los sectores marginales que bordean a Caracas.

La discriminación racial, el aislamiento ciudadano y el aumento de la violencia son algunas de las consecuencias que se viven en la capital, producto de esa desproporcionada urbanización. Este caos social encuentra a sus **culpables** en maleantes, drogadictos, desempleados y **extranjeros**, refiriéndose tanto a los que vienen de otros países como a los que emigran de otras ciudades del país. Por tanto, el miedo viene a jugar un factor fundamental en la manera de percibir y vivir el contexto social donde se habita. *El miedo se convierte en operador simbólico que a partir de ciertas creencias modifica el uso de la ciudad.* (REGUILLO, 2002; p. 74)

No obstante, la urbe como oportunidad para el desarrollo y la convivencia, es un camino para construir avances y victorias, pero también derrotas e injusticias. Esto nos demuestra que la cotidianidad va más allá de esa concepción apocalíptica o paradisíaca que tengamos del entorno urbano, debido a que existe una variada, compleja y amplia red de significados diversos, múltiples y cambiantes. Así, cada persona experimenta la realidad de manera distinta, de acuerdo a su cultura, nivel socioeconómico, edad, género y etnia. *Lo que hace diferente a una ciudad de otra no es tanto su capacidad arquitectónica, cuanto más bien los símbolos que sobre ella*

construyen sus propios moradores. Y el símbolo cambia como cambian las fantasías que una colectividad despliega para hacer suya la urbanización de una ciudad. (SILVA, 1992; p.19)

En conclusión, Caracas, como cuna de tradiciones, fiestas y cosmovisiones, se caracteriza por reinventarse día a día gracias a la intervención humana, ya sea individual o colectiva. Este cambio permanente en el que nos vemos envueltos y el cual no podemos evadir, genera miedos e incertidumbres que se expanden y se transmiten por diversos canales. Las leyendas urbanas representan una de estas vías a través de las cuales el ciudadano da a conocer sus más profundas frustraciones y experiencias. *La inseguridad contemporánea, esa inquietud y angustia se expresan en buena parte de la literatura y de las imágenes del arte y el cine, o que encontramos diariamente en los media (...)* (BRUNNER, 1999; p. 42)

Es por ello que las leyendas urbanas constituyen un importante elemento de análisis entre los intelectuales que se dedican a estudiar la bien llamada sociedad posmoderna, pues por medio de estas historias pueden acceder a los más oscuros pensamientos y temores que el hombre ha construido en torno a este nuevo contexto social.

2.2 Leyendas Urbanas: ¿Demasiado buenas para ser verdad?

Según el investigador y sociólogo mexicano, Francisco Javier Cortazar, existen básicamente dos grandes corrientes que buscan explicar qué son las leyendas urbanas, siendo el punto de divergencia entre ambas teorías la posible veracidad o no de las historias. La primera de ellas asegura que estas siempre son falsas, es decir, son narraciones fantasiosas que hasta podrían ser verdad, pero que en realidad nunca ocurrieron. Son mentiras que son contadas como hechos, generando historias que corren por todo el mundo.

De acuerdo a la segunda teoría propuesta por Cortazar, la prueba de veracidad no descalifica la narración como una leyenda urbana, ya que no podemos limitar estos relatos a la idea de que son falsos y punto. Por el contrario, esta es definida como una historia que es tomada como auténtica, a pesar de la ausencia de evidencias o de pruebas lógicas. Independientemente de que el relato sea verdadero o no, lo que importa es que siga siendo transmitido por personas que no pueden o no desean comprobar los acontecimientos y que los escuchan atentamente “por si acaso”. Esta teoría sostiene que los requisitos fundamentales para definir determinadas historias como una leyenda urbana radican en cómo surgió la historia y cómo ocurrió la transmisión. Por ello, lo más importante es que la narración sea contada siempre como si fuera verdad, aunque no exista

ninguna evidencia que sirva de prueba, ni forma de identificar al protagonista de la narración. Tomando en cuenta esto consideramos que la última teoría mencionada corresponde más acertadamente a la realidad de las leyendas urbanas.

Clasificar determinada historia como una leyenda urbana considerando, únicamente, la autenticidad o no de éstas excluiría una buena parte de estos relatos modernos. Por ejemplo, es bien conocida la historia de alguien que colocaba agujas en las butacas de los cines (existen otras locaciones como autobuses u otros lugares públicos) para que las personas fueran infectadas con el virus del Sida. Más allá de la discusión técnica de si las agujas podían o no contaminar a alguien, es realmente imposible determinar si alguna persona no intentó realizar esta acción o si la historia fue inventada, por tal motivo las leyendas urbanas son catalogadas en función de otros aspectos que abordaremos después de conceptualizar este término.

Para Francisco Javier Cortazar, una leyenda urbana es *una anécdota de la vida moderna, de origen anónimo, que presenta múltiples variantes, con contenido sorpresivo pero falso o dudoso, narrado como verdadero y reciente en un medio social del que expresa simbólicamente sus miedos o sus aspiraciones* (CORTAZAR, 2004). La veracidad como mencionamos anteriormente juega un papel fundamental al referirnos a estos relatos,

Cortazar da por sentado la falsedad de la historia, mientras que autores como el norteamericano Jan Harold Brunvand permanecen sin emitir juicios definitivos al definir las como *fábulas populares que describen acontecimientos presuntamente reales*. (BRUNVAND, 2002; p. 15)

De acuerdo a nuestra investigación y al hecho de que no es posible determinar con exactitud si la leyenda aconteció o no en algún momento o lugar, consideramos más apropiada la posición de Brunvand, al referirse a las leyendas urbanas como historias posiblemente ciertas, dejando así abierta la posibilidad de que éstas hayan ocurrido.

2.2.1 Más allá de la ciudad:

Muy poco es lo que se ha escrito sobre estas historias maravillosas que circulan por las calles y avenidas de las grandes urbes y que viajan de un sitio a otro con increíble facilidad. De hecho, es prácticamente desconocido el origen de la expresión **leyenda urbana** entre sus grandes investigadores *nadie sabe con certeza quién acuñó el término (...) pero los grandes folkloristas interesados en la narrativa oral moderna llevan casi medio siglo estudiándola*. (BRUNVAND, 2002; p. 17)

Aunque no exista una fecha precisa, Francisco Cortazar sostiene que el vocablo leyenda urbana (del inglés urban legends) nació en los años 70

entre los folkloristas norteamericanos, quienes designaron con este nombre a esas fábulas que eran contadas como ciertas y que forman parte del imaginario colectivo. Es por ello que, la palabra “urbana” no debe ser entendida, únicamente, como equivalente a citadino, sino como sinónimo de moderno, de lo nuevo y novedoso. El uso de esta nomenclatura surgió para diferenciar éstas historias de los tradicionales cuentos originados en el medio rural.

Ni los más eruditos en el tema pueden precisar con exactitud dónde y cuándo se crearon. Esta incertidumbre responde a que estos relatos no surgieron con las ciudades específicamente, aunque es en este ámbito en donde se han divulgado y ampliado las leyendas urbanas, éstas se han gestado en comunidades modernas que buscan, a través de la palabra, expresar sus preocupaciones o problemas más importantes, demostrando que nada es como parece. Detrás de una simple actividad puede existir un grave peligro.

El carácter urbano de las leyendas reflejan y representan una nueva realidad. Los antiguos relatos de seres sobrenaturales, hechiceros y brujas, de origen más provinciano, quedaron relegados para dar paso a historias basadas en la ciudad, ese escenario donde convergen y se funden las características de la posmodernidad y en la que vive un gran porcentaje de la población mundial.

Estos centros poblacionales gestan sus propias leyendas en nuevos espacios como los bares, las salas de cine, el centro comercial, etc., lugares que pasan a jugar un papel crucial en la socialización de los individuos.

Como todas las narraciones que forman parte de la tradición oral, las leyendas urbanas manifiestan la idiosincrasia de la comunidad que las originó, *son creaciones colectivas, donde cada individuo interviene añadiendo, acentuando o suprimiendo aspectos de la narración por lo que se encuentran lejos de ser la creación de individuos anónimos con fines difamatorios* (CORTAZAR, 2004). Como tal, estos testimonios orales, creación del imaginario colectivo de quienes viven en las urbes, expresan las preocupaciones, miedos, creencias, expectativas y angustias de una sociedad, en una época específica.

2.2.2 ¿Cómo reconocerlas?

Las leyendas urbanas tienden a ser caracterizadas como historias muy buenas para ser verdad porque *las localizaciones y los hechos que se describen son ciertos y conocidos (casas, oficinas, hoteles, centros comerciales, autopistas, etc.) y sus personajes humanos, personas muy normales. Sin embargo, los incidentes cómicos, chocantes u horripilantes que les ocurrieron a esas personas llegan demasiado lejos para ser creíbles.* (BRUNVAND, 2002; p.15)

Es así que existen relatos en el que la gente hace cosas como, por ejemplo, meter al gato en la lavadora o en el microondas. Existe la posibilidad de que estas acciones se hayan producido, no obstante, es casi imposible que hayan sucedido en los diferentes lugares y momentos que relatan los narradores. *Las leyendas urbanas son sencillamente demasiado buenas (es decir, demasiado claras, equilibradas, centradas y perfectas).* (BRUNVAND, 2002; p. 16)

Estas historias maravillosas son una forma de folklore, una vez que corresponden al conjunto de convicciones y tradiciones de un pueblo. Así, el modo de diferenciar entre las leyendas urbanas y otro tipo de narraciones, como por ejemplo las leyendas tradicionales está en sus orígenes y en la forma en que son transmitidas. Éstas últimas tienden a surgir espontáneamente, su difusión y propagación se realiza principalmente de individuo a individuo, por comunicación interpersonal, y sólo en casos atípicos por medios de comunicación de masas, al contrario de las leyendas urbanas, que emplean nuevos medios para difundirse como veremos más adelante.

Uno de los aspectos más particulares de las leyendas urbanas tiene que ver con los protagonistas de la historia. Cuando se intenta verificar a quién le ocurrió un determinado hecho la respuesta habitual es que le

sucedió a un amigo de un amigo. Generalmente, las acciones no pueden ser comprobadas, pues no se establece con exactitud los personajes de la leyenda. De hecho, los norteamericanos denominan a estos relatos como los FOAF tales (friend of a friend tales), que significa historias de un amigo de un amigo.

Aunque las pruebas sean ilógicas y escasas, el narrador y el receptor siguen transmitiendo estas fábulas, pues las fuentes supuestamente fidedignas le otorgan cierta credibilidad al cuento. Y es que la expresión **le ocurrió a un amigo de un amigo**, si bien parece increíble, le confiere a los personajes cierta proximidad o cercanía con quien relata la anécdota, por lo que la historia se vuelve mucho más creíble y probable. Recordemos que los protagonistas de estos relatos son personas comunes y corrientes.

Las leyendas urbanas, como parte de la tradición oral de una comunidad, tienden a ser modificadas con el paso del tiempo, tal como lo explicamos en el capítulo anterior sobre folklore. Estos relatos posmodernos acaban siendo repetidos por muchas personas en diferentes lugares. En consecuencia, es prácticamente imposible encontrarnos con una leyenda urbana que sea contada exactamente igual por dos personas en distintas regiones, pues cada relator le imprime características propias y originales a su narración.

Dentro de los cambios que sufren estas fábulas al pasar de un individuo a otro, nos encontramos con tres variantes importantes como lo señala Cortazar: la primera de ellas es a **nivel estilístico**, estas modificaciones dan cuenta del estilo y cualidades del emisor y por lo tanto son consideradas como superficiales. La segunda variante son las de **índole circunstancial**, estas alteraciones son realizadas para adaptar el relato al contexto social en el que se van a reproducir, permitiendo así que no choquen con las características del nuevo público. La tercera y última variante son las denominadas como **profundas**, si bien estas transformaciones son muy notables, son escasas para dar origen a un tipo de leyenda diferente.

De igual manera, podemos mencionar brevemente otras características de las leyendas urbanas que hemos descubierto a lo largo de nuestra investigación:

- Al igual que cualquier narración, presenta la estructura característica de un relato: introducción, desarrollo y fin.
- Generalmente, estas leyendas se inician con frases como: “esta es una historia verdadera”, pues siempre son contadas asegurando su veracidad. Para ello se utilizan escenarios comunes y personajes reales que hagan más familiar la acción.

- La historia se presenta bajo diferentes formas, llegando al público por medio de diversos canales: comunicación interpersonal, Internet, folletos, películas, artículos de periódicos, etc.
- Estos relatos urbanos pueden haberse iniciado por medio de una simple anécdota, como lo sostiene Brunvand: *las anécdotas, a veces se convierten en leyendas, es decir versiones más largas de tales historias cuyo estilo se estereotipa, y viajan de un lugar a otro y de una persona a otra.* (BRUNVAND, 2003; p. 242)
- Las leyendas urbanas son construidas con tal eficacia que dejan en el receptor la necesidad de recontarlas, alimentando así la amplia cadena de difusión que se genera alrededor de estas historias.
- Suelen asociarse con los rumores, sin embargo, éstos, usualmente, se deshacen y desmienten con facilidad, mientras que las leyendas urbanas logran permanecer en la memoria de las personas. Aunque pase el tiempo siempre existirá la duda sobre su autenticidad.
- Si bien están llenas de detalles, los datos que aparecen en estos relatos no pueden ser comprobados.

Estas son algunas de las particularidades que distinguen a las leyendas urbanas de otros tipos de relatos.

2.2.2.1 Moraleja:

Para nadie es un secreto que la violencia y la anarquía tienden a ser los aspectos más característicos de ciudades posmodernas. La inseguridad, por ejemplo, se ha convertido en uno de los grandes recelos de los ciudadanos, quienes transmiten esos miedos a través de la literatura oral. En consecuencia, *las leyendas urbanas modernas están llenas de advertencias contra peligros imaginarios de la vida cotidiana: asesinos con garfios, rayos solares mortales, retretes que explotan, cactus infestados de arañas y otros por el estilo.* (BRUNVAND, 2002; p. 215)

Además de traducir las angustias del colectivo, las leyendas urbanas en su gran mayoría contienen, implícitamente, un mensaje moral, es decir, una moraleja que le advierte al receptor: **esto le podría ocurrir a usted o tenga cuidado con esto.** Por medio de estos relatos *se aprenden las lecciones morales que sancionan el bien y el mal, son historias ejemplares que enseñan y educan de forma didáctica, estética, emocional o recreativa sobre normas sociales* (CORTAZAR, 2004). Es así que estas anécdotas urbanas no sólo distraen a quienes las escuchan, sino que, además, **aleccionan** a través de las experiencias de los protagonistas a aquellos que mantengan comportamientos **inadecuados**. Son mecanismos para promover conductas apegadas a las normas sociales establecidas.

Como señala José Manuel Pedrosa en su libro “La Autoestopista fantasma y otras leyendas españolas” *La mayoría de las leyendas urbanas provocan miedo o inquietud, porque el miedo es uno de los sentimientos más profundos y universales. Una leyenda urbana es una especie de catarsis, de estrategia psicológica para sacar del interior las cosas que más nos preocupan.* (PEDROSA, 2004; p. 74)

José Joaquín Brunner, por su parte, afirma *que el malestar de la posmodernidad, sus miedos y angustias, tienen una de sus raíces menos visibles, pero más hondas, en la incertidumbre moral, en ese desamparo del ‘ser’; en el hecho de que éste ya no siente la moral como su casa, porque la casa se ha llenado de múltiples voces.* (BRUNNER, 1999; p.202)

El hombre se siente desorientado y en peligro frente a la avalancha de transformaciones tecnológicas y sociales que lo envuelven día tras día, por ello fabrica estos relatos urbanos, que no sólo manifiestan lo que le causa incertidumbre sino que amedrentan e intimidan, de alguna manera, a aquellos que pretendan actuar de la forma que éste considera incorrecta.

2.2.3 Temas de leyendas urbanas:

El fenómeno de las leyendas urbanas a pesar de no ser nuevo, no cuenta con grandes investigaciones que permitan establecer una

clasificación definitiva de estas historias modernas. De hecho, no existe un parámetro establecido al hablar de tipos de leyendas urbanas. Sin embargo tomando el ejemplo del folklorista norteamericano, Jan Harold Brunvand, establecimos una clasificación en base a algunos de los temas que el autor aborda sobre estos relatos maravillosos. A continuación, presentamos nuestra categorización:

2.2.3.1 El uso y manejo de la tecnología: el arribo de la posmodernidad y la globalización trajo consigo la puesta en marcha de nuevas tecnologías que originaron dudas e incertidumbre entre la población. Está visto que las innovaciones tecnológicas desde siempre han generado desconfianza, basta con recordar como los aviones y los automóviles fueron cuestionados en su época. Actualmente ocurre lo mismo, equipos electrónicos como celulares, microondas y computadoras son el motivo de muchos relatos urbanos que muestran las dos caras de la tecnología: al mismo tiempo que mejora la calidad de vida del hombre, puede perjudicarla. *La tecnología, como suelen decir los expertos, es una bendición y una maldición al mismo tiempo. La parte de la bendición no es muy relevante en las leyendas urbanas; lo bueno está, definitivamente, en lo que tienen de maldición* (BRUNVAND, 2003; p. 65). Es por ello que, las leyendas urbanas de este tipo crean alerta entre quienes empleamos estos aparatos modernos.

Otras leyendas de este género critican el mal uso que le damos a estos artefactos, como aquella: *del sujeto que llama al servicio técnico de su aparato para que le reparen o cambien el posavasos.*

-¿El posavasos?- pregunta al técnico

- Si – dice el cliente-. Lo empujé demasiado fuerte sin darme cuenta y ahora no se recoge como antes.

-¿Dónde está el posavasos?- le pregunta el técnico.

-En la parte de adelante, a la izquierda, ya lo sabe, esa repisita que sale para poner la taza de café mientras trabajo.

- Está dejando el café en la bandeja del CD-ROM. (BRUNVAND, 2003; p.66)

En general, este tipo de leyendas urbanas deja en tela de juicio el provecho que podemos obtener de las invenciones tecnológicas, ya que califica a estos aparatos como peligrosos y a quienes los empleamos como torpes.

2.2.3.2 Miedo a los extraños: la emigración ha sido uno de los fenómenos más populares del siglo XX y XXI. Las guerras mundiales, las dictaduras y los regímenes fascistas, en su momento, así como las crisis económicas y la búsqueda de una mejor calidad de vida han sido, y son, algunos de los estímulos para que millones de personas emigren de sus países. Estas culturas migratorias generan temor en sociedades que se sienten inseguras ante estos nuevos **vecinos**, y que plasman ese

sentimiento en algunas leyendas urbanas. *El emigrante actualiza el miedo al otro, al extraño, al usurpador, al portador de otros valores.* (REGUILLO, 2002; p. 78)

Una de las leyendas que refleja los prejuicios que tienen algunas personas hacia los extranjeros es aquella que relata la historia de...

Una joven mujer que entra a un restaurante a comer algo rápido, después de pagar se dirige a la única mesa vacía del establecimiento y deja ahí sus cosas. Antes de sentarse recuerda que ha olvidado algo en la barra y se aleja. Al regresar a su mesa se da cuenta que hay una persona de origen hindú de aspecto pobre. Como no hay otra mesa vacía en el establecimiento y ya están ahí sus cosas decide sentarse frente al hombre y compartir la mesa. Ella piensa que el hombre se está comiendo la comida que ella dejó, por lo que algo molesta pero condescendiente empieza a tomar de la misma comida que él. Durante el almuerzo ambos se miran con recelo sin pronunciar palabra. Al finalizar cada uno se marcha por su lado. Camino a su casa la mujer encuentra entre sus cosas la comida que ordenó intacta y cae en la cuenta que es ella la que se ha comido el alimento del otro y no al revés, como ella creía. En algunas versiones cambia la raza del hombre, pudiendo ser negro, latino o de cualquier otra parte o de cualquier clase social "inferior" a la de la mujer. (CORTAZAR, 2004)

Estas leyendas urbanas encuentran su origen en sociedades mayoritariamente xenofóbicas, las cuales manifiestan su rechazo hacia

cualquier cultura diferente, y es el color de piel de una persona lo que trae consigo una serie de estereotipos que se han venido fijando entre quienes buscan identificar y catalogar a los **otros**.

2.2.3.3 Aventuras sexuales: en los medios de comunicación de masas, la mayoría de los mensajes publicitarios y anuncios televisivos están plagados de contenidos e insinuaciones sexuales; por ello no tiene nada de raro que este tema sea abordado también por las leyendas urbanas. Si los dueños de los mass media saben que su rating aumenta mientras muestren más sexo, por qué no habrían de hacer lo mismo los narradores de las leyendas urbanas para atraer la atención de más y más oyentes. Existen muchas leyendas urbanas que se refieren al sexo, pues en cada esquina nos vemos tentados a cometer cualquier tipo de excesos. El ambiente nos incita a caer en el **pecado** de la sexualidad porque somos **débiles**.

Muchas de estas leyendas poseen una moraleja que se encuentra incluida dentro del relato, como esta que narra la siguiente historia: *un tipo (un amigo de un compañero de trabajo) conoció a una chica en un club que se llama Josephina`s. El coqueteó, ella le respondió y antes de que se dieran cuenta estaban en su casa haciendo el amor. Él no se podía creer la suerte que había tenido. A la mañana siguiente se despertó solo, fue al cuarto de baño y casi se desmayó, en el espejo, escrita con barra de labios, había una*

nota que le había dejado la chica. Decía: Bienvenido a la familia del Sida.
(BRUNVAND, 2002; p. 179)

De alguna manera, estas historias responden a la necesidad de crear patrones de comportamiento sociales que chocan, notoriamente, con el manejo libre de la sexualidad. A través de estas leyendas urbanas se busca mantener conductas ligadas a normas tradicionales que condenan la promiscuidad, como antes lo hicieran otras formas de literatura oral.

2.2.3.4 Niños en peligro: son muchas las leyendas urbanas que giran en torno a los peligros que pueden sufrir los niños, quizás motivado a la vulnerabilidad de estos pequeños seres quienes requieren del cuidado y protección de adultos. Sin embargo, los accidentes que involucran a los niños son...*cometidos en las actividades más sencillas, normales y cotidianas a las que no solemos dar importancia, y una de las principales es el cuidado diario de los niños* (BRUNVAND, 2002; p.299). Estos sucesos suelen ser casi siempre desastrosos, provocando daños irreparables.

Un ejemplo de este tipo de leyenda urbana es la siguiente historia: *La mujer de una pareja en la que los dos trabajaban y tenían una hija, tuvo que ir más temprano al trabajo y le pidió a su marido que dejara a la niña en la guardería cuando fuera para la oficina. El marido estaba pasando un momento de mucho agobio en el trabajo y ese día tenía una reunión de*

trabajo muy importante. Se pasó todo el camino hablando por el teléfono móvil, comprobando datos. La niña estaba en el asiento de atrás, profundamente dormida, y su padre se olvidó por completo de ella, pasó de largo la guardería y se fue directamente a su aparcamiento habitual cerca de la oficina. A medio día, llamaron de la guardería a la madre para preguntarle por qué no había ido su hija. Ella llamó al marido, quien recordó entonces que la había dejado en el coche. Fue corriendo al aparcamiento y se encontró a la niña muerta, asfixiada por el calor. (BRUNVAND, 2002; p. 302)

La mujer es un personaje constante en este tipo de leyendas. En ella recaen grandes responsabilidades como las de criar a los hijos, mantener el hogar, etc., por ello cualquier error que cometa es sancionado. *El principal culpable de los excesos e inmoralidades de la sociedad actual, es la mujer que trabaja, caracterizada como “irresponsable” e “incapaz” de proteger a la familia y de educar a los niños (...) Lo que sucede en la ciudad es entonces un “castigo” por el abandono del rol tradicional de la mujer, que debe permanecer en el hogar como “formadora”, “defensora” y “vigilante”, del desarrollo armónico de una familia. (REGUILLO, 2002; p.74).*

A través de estos relatos sobre accidentes infantiles se exhorta a la mujer para que retome sus funciones tradicionales como ama de casa y madre a tiempo completo y abandone sus aspiraciones laborales en

beneficio de la adecuada formación no sólo de su familia sino de forma indirecta de toda la sociedad.

2.2.3.5 Lo sobrenatural: en la imaginación del hombre siempre han existido seres mágicos y divinos, capaces de realizar hazañas increíbles, las cuales han sido transmitidas a través de relatos mitológicos y maravillosos. De igual forma, y en un campo alejado de lo mítico, la sociedad ha encontrado en los fantasmas y aparecidos el poder para asustar y atemorizar al otro. Estos personajes tan característicos de la literatura oral venezolana, como la leyenda del Silbón, La Llorona o la Sayona, han sido utilizados por muchas generaciones para crear una atmósfera de peligro alrededor de la oscuridad y la noche.

Es así que en algunas leyendas urbanas nos encontramos con historias de espíritus, no obstante, como asegura Jan Harold Brunvand son muy pocas las leyendas urbanas recopiladas que hacen alusión a este tema *... por el contrario, muchas son relatos factibles de sucesos bastante comunes con un desenlace raro sorprendente (...) son historias chocantes, pero su singularidad no deriva de la presencia de fantasmas, aparecidos o monstruos; el robo, el crimen y la mala suerte son los únicos responsables del conflicto expuesto.* (BRUNVAND, 2002; p.315)

Una de estas historias es la de un joven que le da la cola a una chica que encuentra en una autopista. Mientras recorren la vía, la chica le indica el camino para llegar a casa de sus padres. Al llegar allí, el joven detiene el carro y se voltea hacia la mujer, en ese instante se da cuenta de que ella ya no está. Asombrado por su ausencia, toca la puerta y es atendido por una pareja de ancianos a quienes les explica lo que sucedió. De repente, ve en la pared el retrato de la chica que venía junto a él; la pareja, más tranquila que el muchacho, le explica que es su hija muerta hace algunos años y que no es el primero al que esto le ocurre.

Para este investigador norteamericano la escasez de estos relatos se debe a un problema de definición de los folkloristas quienes, generalmente, los incluyen en otras clasificaciones como **historias de fantasmas** o **cuentos de terror**, dando por entendido que el objetivo de estas historias es atemorizar a las personas, mientras que el de las leyendas urbanas va más allá al tratar de parecer verosímiles.

2.2.3.6 La vanidad: como mencionamos anteriormente, las leyendas urbanas contienen una dimensión moral que busca dejar en los oyentes una lección. En algunas historias esta moraleja se hace mucho más evidente, convirtiéndose en el principal argumento de la misma. Estas fábulas castigan a quienes sostienen comportamientos impropios, aunque estas conductas sean tan sólo por vanidad. Como el caso de la chica que trataba su cabello a

base de miel para mantenerlo hidratado y brillante. Una noche se quedó dormida con el tratamiento en el cabello siendo atacada por ratas que atraídas por la dulce sustancia devoraron su cabeza. En este caso, la coquetería femenina fue sancionada con la muerte.

2.2.3.7 Miedos comunes: en esta categoría encontramos una gran variedad de leyendas urbanas, ya que abundan las historias que dan cuenta de los peligros de la vida cotidiana en las ciudades. La delincuencia y el crimen son algunos de estos miedos que nos mantienen alerta ante cualquier situación, que aunque no parezca peligrosa, puede llegar a serlo. Sin embargo, hasta la alimentación, como veremos más adelante, se ha convertido en uno de estos temores urbanos.

Como sostiene Brunvand, lo atractivo en las leyendas urbanas sobre el crimen no reside en la descripción de los delitos, pues los medios de comunicación, prensa, radio y televisión, nos ofrecen diariamente boletines con suficientes casos de asaltos, robos, atracos, hurtos, allanamientos, asesinatos, bombas, corrupción, fraudes, etc., en fin, toda la variedad de actividades criminales. *Lo que nos aportan de más las leyendas es cierta penetración en la mente de los “perpetradores”, como llaman a los rateros los agentes de las fuerzas de orden público. Esta penetración nos llega a través de presuntas informaciones verídicas de la permanente batalla de ingenio que entablan los criminales y sus víctimas.* (BRUNVAND, 2003; p. 85

Este es un ejemplo de este tipo de leyenda: *...Mientras su marido está en el trabajo, una ama de casa calienta leche para tomar un café y entonces ve que una mano entra por la ventana abierta del vestíbulo con la intención de abrir el cerrojo de la puerta por dentro. La mujer coge el cazo (olla) de la leche hirviendo, cruza el vestíbulo a la carrera y la vierte sobre la mano del intruso. Muy agitada, espera unos minutos y se va a casa de la vecina en busca de consuelo. En casa de la vecina se encuentra con el marido de ésta vendándose una mano quemada.* (BRUNVAND, 2003; p. 99)

En otros casos las leyendas enfocan estos problemas de inseguridad de manera graciosa. Como el siguiente ejemplo:

Un conductor de Florida preocupado por los ladrones dejaba todas las noches su coche encadenado a dos palmeras de su jardín. Una mañana se encontró con que el parachoques trasero estaba encadenado donde el había dejado el delantero. Y había una nota en el parabrisas: Cuando lo queramos, volveremos y nos lo llevaremos. (BRUNVAND, 2003; p. 109)

La rapidez con la que transcurre la vida moderna ha modificado los hábitos alimenticios del hombre; por ello la comida rápida y los enlatados han pasado a formar parte importante de la dieta diaria de los ciudadanos. Sin embargo, este tipo de alimentos generan cierta desconfianza entre quienes los consumen. Por ello, el tema de un elemento extraño que contamina algún alimento es muy popular en las leyendas urbanas, como es el caso de las

latas de refresco contaminadas por las ratas. **Coca-Cola** como uno de los refrescos con mayor aceptación y demanda a nivel mundial se ha visto involucrada en leyendas de este tipo, en los que el relato se pone en marcha y gana credibilidad con demandas a la compañía que la gente recuerda vagamente y que hablan de ratones encontrados en botellas de refrescos. Naturalmente, en la historia se menciona casi siempre a **Coca Cola**, fueran o no las quejas contra esta marca.

2.2.3.8 Accidentes: debido a que en la ciudad se encuentran una gran cantidad de vías de comunicación: autopistas, calles, carreteras, etc. y hay mucha gente que va y viene en carro o avión, los accidentes van formando parte de las historias asombrosas que la gente ha presenciado, padecido o visto y que son contadas una y otra vez. *Hay leyendas urbanas prácticamente sobre cualquier elemento relacionado con los coches y los conductores, desde las plantas de ensamblaje a la locura de la carretera, desde las autopistas y las áreas de descanso hasta los aparcamientos y los garajes. ...Si se clasificara las leyendas sólo por su contenido, alrededor de un tercio estarían en la sección de coches.* (BRUNVAND, 2002; p. 115)

Las leyendas sobre accidentes suelen dejar consecuencias desastrosas, como en el caso en el que (...) *un motorista iba detrás de un camión que llevaba una carga de finas planchas de acero. Decidió adelantarle pero al desplazarse al centro de la carretera, una plancha de acero se cayó y le decapitó. Sin embargo, como la moto siguió adelantando*

al camión por inercia, cuando el conductor miró por la ventana y vio que le adelantaba un motorista sin cabeza, tuvo un ataque cardíaco, se salió de la carretera y se mató. (BRUNVAND, 2002; p. 125)

Es así que muchos de los riesgos e incidentes en los que se ven envueltos miles de personas, y que son presentados como consecuencias de las imprudencias que estos cometen frente al volante, se ven reflejados en estos relatos urbanos que representan una manera ideal para advertir, señalar y penalizar conductas incorrectas al momento de manejar.

2.2.3.9 Situaciones embarazosas: el bochorno es uno de los temas fundamentales de las leyendas urbanas. Este tipo de relatos presentan dos características: la primera de ellas es que dan la sensación de ser un género masculino pues la mayoría de los relatos tienen como protagonistas a los hombres y en segundo lugar, acaban radicalmente, sin explicar el desliz que se ha cometido.

Realmente bochornosa fue la situación que le ocurrió (...) a *un chico que vivía en una residencia universitaria. Era el fin de semana de visitas y esperaba a sus padres para ir juntos a ver el partido. También iban a venir su novia y los padres de ésta. Total, que el chico se había ido a dar una ducha, y volvía a su habitación sin nada más que la toalla alrededor de la cintura. Al llegar a la puerta de su habitación oyó voces dentro y pensó que eran*

algunos de sus compañeros jugándole una broma. Así que se quito la toalla, se agarró el pene con una mano, abrió la puerta y grito: RA-TA-TA-TA-TA, ¡estáis todos muertos! Dentro de la habitación estaban sus padres, su novia y los padres de ésta. (BRUNVAND, 2003; p.271)

Al igual que en la historia que usamos de ejemplo, la mayoría de estos relatos vergonzosos suelen terminar de manera graciosa sin ahondar en las reacciones o consecuencias que el error produjo posteriormente.

2.3 Posmodernidad tecnológica:

Nos encontramos frente a una nueva arquitectura del tiempo y el espacio. El ritmo de vida en el que nos vemos envueltos, nos lleva a mantenernos activos en cualquiera de los espacios en los que nos desenvolvamos. Podemos realizar diversas actividades en un día, porque las distintas innovaciones nos facilitan los trabajos, permitiéndonos aprovechar esas horas extras en otras labores. Todo ello como consecuencia de una profunda transformación tecnológica que pareciera no tener límites.

Para comprender a cabalidad la experiencia cultural que nos encontramos viviendo tenemos que saber qué significa posmodernidad:

*Lo posmoderno, sólo puede ser definido en relación con lo moderno (...)*Berman (1983) define los tres procesos de la industrialización, de la

urbanización y de la mecanización como las transformaciones sociales clave en el centro de la condición de la modernidad (...)En tal caso no es difícil deducir que la posmodernidad puede estar caracterizada por la desindustrialización. Es decir, la transición de la sociedad de la información, en la cual el sector de servicios sustituye a la industria de producción, el ordenador sustituye al torno y el ramo de la información sustituye la producción de artículos. (MORLEY, 1998; pp. 93-94)

A comienzos del siglo XIX la agricultura constituía la principal ocupación de los hombres. Todas las labores agrícolas se realizaban a mano: cosechar, arar, sembrar, regar, etc. A partir de 1850 las condiciones agrícolas se transformaron con la invención del tractor y demás herramientas mecánicas que prescindían de la fuerza del hombre. En la actualidad, sólo un pequeño porcentaje de la población mundial se dedica a laborar en esta área, ya que el resto de los trabajadores se adaptaron a la nueva industria y emigraron a las ciudades.

Pero a este sector también llegó la tecnología y la robótica y aunque la tecnificación de las industrias aumentaba la producción, se produjo el mismo fenómeno en el que la máquina suplantaba al hombre en muchas tareas.

El sector de Servicios ahora se ve integrado por aquellos individuos que no encuentran vacantes en áreas industriales. Pero la ausencia de empleos y el aumento del ocio forzado dio paso a una cultura consumista tanto de objetos como de imágenes, una cultura hedonista que apunta hacia un confort individualista en donde la presencia de valores permisivos marcan la cotidianidad.

Es por ello que la posmodernidad corresponde a un momento histórico diferente, perteneciente a una sociedad de consumo, de la informática, de los medios masivos de comunicación basados en una tecnología sofisticada.

(...) Hemos ingresado a una nueva revolución de las comunicaciones. Estamos aprendiendo a transmitir electrónicamente voz, imagen y texto, al tiempo que empieza a producirse una convergencia entre televisión, informática y telecomunicaciones. Desde el momento en que la electrónica se convierte en el principal medio de comunicación, las sociedades empiezan a cambiar más rápidamente y se ponen en contacto a través de bits que se desplazan a alta velocidad en todas las direcciones. (BRUNNER, 1999; p.97)

La influencia del avance tecnológico en el área de la comunicación e información se ha hecho evidente en la creación de nuevos medios masivos, como el Internet, que al igual que los tradicionales mass media, como la radio

y la televisión, ha generado controversia entre sus estudiosos quienes discuten sobre las ventajas y consecuencias de su empleo desmedido.

2.3.1 ¿Dónde empezó la telaraña?

Como muchas de las innovaciones técnicas de los últimos siglos, Internet tiene su explicación en las investigaciones desarrolladas por científicos del cuerpo de inteligencia militar norteamericana. Sin embargo, antes de sumergirnos en los orígenes de esta potente herramienta, conozcamos su significado.

La palabra Internet es una contracción de Interwork System (Sistema de Interconexión de Redes). En Internet se puede acceder simultáneamente a texto, imágenes, sonido y vídeo, de manera tal que todos estos elementos pueden estar contenidos en forma de libros, documentos y bases de datos.

La Internet es la mayor red de redes a nivel mundial, que permite la comunicación electrónica entre millones de usuarios y el acceso a la información de bases de datos de universidades, empresas, gobiernos, organizaciones no gubernamentales, instituciones de investigación científica, social, económica, militar, etc., interconectando millones de computadoras y usuarios en todo el mundo. (GARCIA, 2001; p. 37)

En la década del 60 se dieron los primeros pasos para la creación del Internet, de hecho, su origen se remonta a 1969 cuando un departamento de defensa de los Estados Unidos, (Defense Advanced Research Projects Agency D.A.R.P.A.) se vio en la necesidad de intercambiar información militar entre distintos investigadores. Dicho intercambio debía ser rápido, efectivo y de menor presupuesto en comparación con otros sistemas de transmisión de datos. Todo esto llevó al surgimiento de ARPANET, un sistema que permitía la conexión entre 3 computadoras ubicadas en el estado de California y una en el estado de Utah.

Posteriormente, este programa se perfeccionó facilitando el enlace de ordenadores localizados en sitios más dispersos y pasó a llamarse ARPA (Advanced Research Projects Agency). Así, con los años, ARPANET fue expandiéndose cada vez más, dejando de ser una red netamente estadounidense, logrando conectar a personas de diferentes partes de mundo y formando lo que se conoce actualmente como la gran telaraña mundial (World Wide Web). Es en 1983 cuando se considera que nació realmente la Internet, al separarse la parte militar y científica de la red.

Y es que además de la utilización militar y científica de sus orígenes, y su posterior uso académico e institucional, hoy se emplea el Internet con fines comerciales. Las distintas empresas no sólo lo usan como un espacio en donde pueden darse a conocer o publicitar sus productos, sino que, a

través de la red de redes, se realizan ya múltiples operaciones comerciales. *Internet es una de las expresiones más interesantes de esta nueva revolución. Cada año, desde 1988, ha estado creciendo al doble de su tamaño (...)* (BRUNNER, 1999; p.99) por lo que se ha convertido en una de las innovaciones tecnológicas más utilizadas a lo largo del mundo. Millones de personas se conectan en la red diariamente para realizar infinitas operaciones, como por ejemplo: chatear, buscar información, bajar música, leer los medios digitales, etc.

2.3.2 Características de Internet:

La superautopista de la información presenta unas características propias que facilitan la transmisión y recepción de mensajes sin importar las distancias espaciales y temporales, pues es de carácter planetario. El anonimato, la inmediatez, la llegada a múltiples destinatarios, la posibilidad de difundir cualquier material y de alterar los ya publicados son algunas de las ventajas que ofrece este medio digital. *En Internet un mensaje está hecho para circular, ya sea porque contiene una advertencia que es necesario difundir o una información que hay que compartir, ya sea porque de manera general Internet reposa sobre una ideología y una mitología de estar en red, de comunicar y de ser transparentes.* (CORTAZAR, 2004)

La narración oral podía ser ubicada en comunidades poco desarrolladas que veían en la plaza el sitio idóneo para ponerse al día con los acontecimientos, ya que no contaban con medios de comunicación que los mantuvieran informados. Con la modernización de la vida del hombre, los mass media vinieron a suplantarlo la comunicación cara a cara, gracias a la posibilidad de acceder a la información sin la necesidad de salir a la calle, por ello, la oralidad cayó en desuso y quedó relegada sólo para casos más íntimos y privados y para los poblados a los que no llega la televisión.

Con la llegada de Internet y sus ventajas como la instantaneidad y la capacidad de reducir fronteras, las tradiciones y el folklore contemporáneo comenzaron a ser difundidos a través de la World Wide Web, sustituyendo, de alguna manera, la oralidad característica de las antiguas culturas. Esto es lo que conocemos hoy como Netlore; cuando estas historias dejan de pertenecer sólo a la tradición oral para invadir un nuevo medio: Internet.

2.4 Metamorfosis digital: Las leyendas urbanas en Internet

Como hemos visto anteriormente, las leyendas urbanas son relatos tan fantásticos y sorprendentes que captan la atención de las personas fácilmente y su flexibilidad y adaptabilidad le han conferido la posibilidad de ser transmitidas a través de los medios impresos sin perder su poder cautivador. *Las narraciones modernas o urbanas están ligadas a unas*

nuevas vías de circulación: no ya la palabra que corre de boca en boca en un grupo social reducido, no ya la aldea o distrito, sino la aldea global. (TRINDADE Y NUÑEZ, 1997). Así pues podemos encontrarnos con leyendas urbanas en folletos, notas de prensa y, por supuesto, en Internet, medio que dispone de una gran cantidad de información y que posee herramientas como el correo electrónico para transmitir datos de manera instantánea a cualquier parte del mundo.

Era inevitable que el Internet, con la globalización, la inmediatez y el abaratamiento en el intercambio de informaciones entre las personas, permitiera que diferentes culturas se comunicaran sin las tradicionales barreras geográficas que existían hasta su aparición. Es por ello, que este nuevo medio se convirtió en un vehículo primario para la expansión del folklore contemporáneo. Numerosas leyendas urbanas fueron transcritas y adaptadas para que pudieran circular a través de la red. *Todos estos vehículos de comunicación incorporan nuevos elementos al entorno, pero lo que realmente hacen es definir formas y estilos del lenguaje válidos universalmente para cumplir su misión: transmitir ideas en forma masiva.* (RIBADO, 1994; p. 61)

Con el surgimiento de los e-mails casi todos hemos recibido y enviado muchas y varias veces asuntos de los más diversos que tratan sobre casos aterrizantes, graciosos, entre otros. Actualmente, este tipo de mensajes

son conocidos como **cadenas** porque saltan de buzón en buzón enlazando a millones de personas en todo el mundo.

Mucho antes del surgimiento de las computadoras, estos relatos ya habían sido transmitidos de forma escrita, a través de cartas que eran distribuidas en los buzones de casas y apartamentos, y que les indicaban a quienes las leían que debían hacer 10 copias para tener buena suerte. El e-mail viene a facilitar la propagación de las leyendas en vista de que el que recibe una cadena sólo tiene que oprimir un botón para que ésta llegue a otras personas y no necesita invertir tiempo o dinero para colaborar con la cadena.

Las leyendas en versión digital incluyen, casi siempre, advertencias alarmantes como **tenga cuidado** o **esto podría sucederle a usted**. Además, contienen frases como: **esto es verdad** o **realmente ocurrió** para lo que citan fuentes importantes como agencias noticiosas o cuerpos policiales, buscando darle mayor credibilidad a la historia. Finalmente, solicitan que las reenvíes a todos tus conocidos, y en algunos casos te sugestionan a enviarlas afirmando que si no lo haces puede caer sobre ti una maldición, tener mala suerte en el amor, entre otras advertencias.

Es por ello que la divulgación de estas fábulas posmodernas aumenta cada día, y los usuarios que acceden a la red de redes ven abarrotados sus correos electrónicos con estas historias que a su vez congestionan la Word

Wide Web. (...)Internet se ha convertido en una prolífica fuente de textos de leyendas urbanas y de discusiones sobre el tema (...) Para finales de 1998 la propagación de leyendas urbanas había llegado a ser tan omnipresente que se puso en circulación una carta anti leyendas urbanas. (BRUNVAND, 2002; p. 21)

Cuando las leyendas pasan a ser divulgadas por otros medios que no pertenecen a la tradición oral pierden algunas de sus cualidades narrativas, convirtiéndose en relatos más secos y cortos, y teniendo muchas veces forma de advertencia, en lugar de la clásica función de entretener.

En Internet, la comunicación tiende a ser más despersonalizada, pues no nos encontramos frente a frente con nuestro interlocutor. Además, la tipografía homogeneiza la palabra, lo que le confiere un aire anónimo e impersonal al texto. Por otra parte, la imposibilidad de comprobar si efectivamente el relato es el original o si ha sido modificado por cualquier persona que lo haya recibido y reenviado, es una característica que se conserva de la tradición oral.

Los medios de comunicación como la radio y la televisión, debido a su competitividad, premian la velocidad de la información frente a la exactitud, por ello, muchas veces, éstos no se dan a la tarea de verificar los datos. En el caso de las leyendas urbanas en Internet la situación se agrava, ya que de por sí, estos relatos poco comprobables son anónimos y han sido

transformados por la comunidad numerosas veces. Así pues nos encontramos diariamente con informaciones poco confiables que llegan a nuestros ordenadores y que forman parte de un nuevo tipo de historias modernas que utilizan el Internet para divulgar sus contenidos, pero que a pesar de su poca verosimilitud las creemos, ya que se nos ha vendido la idea de que todo lo que aparece en los medios de comunicación o es transmitido masivamente es verdad. Muchas veces ponemos un hecho en duda porque éste no fue transmitido por televisión, pues la sociedad de masas se ha dejado envolver por la frase: **si no salió en TV no es cierto**.

Las leyendas urbanas han encontrado en Internet un canal idóneo para difundir sus contenidos, ya que esta nueva vía de transmisión le confiere, en muchos casos, mayor credibilidad a las historias.

Pero dentro de este tipo de leyendas características de nuestros tiempos y de nuestras tecnologías, se encuentran mensajes que son falsos en su totalidad y que son propios de Internet, y que han llegado a ganar gran aceptación, como el que abordaremos a continuación.

2.4.1 Hoax: mensajes falsos:

La traducción de este término anglosajón sería trampa, engaño o mentira. Los hoax son mensajes que se distribuyen a través del correo electrónico y cuyo contenido es dudoso o falso. El principal tema que

abordan estos e-mails es el de supuestos virus muy poderosos y destructivos que se encuentran camuflajeados dentro de archivos inofensivos como los de Microsoft Word, pero que pueden llegar a ocasionar verdaderas catástrofes. Estos textos buscan atraer la atención de los cibernautas para que estén alerta, no corten la cadena y reenvíen a más personas esta información que es **vital**, pues estos archivos podrían destruir el disco duro o borrar parte de la información más importante de tu computador. Por ello exhortan a todas las personas a eliminar de manera inmediata cualquier mail que lleve por nombre alguno de los títulos que ellos mencionan. *Si recibes un correo electrónico con el título <malos tiempos> bórralo inmediatamente SIN leerlo. Es el virus más peligroso que se conoce.* (BRUNVAND, 2003; p.218)

Todos los hoax son falsos, y deben su éxito al temor y a la ignorancia que hay respecto a los virus informáticos, pero cualquiera de nosotros podría preguntarse ¿Cuál es el fin de crear textos de este tipo?, la respuesta que hemos encontrado a través de nuestra investigación es que muchos de estos hoax funcionan como un sistema recolector de e-mails que le facilita a numerosas empresas o personas enviar publicidad no solicitada por medio del correo electrónico, además de contribuir al entretenimiento personal de algunos.

Asimismo, los hoax no se limitan a alertar sólo sobre peligrosos virus, también podemos encontrarnos con algunos que aseguran hacer multimillonario a las personas que accedan enviar textos a través de un

sistema piramidal de cadenas, en las que se supone que cualquiera puede hacerse rico añadiendo su nombre a una lista y transmitiendo el mensaje a un número determinado de conocidos.

Igualmente existen en la red, e-mails que te aseguran grandes calamidades si no reenvías el mensaje a 10 personas en los 5 minutos próximos y te alientan a hacerlo, pues te prometen que cualquier deseo que pidas se te va a cumplir un día después de que reenvíes la información. Además agregan a estos mensajes frases de este tipo: **esto es cierto, yo reenvié el mail y al día siguiente se cumplió mi deseo.**

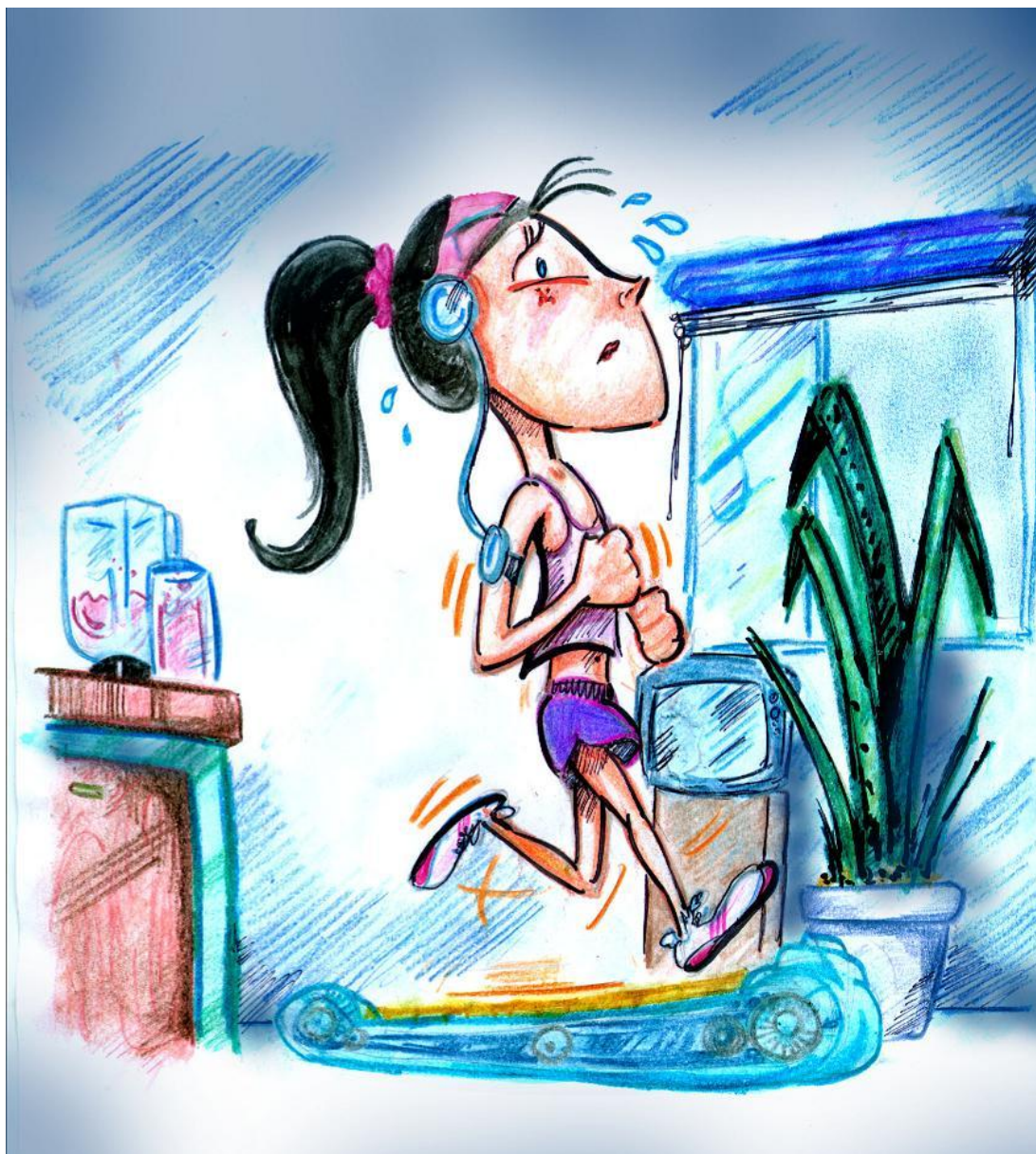
Otro tipo de estos mensajes falsos son las llamadas cadenas de solidaridad que abarrotan día a día el buzón de entrada de miles de usuarios. Este tipo de correos buscan sensibilizar a los internautas con casos de enfermos terminales de cáncer o datos de niños desaparecidos en los que se anexa una foto y una suplica de los padres, quienes piden desesperadamente que contribuyas con la divulgación de esa información para encontrar a su pequeño hijo.

El efecto de este tipo de mails, que parece no tener fin, ha llegado a ser comparado con los de un virus, ya que estos actúan como *un software diseñado para privar al usuario de recursos y de su tiempo, la proliferación de este tipo de mensajes ciertamente hace que las líneas de comunicación vayan algo más saturadas, que los servidores de correo les tengan que*

dedicar espacio en sus discos, y que cada usuario tenga que perder algo de tiempo, por poco que sea, en decidir qué hacer con el mensaje. (PEDREIRA, s.f.)

Estas consecuencias han puesto en alerta a muchos internautas quienes ya han sido víctimas de este tipo de mails y eliminan sin si quiera revisar estos mensajes que abarrotan sus correos electrónicos.

Capítulo III: La Radio



3.1 Especificidades del medio radiofónico:

Cuando decidimos realizar un proyecto en un determinado medio de comunicación, lo primero que hay que conocer son los recursos y las limitaciones que éste nos ofrece y que van a ser determinantes para lograr el objetivo que se quiere alcanzar. En nuestro caso, escogimos la radio para producir una serie de micros de leyendas urbanas, por ser un medio cercano y coloquial y, que al utilizar la voz, los efectos sonoros, el sonido y la música, permite recrear situaciones, describir ambientes, en fin, transportar al radioescucha a los misterios de estas anécdotas de la vida cotidiana. Las leyendas urbanas, por pertenecer a la tradición oral de los pueblos y ciudades, se adaptan fácilmente a las características de la radio, que permite evocar imágenes mentales en los oyentes, a través de la variedad de recursos auditivos con los cuales cuenta.

Conocer las ventajas y limitaciones propias de la radio es de vital importancia para producir un programa radiofónico, o como es nuestro caso unos micros, ya que éstas influyen poderosamente sobre el resultado final que se desea lograr.

Los siguientes aspectos que vamos a desarrollar nos permitirán demostrar más claramente el por qué de nuestra selección del medio radio para la realización de unos micros sobre leyendas urbanas. A continuación:

- 1) Limitaciones
- 2) Recursos y ventajas
- 3) Lenguaje radiofónico

1) Limitaciones: al tomar en cuenta las limitaciones que pueden atentar contra una buena producción radiofónica, estaremos más concientes de los elementos que no nos favorecen, pero que pueden ser atenuados con nuestra audacia y creatividad. Uno de los teóricos escogidos para nuestro estudio, que clasifica las limitaciones de la radio, es Mario Kaplún, quien en su libro “Producción de programas de radio” nos muestra las cuatro limitantes que él considera, las cuales abordaremos a continuación:

a) La radio no dispone de las imágenes que tienen la televisión y el cine, o la fotografía que complementa las publicaciones impresas; cuenta únicamente con los sonidos, la voz, la música y los efectos para hacerle llegar el mensaje al oyente, mientras que éste sólo dispone del oído para poder captar lo que se transmite. Esa **unisensorialidad** a la que hace referencia Kaplún, es una de las principales limitaciones que tiene la radio y de la que se derivan otras como la necesidad de ser reiterativos con la idea principal del mensaje radial.

b) Las distracciones de las que pueden ser objeto los radioescuchas pueden interferir para que el mensaje llegue claramente, por tal motivo, el

locutor debe repetir la idea principal de la información que transmite. Además, hay que tener en cuenta que los oyentes, en muchos casos, no se sientan a escuchar radio, lo hacen mientras manejan, caminan o hacen deportes y eso evita que le dediquen el 100% de la atención a lo que se está transmitiendo, por otra parte, al no contar con ningún otro recurso como el visual para comprender y corroborar lo que se está diciendo, el oyente puede dejar de prestar atención y ser cautivado por cualquier otro estímulo sensorial. Kaplún denomina a esta limitación **auditorio condicionado**, haciendo referencia a ese bajo nivel de atención y concentración del radioescucha frente al mensaje.

Como explica Kaplún, para mantener al oyente atento es necesario reiterar, pero este recurso tiene que ser bien empleado para no cometer el error de caer en la monotonía o redundancia al tratar de captar a esa audiencia condicionada. Utilizar la repetición de frases de manera desmedida es arriesgarse a que el radioescucha pierda el interés en lo que se dice, producto de aburrimiento o fatiga.

c) La **fugacidad** es otra de las limitantes de la radio. Debido al carácter efímero de los mensajes el oyente no tiene la oportunidad de volver a escuchar lo que ya se dijo. El mensaje no permanece en el tiempo, como es el caso del medio impreso, en consecuencia, si el locutor no repite la información el oyente no podrá comprender de qué se está hablando. *Lo que*

ya se dijo ya está dicho, ya pasó; si no fue captado y entendido, ya no hay remedio; el oyente se “desconecta” porque no puede seguir el resto de la exposición. (KAPLÚN, 1978; p. 53)

d) Cuando escuchamos radio, las reacciones que tenemos y sentimos no pueden ser percibidas de ninguna forma por el interlocutor, por tal motivo no se produce una relación directa. Esta **ausencia de interlocutor** no es (...) *exclusiva de la radio, sino común a todos los mass media* (KAPLÚN, 1978; p. 50). Aunque en la actualidad las nuevas tecnologías han permitido una mayor interactividad entre audiencia y emisor, como es el caso de la Internet.

En radio, el comunicador no puede percibir la reacción de los oyentes como puede hacerlo cuando habla en una reunión (KAPLÚN, 1978; p. 51). Sin embargo, la radio ha dado suficientes muestras de su enorme capacidad para mantener buen contacto con su audiencia en un grado mayor de lo que se observa en la prensa o la televisión, gracias a ciertos aspectos que vamos a abordar en el siguiente ítem.

2) Recursos y ventajas:

La radio, pese a ser un medio eminentemente sonoro y a pesar de los avances que han experimentado otros medios gracias al auge de las telecomunicaciones y la transformación de las tecnologías de la información

y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, el que posee mayor instantaneidad cuando de transmitir acontecimientos noticiosos de última hora se trata, además, su simultaneidad permite que la información llegue a millones de personas en zonas inaccesibles para otros medios. De la misma manera, la radio posee una amplia receptividad, no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender; es fácil de transportar pues hay receptores de pequeño tamaño, y se puede escuchar mientras se realizan otras actividades; no es necesario saber leer; no requiere de algún tipo de afiliación, sólo es necesario tener un receptor, el cual resulta económico en comparación con un televisor, por ejemplo.

Sin embargo, las ventajas que nos llevaron a escoger el medio radio para la adaptación de las leyendas urbanas fueron las siguientes:

Sugerión: cuando se emite un mensaje por radio los oyentes van recreando mentalmente lo que se está diciendo, más aún cuando se tratan de cuentos o leyendas, como es nuestro caso, ya que estas historias son construidas a través de la narración del locutor, la música de fondo que va evocando determinados sentimientos y estados de ánimos, los efectos sonoros, etc. Cada uno de esos recursos del lenguaje radiofónico que serán expuestos con mayor detenimiento más adelante, son seleccionados para

crear la atmósfera que busca transmitir la historia y representar fielmente, a través de las palabras adecuadas, en el tono indicado, la leyenda escogida.

Las leyendas urbanas, por ser historias extraordinarias y asombrosas, pueden capturar fácilmente la atención de los receptores, logrando una conexión con sus fibras sensitivas a través de la utilización de recursos sonoros apropiados que estimulen las emociones y sensaciones. Este poder de sugestión se adecua a lo que queremos lograr al producir una serie de micros de leyendas urbanas.

Aunque cada ser humano va a decodificar ese mensaje radiofónico de manera individual y recreará imágenes mentales diferentes, gracias a su concepción particular del mundo, su formación educativa, medio ambiente, etc., es necesario que el mensaje radial suscite imágenes que le permitan al receptor alimentar su imaginación. Si se maneja muy bien el poder de sugestión en la radio podemos llegar a captar la atención del oyente, evitando que cambie el dial o apague la radio.

Comunicación afectiva: la radio se destaca por encima de los demás medios de comunicación, al poder establecer un vínculo de empatía con el receptor mucho más fuerte y directo que cualquier otro. Pilar Vitoria en su libro “Producción Radiofónica. Técnicas básicas” expresa al respecto: *al escuchar un mensaje oral con palabras precisas, claras y bien escogidas,*

con buenas voces, en un tono de conversación, se crea una empatía y una identificación que no se da con la palabra escrita. (VITORIA, 1998; p. 10)

La capacidad de producir emociones en los oyentes y de transmitir una serie de sensaciones a través del mensaje radiofónico, es una de las grandes ventajas que posee este medio de comunicación social y es una de las características positivas que permitirán que el programa de leyendas urbanas llegue al oyente.

La idea de conseguir empatía con el radioescucha es lograr un lazo con el emisor que pueda atenuar esa ausencia de interlocutor que mencionábamos anteriormente en las limitaciones de la radio. Lo que se busca es que el oyente sienta que el locutor se está dirigiendo directamente a él o ella. Por eso es usual que el narrador utilice un lenguaje coloquial, espontáneo, de tú a tú, que le permite generar empatía, intimidad y cercanía.

3) El lenguaje radiofónico:

Cada medio de comunicación posee un estilo, una forma particular e inherente de difundir un mensaje, un lenguaje. *Existe lenguaje cuando hay un conjunto sistemático de signos que permite un cierto tipo de comunicación* (BALSEBRE, 1996; p. 18). La radio, como tal, también hace uso de un sistema expresivo particular, basado en una sucesión ordenada, continua y significativa de sonidos.

La definición que creímos más adecuada de lenguaje radiofónico es la que señala Armand Balsebre en la que lo conceptúa como: *el conjunto de formas sonoras y no-sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes.* (BALSEBRE, 1996; p. 27)

Con el lenguaje radiofónico se pretende evocar, por medios auditivos, imágenes relacionadas con movimientos, colores, formas y emociones, que no pueden ser presentadas a los oyentes de ninguna otra forma. Estas imágenes acústicas pueden ser: en el caso de la palabra, una imagen conceptual; si habláramos de música, una imagen abstracta (más relacionada a los sentimientos); respecto de los efectos sonoros, una imagen concreta; y, con el silencio dar énfasis y puntuación auditiva.

Para realizar un buen programa en radio es necesario lograr un equilibrio entre los cuatro elementos que conforman el lenguaje radiofónico, evitando el protagonismo de alguno de ellos, ya que la interacción simultánea y sucesiva de cada componente, es la que logra construir el contexto acústico que queremos describir. Si dejamos que algunos de los elementos resalte por encima de los demás, sin que esté previamente

establecido, esto podría arruinar el éxito del mensaje que deseábamos transmitir.

Acorde a la clasificación que establecen varios teóricos sobre el medio radio, encontramos cuatro elementos expresivos muy concretos y que definiremos a continuación: a) la palabra, b) la música, c) el efecto sonoro y d) el silencio.

a) La palabra es considerada la columna vertebral del lenguaje radiofónico, en vista de que ésta es la herramienta básica con la que nos expresamos normalmente los seres humanos y por ello, la radio, medio de comunicación eminentemente hablado, encuentra en la voz su principal recurso comunicativo. Sin embargo, Kaplún explica que: *la radio- aún la hablada- no es sólo palabra* (KAPLÚN, 1978; p. 163). Cada uno de los elementos del lenguaje radiofónico tiene en sí, suficiente significación para transmitir un mensaje. A pesar de ello, para Balsebre, la palabra es un recurso indispensable.

La voz es sonido y, como tal, cuando se emite presenta siempre un tono, una intensidad y un timbre determinados, tres elementos claves que nos hacen únicos e inconfundibles. Cuando se emprende la realización de un programa radiofónico es necesario considerar qué tipo de voz de locutor es la más idónea para transmitir los propósitos informativos, recreativos o

expresivos del programa y son el tono, timbre e intensidad factores fundamentales a tomar en cuenta.

Tono: es lo que determina si la voz es grave o aguda; es la mayor o menor elevación del sonido producida por determinado número de vibraciones. El tono lleva consigo gran parte de la expresividad de la palabra, ya que se encuentra relacionado con la intención.

La intensidad: es una característica que si es manejada adecuadamente contribuye a mantener el interés del oyente. La intensidad puede clasificar los sonidos en fuertes y débiles y cada uno de ellos tiene un significado diferente y cumple con una función determinada dentro del relato radiofónico. Esta tiene la capacidad de reflejar la carga emocional que posee el emisor o que se encuentra representando el locutor en determinado relato dramatizado.

Timbre: es la cualidad que nos permite distinguir entre dos sonidos de la misma intensidad y altura. (...) *es una de las dimensiones psicofisiológicas más importantes del estímulo auditivo que percibe el oyente en la radio, y también la más compleja y difícil de medir.* (BALSEBRE, 1996; p. 48)

El timbre aporta el matiz característico al sonido y con ello establece la personalidad de la voz de cada persona, permitiéndole al radioescucha

reconocer a un determinado locutor. Por lo tanto, cuando una voz nos parece hermosa o, al contrario, nos desagrada, lo que se está calificando en realidad es su timbre.

b) La música: es utilizada en radio para complementar a la palabra y transmitir emociones, fundamentalmente, pero su uso estará determinado por el tipo de programa, por las intenciones del emisor y, sobre todo, por el contexto en el que se integre la misma.

Este elemento del lenguaje radiofónico va a jugar un papel muy importante dentro del mensaje que se transmita, por ello es necesario tomar en cuenta el efecto que va producir en el oyente estando sola o acompañada por los demás componentes del lenguaje radiofónico. Hay que tener en cuenta que, aunque cualquier composición musical es susceptible de despertar determinadas sensaciones en aquel que la escucha, su significado en radio puede variar a partir de la relación que guarde con otros elementos, como la voz o los efectos sonoros.

Según sus funciones la música busca cumplir determinados efectos. Veamos la clasificación que hace Kaplún:

Función gramatical (como signo de puntuación): *en resumen, la música se intercala para ir marcando las diferentes fracciones de que está*

compuesta la emisión y para distinguir unas fracciones de las otras.
(KAPLUN, 1978; p. 164)

Función expresiva: *Al mismo tiempo que separa escenas o pasajes, la música comenta lo escuchado, contribuye a suscitar un clima emocional. Esta es la función principal de la música en programas hablados: crear una atmósfera sonora.* (KAPLUN, 1978; p. 164)

Función descriptiva: *La música no sólo expresa estados de ánimo, sino que muchas veces nos describe un paisaje, nos da el decorado de un lugar.* (KAPLUN, 1978; p. 165)

Función reflexiva: *Además de esas pautas musicales que introducimos como signos de puntuación y a la vez como comentarios emocionales, sirven también para que el oyente tenga tiempo de recapitular lo que acaba de escuchar y de reflexionar sobre ello, antes de continuar escuchando la historia o la exposición.* (KAPLUN, 1978; p. 165)

Función ambiental: *(...) a veces ponemos música porque la escena real que estamos reproduciendo la contiene. Por ejemplo: si nuestros personajes se encuentran en una fiesta y están bailando, debemos oír la música a cuyo compás ellos danzan* (KAPLUN, 1978; pp.165-166)

La relación entre música y radio es tan estrecha que difícilmente podríamos hacernos una idea de cómo sería este medio sin la existencia de este componente del lenguaje radiofónico. En cada programa radial, no

importa el formato, la música siempre tiene un lugar y cumple con una función, ya sea en un espacio deportivo, en un programa informativo, en una tertulia, una cuña, etc. Por este motivo, la persona encargada de la musicalización debe tener muy claro qué desea lograr con determinada canción y, si en efecto, la música que eligió produce la sensación que busca despertar en el oyente.

c) Efectos sonoros: muchas veces no se les da el valor que poseen, especialmente cuando son comparados con las funciones que cumplen la voz y la música, pero los efectos desempeñan un papel importante dentro de la producción radiofónica, sobre todo para un programa de leyendas urbanas, como es nuestro caso. Los efectos sonoros son materia prima esencial, ya que ayudan a describir ambientes y construir lo que se conoce como paisajes sonoros, porque son sonidos naturales o artificiales que contribuyen a ubicar al radioescucha en un contexto determinado.

Los efectos pueden ser recogidos directamente de aquellos objetos, animales, fenómenos meteorológicos, etc. que producen sonidos característicos (naturales), o ser creados o recreados por nosotros directamente (artificiales). También los efectos sonoros permiten elaborar electrónicamente sonidos que no poseen un referente real, tal como es el caso de un ovni.

Entre las funciones de los efectos sonoros podemos destacar las siguientes:

1. Función ambiental o descriptiva: los efectos son empleados para describir ambientes donde se enmarca la acción narrada, sugiriendo tiempo y espacio, dentro del relato radial. Por ejemplo, el sonar de las campanas de una iglesia.

2. Función expresiva: los efectos sonoros cumplen esta función a menudo, porque sirven para transmitir emociones y estados de ánimo. Empleando aplausos podemos reflejar la euforia y alegría de un grupo.

3. Función narrativa: cuando los efectos se usan para relatar una transición entre el día y la noche, por ejemplo utilizando el sonido de los grillos para denotar que ha llegado la noche.

4. Función ornamental o estética: cuando el efecto sonoro tiene un valor accesorio, y que al ser suprimido no llega a alterar el significado del mensaje. Un suspiro entra dentro de estos efectos.

d) El silencio: es otro de los recursos con el que cuenta el productor de un programa para transmitir de la manera más clara y precisa su mensaje radiofónico. El silencio representa las pausas que en el medio impreso se simbolizan con el punto, la coma, punto y coma, etc. y, además de esa capacidad de representar algún elemento de puntuación, el silencio es utilizado para enfatizar las ideas del mensaje.

Pero hay que tener en cuenta que el silencio es un arma de doble filo, si es utilizado adecuadamente y de manera expresiva resulta ser un recurso beneficioso, pero si es empleado de manera desmedida, puede causar efectos catastróficos en nuestra producción, ya que los oyentes interpretarán ese silencio como una falla técnica. *El oyente rechaza el silencio porque los hábitos culturales de nuestra sociedad audiovisual del siglo XX niegan al silencio valor comunicativo alguno.* (BALSEBRE, 1996; p. 136)

A diferencia de otros medios de comunicación que también emplean el silencio, como lo son el cine y la televisión, la radio no cuenta con el apoyo de imágenes, por eso, cuando nos encontramos en presencia de un silencio en un medio audiovisual no nos vemos afectados por la ausencia del audio, cosa que sí sucede en la radio, ya que el único elemento que nos permite entablar relación con el oyente son los sonidos y si se realiza una pausa muy prolongada, el receptor puede cambiar el dial, pensando que no se encuentra sintonizando bien la emisora, o que ésta tiene una falla técnica, etc.

3.2 Producción radiofónica:

Diseñar un programa abarca distintos procesos que no se pueden manejar por separado, ya que los espacios radiofónicos son el resultado de una serie de factores que determinan su género y estilo.

Este proceso de diseño, planificación y ejecución es lo que conocemos como **producción**; y significa:

Acción, modo, y efecto de producir un programa para radio, cine o televisión / Por extensión, dicese a veces del programa mismo/. Equipo encargado de poner al servicio del equipo de realización los equipos y personas necesarias, así como de llevar el control de presupuestos y gastos de un programa. (Diccionario de producción de Radio y televisión, Cabrián Mariano)

La producción está estrechamente ligada al concepto de programa, pues ésta presentará las herramientas indispensables para poner en marcha todo el engranaje necesario para la emisión de cualquier espacio radiofónico. Obviamente, el proceso de producción será más o menos complejo dependiendo del programa.

La creación y realización de un programa radial requiere de un trabajo y una organización cuidadosamente concebida. *La producción radiofónica es un largo proceso que abarca desde la primera idea del proyecto del programa hasta la grabación y emisión del mismo. Producir es realizar actividades planificadoras, directivas y organizativas para dar vida a un programa. (FERNÁNDEZ ACEVEDO, 1994; p. 103)*

Los espacios radiofónicos deben ser diseñados tomando en cuenta varios aspectos como lo son: época, horario, contenido, público, frecuencia y área de difusión. La consideración de cada uno de estos detalles es lo que permitirá obtener un buen resultado en el programa que realicemos.

En los primeros años del medio radio, la producción era más compleja y, en cierto modo, limitada. Los equipos con los que se contaban para la época brindaban pocas alternativas a los productores por lo que debían ingeniárselas a través de la creación de técnicas que les permitiesen lograr el efecto que esperaban provocar. *Los programas de radio de ese tiempo (1940/1950) a menudo se elaboraban en grandes estudios (...) los realizadores creaban complicados programas que dependían de su efectividad en las complejas técnicas de producción. La música era ejecutada por orquestas en el estudio (...) los efectos sonoros se debían a la imaginación del personal de producción.* (HAUSMAN, 2001; p. 03) en fin, se trataba de una producción más casera.

Hoy, los avances tecnológicos han permitido la creación de nuevas herramientas y recursos que le brindan al productor un abanico de posibilidades para la realización de sus programas de radio.

Aunque ninguno de los libros consultados nos muestra procedimientos precisos e infalibles; ni fórmulas obligatorias para producir, hay ciertos pasos

que debemos seguir para definir un programa. Según la propuesta desarrollada por Mario Kaplún en su libro “Producción de Programas de Radio”, este proceso plantea cinco núcleos fundamentales:

1) Proyección de un programa de radio: en esta primera fase, se establece la necesidad de crear un plan de trabajo en el que se establezcan algunos de los aspectos básicos que definirán nuestro programa. Los factores primordiales son: **el objetivo del programa**, es decir, el fin que perseguimos con él; **la caracterización de la audiencia** a quién van dirigidos los programas; **la estructura formal**; el nombre que identificará el espacio radial; y, además, la proyección de un buen número de temas que permitan garantizar la permanencia de nuestro programa al aire durante algún tiempo.

2) La elaboración del guión: (...) *las emisiones de radio no se improvisan, sino que se emiten sobre la base de un texto previamente escrito* (KAPLÚN, 1978, p. 277). Considerando la importancia del guión dentro de la producción de cualquier espacio radiofónico, Kaplún establece 3 requerimientos para elaborarlo: en primer lugar, se debe **investigar e indagar sobre el tema** que vamos a tratar; en segundo lugar, **jerarquizar los contenidos** y seleccionar aquellos que nos ayudarán a lograr el objetivo de nuestro programa; y por último **redactar el guión**, elaborando antes un breve esquema que sirva de guía.

3) La realización frente al micrófono: en esta tercera etapa, el guión ya está escrito y hay que grabarlo para que salga al aire. Lo primero que tenemos que hacer -según Mario Kaplún- es elegir el estudio de grabación que nos brinde los recursos necesarios para la realización del programa y que responda a las exigencias específicas de nuestro guión (consolas, equipos en general, cabina, etc.); el siguiente paso sería la selección del equipo humano necesario para cumplir con las funciones que acarrea una producción (locutor, técnico de sonido, musicalizador, etc.); finalmente, Kaplún, señala la necesidad de conocer los principios básicos de la emisión de la voz ante el micrófono.

4) El proceso de producción- la preparación: el autor establece en este cuarto núcleo todas las exigencias que se requieren para grabar finalmente el programa. El primer paso, es **la reproducción del guión y su distribución entre los miembros del equipo de producción**. El segundo elemento es **la escogencia de los locutores o del reparto** que interpretará a los personajes, en caso de que estemos elaborando una dramatización.

Dentro de esta etapa, se encuentra una de las tareas más importantes y complejas de toda la producción, la musicalización y sonorización del guión. El productor deberá escoger la música que se adapte al programa y que le sea útil en el objetivo que persigue, tomando en cuenta que (...) *la*

música cumple una función muy significativa en la emisión (...) Comenta, habla, sugiere, describe, suscita imágenes auditivas. (KAPLÚN, 1978; p. 405)

La elección de los efectos de sonido que requiera el guión es lo que Kaplún denomina sonorización y que también forma parte de las labores del productor.

5) La ejecución: con este quinto aspecto llegamos a la última fase de producción. Antes de grabar se debe cumplir con algunos pasos que propone Kaplún: **los ensayos**, necesarios para que los locutores entren en calor y estén familiarizados con las frases que van a decir; **la interpretación**, es decir, la entonación, **el ritmo**, las interrupciones y las pausas de las que harán uso los locutores o actores con el objetivo de hacer más convincente su narración; **y la realización técnica**, en la que se examinará y establecerá el volumen con el que se insertarán las músicas y efectos de sonido.

Una vez completados estos pasos, llegamos a la grabación. Sólo resta concentrarse y poner en práctica todo aquello que plasmamos en nuestro guión literario y técnico; y que establecimos en las etapas previas a la grabación. Este es el esquema de producción diseñado por Kaplún; sin embargo otros autores le añaden o suprimen algunos otros elementos.

Teodoro Villegas coautor del libro “El Sonido de la Radio” señala otra fase que seguiría a la grabación y realización del programa, y que es conocida como post-producción. En ella se efectuarían los últimos arreglos al programa antes de salir al aire; (...) *es aquí donde se nos presenta la última oportunidad de corregir pequeños errores como eliminación de pausas, quitar o aumentar elementos que nos ayuden al manejo rítmico del producto, ajustar los tiempos requeridos (...).* (VILLEGAS, 1988; p.188) y cualquier otro elemento que le reste calidad al producto final.

Una vez finalizada la post-producción, el programa estará listo para ser difundido. *La transmisión viene a ser la culminación del proceso de producción; es la etapa de juicio en cuanto a la efectividad y funcionalidad del programa radiofónico (...).* (VILLEGAS, 1988; p. 189)

Para llevar a cabo un proceso de producción como este, necesitaremos de un equipo muy completo que se encargue de cumplir cada una de estas etapas. El coordinador de este grupo de trabajo es el productor. Esta figura será la que concrete la idea del programa plasmándola en un guión y en su posterior grabación.

3.3 Formatos radiofónicos:

Antes de producir un programa radiofónico debemos determinar claramente en qué formato vamos a trabajar. Para ello se hace necesario conocer los

distintos géneros y formatos que son empleados en el medio radio; y definir cuál es el más adecuado para nuestro proyecto. La selección del formato permitirá adaptarnos a las ventajas y limitaciones de éste, asegurándonos así la calidad del resultado final del programa.

El autor Mario Kaplún explica que antes de elaborar un programa de radio debemos partir:

a) de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar, de la temática definida que deseamos abordar. A partir de ella, determinaremos el formato, la estructura radiofónica más adecuada para vehicular esos contenidos (...) b) o bien de una estructura previamente determinada. En este caso escogemos un formato que consideramos educativo, de ricos y variadas posibilidades, y que se adecua bien a un mensaje o a una temática en general (...) (KAPLÚN, 1978; p. 127)

Julio Cabello en su libro “La Radio, su lenguaje, géneros y formatos” define al género radiofónico como (...) *una agrupación de contenidos que persiguen una finalidad específica y que se expresan a través de formatos diversos* (CABELLO, 1986; p. 49). Podríamos entender, pues, al género radiofónico como el conjunto de características comunes y generalidades en las que se insertan diversos programas. Para este autor, (...) *el formato viene siendo así el conjunto de elementos formales que configuran la estructura de un programa tipo.* (CABELLO, 1986; p. 52), es decir, el formato se refiere a

las diferentes características y formas en las que se trabaja un género; se trata, en general, de un asunto de técnica y de presentación de cada uno de esos programas que forman parte de un género.

Partiendo de estas definiciones, estamos claras que para nuestra producción sobre leyendas urbanas lo que precisamos no es de un género, sino de un formato que nos brinde la versatilidad necesaria para estas adaptaciones.

Los formatos radiofónicos se pueden concebir en función del predominio que tenga alguno de los siguientes elementos: la interpretación, la locución, duración, intención del emisor, contenido y otros. El uso de uno de estos aspectos, por encima de otros, define a los distintos formatos. Por ello, la imaginación y creatividad de un guionista es fundamental para concebir infinitas variaciones. *Con voces, músicas y sonidos se pueden construir muchos y muy diversos diseños.* (KAPLÚN, 1978; p. 131)

Según Kaplún, podemos clasificar los programas de radio en dos grandes géneros: **los musicales y los hablados**; evidentemente nuestro programa entra dentro de la última clasificación. La palabra será la herramienta que nos permitirá realizar las adaptaciones de las leyendas urbanas; quedando la música y los efectos sonoros como elementos complementarios en la realización de nuestro proyecto.

En el libro “Producción de Programas de Radio”, Mario Kaplún elabora una clasificación muy elemental de los programas hablados, basándose en el número de voces que participan. Siguiendo la línea de este autor, las tres formas de escribir un programa de radio son:

1. Monólogo.
2. Diálogo.
3. Drama.

El programa escrito en forma de monólogo es el más común. Su forma más frecuente es la charla radiofónica individual. *Son los que ofrecen menos dificultades de producción, pero también los más monótonos y limitados.* (KAPLÚN, 1978; p.129)

Por otra parte, los programas en forma de diálogo requieren de la participación de dos o más voces. Por razones obvias, dos personas son el mínimo de participantes para establecer un diálogo; pero esto no es una limitante. Dentro de esta categoría se incluyen diversos formatos tales como la entrevista, la mesa redonda, el diálogo didáctico, el radioperiódico, el reportaje, etc. Aún cuando la producción de un programa escrito en forma de diálogo resulta más difícil, este es más atractivo e interesante para el radioescucha. *Mientras el monólogo tiende a ser unilateral, el programa dialogado se abre a muchas facetas.* (KAPLÚN, 1978; p. 129).

Los programas escritos en forma de drama podrían considerarse, de alguna manera, como una variante dentro del género dialogado por el hecho de utilizar varias voces. No obstante, presentan ciertas características tan propias y diferentes que le separan de la forma dialogada, pues fundamentalmente desarrollan una historia con personajes dramáticos, los cuales son representados por actores.

Estos programas son los que más se aproximan a nuestra idea de producir adaptaciones de leyendas urbanas, que aunque no son dramatizadas, son narradas por un locutor que desarrolla una historia donde intervienen personajes. Sin embargo, ninguno de los formatos propuestos por Kaplún dentro de este género cumple con los restantes objetivos de nuestro proyecto.

El formato que seleccionemos debe brindarnos la posibilidad de transmitir nuestras adaptaciones en programas radiofónicos cortos, que pertenezcan a una misma serie, que sean lo suficientemente flexibles en cuanto a su estructura interna, y que no sobrepasen los cinco minutos.

Basándonos en estas características y en el hecho de que nuestro proyecto contiene una temática definida con contenidos específicos, hemos decidido que la mejor manera de desarrollar el tema es mediante una serie de microprogramas radiales. Cabe destacar, que dentro de las clasificaciones

propuestas por Julio Cabello y Mario Kaplún el microprograma no figura, no obstante los conocimientos adquiridos a lo largo de las Cátedras de Radio II y Radio III junto a la profesora Clarita Medina nos permitieron trabajar y conocer este formato.

En el próximo ítem abordaremos las características de los microprogramas radiales para así conocer los recursos con los que contaremos en la producción de nuestra serie de adaptaciones de leyendas urbanas.

3.3.1 El Microprograma Radiofónico:

El origen de los microprogramas es tan antiguo como el de la radio, sin embargo, es poca la bibliografía que podemos encontrar acerca de este formato radiofónico. Lo que se conoce sobre el micro en Venezuela es producto de la práctica y de la experiencia de personas que han dedicado su vida al medio radial y al estudio de este formato. Por ello, los señalamientos que haremos en este capítulo estarán basados, principalmente, en el Trabajo de Licenciatura de Jennifer Fernández Acevedo “El Microprograma radiofónico: un pequeño gran formato”, y en los conocimientos que hemos desarrollado junto a la profesora Clarita Medina.

Aun cuando no exista una única definición para el formato micro, la mayoría de los conceptos con los que nos hemos encontrado en nuestra investigación coinciden en que la duración de un microprograma debe ser breve. Esta brevedad es su principal diferencia de los restantes formatos y así lo sostiene Julio Cabello en su libro “La Radio, su lenguaje, géneros y formatos” (...) *su única característica diferencial es la duración, que generalmente no sobrepasa los cinco minutos* (...) (CABELLO, 1986; p. 54)

Mario Kaplún propone otra noción en la que define al microprograma radiofónico como *un discurso o monólogo, generalmente breve*. (KAPLÚN, 1978; p. 132).

Sin embargo, no podemos simplificar el microprograma a estas pequeñas nociones, sobretodo cuando la importancia y la presencia de los micros en las emisoras radiales aumenta constantemente, motivado, en parte, a las innumerables ventajas que presenta este pequeño formato y de las cuales hablaremos más adelante.

La exhaustiva investigación realizada por Jennifer Fernández Acevedo para su trabajo de licenciatura le permitió formular un concepto mucho más amplio y completo de lo que es el microprograma radiofónico: *Se le puede considerar como un formato que se caracteriza por su corta duración, de uno a cinco minutos, adaptable a los formatos de los distintos*

géneros radiofónicos de acuerdo con las necesidades particulares de cada quien o de cada productor, necesidades que pueden ir desde disponer de poco presupuesto para la realización de un programa más largo, o la disposición de poco espacio de tiempo en las emisoras, hasta la libre elección de esta modalidad por cuestiones de gustos personales. (FERNÁNDEZ ACEVEDO, 1994; pp. 84-85)

A pesar de que en sus inicios, los microprogramas eran utilizados para transmitir noticias o informaciones, y rellenar pequeños espacios que se presentaban en la programación de las emisoras, hoy forman parte de las pautas diarias de las radios como un programa independiente. *Lo que se sabe del micro (...) es suficiente para afirmar que es un formato independiente, completo y estructuralmente bien definido.* (URDANETA, 1998; pp. 116-117).

Al igual que cualquier otro tipo de programa, el microprograma posee la facultad de difundir y transmitir cultura o información a través de técnicas dramatizadas o monologadas. Para Jennifer Fernández la idea primordial es la de (...) *recrear temas relevantes que tengan fines sociales, que aporten conocimientos y enseñanzas. Todo esto lo tenemos a favor de los micros, además de su posibilidad de distraer al oyente con una curiosidad en un momento dado.* (FERNÁNDEZ ACEVEDO, 1994; p. 84)

Esta característica le confiere a los microprogramas la capacidad de informar o entretener al oyente en pocos minutos sobre cualquier tema que pueda alimentar los conocimientos del radioescucha. Las adaptaciones de leyendas urbanas, que nos planteamos producir están diseñadas, precisamente, con el objetivo de entretener al oyente a través de la difusión de cuentos que, por demás, forman parte de la cultura de los pueblos y constituyen una materia importante del saber, como es el folklore.

La selección del microprograma radial como el formato bajo el cual trabajaremos las leyendas urbanas, nos motiva a conocer sus características y determinar así las herramientas con las que contamos en la producción de nuestra serie radial.

3.3.1.1 Características del microprograma:

Como cualquier otro formato de la radio, el microprograma presenta ciertas condiciones que lo diferencian de los demás. La característica más determinante de este formato, y de la que ya hemos hecho mención, es la duración de sus emisiones. El lapso de tiempo con el que cuentan los productores de micros va desde uno a cinco minutos, aunque en ocasiones se pueda sobrepasar este límite por dos o tres minutos. Esto ocurrirá, generalmente, cuando la temática así lo requiera.

El carácter seriado, es otro de los aspectos más particulares de este formato radiofónico. Pocas veces, nos encontraremos con un micro unitario y que haya sido producido para tratar un tema. Por el contrario, generalmente, los micros son realizados en serie, permitiendo abordar a través de cada uno de ellos aristas de una misma temática. Estos micros deberán ser producidos de manera independiente, de forma que el oyente pueda entenderlos sin haber oído el micro anterior. Según Jennifer Fernández Acevedo, las series de micros pueden plantearse de dos formas: por un lapso de tiempo determinado, respondiendo a una necesidad inmediata de la población, o por un tiempo indefinido.

Esta característica nos permitirá narrar en cada uno de los micros una leyenda urbana diferente sin que el oyente se sienta perdido. Cada historia será presentada en cinco minutos de manera independiente, permitiéndole al radioescucha seguir la continuidad de la serie sin mayores distracciones.

El microprograma radiofónico, al igual que la mayoría de los formatos radiales, se caracteriza por una estructura interna conformada por una presentación o introducción, un cuerpo o desarrollo y una conclusión o despedida. En la primera parte, el productor deberá identificar el programa (...) *aquí se deben citar tanto el nombre de la serie como el tema que va a tratar el micro, así como una breve síntesis de la serie* (...) (URDANETA, 1998; p. 118)

El cuerpo o desarrollo estará conformado por el contenido y la información del tema a tratar en el micro. En la última parte, es decir, en la conclusión o despedida, el productor deberá repetir el nombre de la serie y del micro; y emplear, además, alguna frase o slogan que incite a los radioescuchas a sintonizar la próxima edición de la serie de microprogramas.

Los micros radiales son, fundamentalmente, de carácter diferido. Esto significa que son grabados antes de ser colocados al aire en las emisoras. Sin embargo, esta no es una característica sine qua non. Los microprogramas pueden ser transmitidos en vivo, pero el hecho de ser grabados previamente le permite al productor jugar con todos los elementos, con mayor calma, insertando los efectos y voces que crea necesarios para sorprender al oyente.

Autores como Jennifer Fernández Acevedo exponen otras características que catalogan como limitaciones. Para nosotras estas posibles limitantes siguen siendo particularidades de los micros, y las tomaremos como cualidades que diferencian este formato de otros:

- Debido a su corta duración, las informaciones no pueden ser tratadas a profundidad. No obstante, el ritmo de la vida moderna le deja cada vez menos tiempo a los oyentes. Por estas razones, los micros se han convertido en un excelente medio para tratar algunos temas de forma

rápida y práctica, destacando los datos más importantes de esas informaciones.

- La música y los efectos sonoros tampoco pueden ser utilizados ampliamente como lo permitirían otros formatos radiofónicos. Por ello, se hace necesario determinar con claridad cuales serán los más indispensables y apropiados en nuestros micros.
- En los microprogramas no hay oportunidad para improvisar. Para lograr cumplir con los límites de tiempo, todo deberá estar correctamente especificado en el guión.
- La elaboración y la producción de los mismos requiere de menos tiempo y; por ende, menos dinero.
- Se puede tratar cualquier tema que se desee (informativo, cultural, deportivo, dramático o cómico)
- Su corta duración les permite a las emisoras insertarlos en cualquier horario.

Conocidas ya las ventajas y características del microprograma radiofónico, consideramos que hemos escogido el formato adecuado para la adaptación de las leyendas urbanas.

Los microprogramas, a pesar de su corta duración, requieren de una producción laboriosa debido a las múltiples posibilidades que nos ofrece este formato radiofónico. Por ello para la producción de nuestra serie de

micros consideramos, además de las etapas propuestas por Mario Kaplún, las fases que hemos aprendido a través de Radio II y Radio III.

Capítulo IV: Propuesta para una serie de micros radiales



4.1 Pre-producción:

El plan de pre-producción nos permitirá construir, paso a paso, la estructura de la serie radial que nos proponemos realizar. Esta etapa, también conocida como preparación, nos facilitará el trabajo de producción y de posterior grabación, pues contaremos, desde el comienzo, con unos lineamientos preestablecidos de lo que queremos producir.

Mario Kaplún señala que *proyectar un programa involucra, pues crear una estructura: encontrar la idea del programa; definir el carácter de la serie, su temática, su contenido; su título, género o formato, sus características distintivas. Y ya establecidos estos aspectos, fijar también su duración, su horario de transmisión, su periodicidad (...)* (KAPLÚN, 1978; p. 265). Estos elementos nos permitirán visualizar y definir claramente nuestro proyecto radiofónico.

El objetivo de un programa es otro de los aspectos a considerar en la pre-producción. Según Kaplún, hay una pregunta prioritaria para cualquier productor al momento de idear un programa de radio, y es el objetivo que este cumplirá. *Un programa sólo se justifica si tiene una finalidad, si llena una necesidad. Si le sirve al oyente, si le aporta y le deja algo (...)* (KAPLÚN, 1978; p. 266)

Tomando en cuenta, pues, la importancia de elaborar un plan de pre-producción; y basándonos en la teoría de Kaplún, procederemos a enumerar todos los elementos que definirán a nuestra serie de microprogramas sobre leyendas urbanas.

1) Idea: Nuestra idea principal es elaborar una serie de micros que den a conocer al público las historias que surgen como reflejo del imaginario urbano de la sociedad y que son definidas como leyendas urbanas.

La idea es un concepto claro y simple que define el tema central de la historia que va a convertirse en guión. Cuando formulamos la idea de nuestro programa, debemos considerar si este será atractivo para la audiencia. En este punto residirá parte del éxito del proyecto radiofónico.

2) Sinopsis de la serie: Esta no es más que el desarrollo de la idea del programa, escrita en forma de cuento. En ella se describirán los aspectos más importantes y característicos de la producción, en nuestro caso de la serie de micros.

El resumen abarca dos puntos diferentes. El primero de ellos, se refiere a la síntesis de la serie en donde se enuncia en pocas líneas de qué tratan los programas. En este caso, cada uno de nuestros microprogramas

relatará una leyenda urbana propia de esta sociedad posmoderna en la que vivimos.

El otro punto que comprende la sinopsis de la serie es la enunciación de los elementos característicos de la misma. *Una vez especificada la idea o el tema central del espacio, debemos establecer ciertos parámetros que funcionarán como guías durante la realización de cada uno de los micros, para que así puedan formar parte de una misma serie.* (URDANETA, 1998; p. 128)

Los aspectos que identificarán nuestra serie de leyendas urbanas son los siguientes:

a) Hipótesis Central: define una conjetura o suposición que puede o no comprobarse a través de los resultados, y sobre la cual construimos algunos de los objetivos de nuestra serie de micros. Nuestra hipótesis es la siguiente: a través de los microprogramas radiofónicos rescataremos la oralidad que las leyendas urbanas han perdido en nuestra época, debido al auge de nuevos medios de comunicación como el Internet que han fomentado la difusión por escrito de estos relatos. Además, por medio de este espacio el oyente podrá acercarse al trasfondo moral que contienen implícitas estas historias.

b) Objetivo: en la etapa de preproducción de cualquier programa, el objetivo es el fin hacia el que se dirigen las labores de producción. En nuestro caso, el objetivo de nuestros micros es enriquecer la narración de las leyendas urbanas a través de la mezcla de los elementos que conforman el lenguaje radiofónico, y con los que no cuenta el narrador tradicional como la música y los efectos de sonido.

c) Importancia: esta no es más que la relevancia que tiene un programa, es decir lo interesante que pueda ser para la sociedad. Nuestros micros son significativos porque contribuyen a la difusión y reconocimiento de las leyendas urbanas frente a otro tipo de historias, rumores, mitos, etc. De esta manera, los oyentes podrán identificar estos relatos como parte de la literatura moderna.

d) Número de programas y sus temas: cuando nos disponemos a realizar una serie de microprogramas debemos establecer desde el comienzo el número de emisiones que produciremos. Esto con la finalidad de conocer la cantidad de material que necesitaremos para la misma. De igual manera, debemos determinar los temas sobre los cuales tratará cada uno de los micros.

En nuestro caso produciremos tres micros cuyos temas son:

a) Asada en su vanidad

b) Cazador cazado

c) Mentiras que matan.

e) Periodicidad: se refiere a la frecuencia y regularidad con la que los micros saldrán al aire. Este factor dependerá no sólo del productor, sino del espacio con el que disponga la emisora; de los patrocinantes y del proceso de elaboración de los micros.

Esta periodicidad, según Kaplún, puede ser:

Diario: cuando es transmitido todos los días, bien sea de lunes a viernes o de lunes a domingo.

Interdiario: las emisiones se hacen con un día de por medio, por ejemplo lunes, miércoles y viernes.

Bisemanal: la producción saldría al aire dos días a la semana, lunes y jueves, por ejemplo.

Semanal: la emisión se daría un solo día a la semana, un día que, normalmente, es fijo.

No obstante, la periodicidad de un programa también incluye las veces que este es transmitido durante el día, es decir, si es emitido una, dos o tres veces al día. Como ya señalamos anteriormente, esta elección se hace en conjunto con la emisora, y los promotores del espacio radial, en caso de que estos últimos existan.

En vista del contenido de nuestra serie de micros y considerando la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión los mismos serán transmitidos dos veces al día, en el horario adecuado para tales programas como indicaremos más adelante. Por otra parte, la periodicidad será interdiaria, lunes, miércoles y viernes, esto con la finalidad de atraer más oyentes y lograr consolidar una audiencia fija.

f) Nombre del espacio: para seleccionar el nombre que definirá nuestra serie de micros debemos tomar en cuenta dos aspectos fundamentales: la temática de la serie y el ritmo de las palabras. La armonía y la sonoridad en el nombre del espacio será un aliado para que los oyentes recuerden con mayor facilidad el nombre de nuestra serie.

Mariano Cebrian Herreros en su libro “Información Radiofónica” sostiene que (...) *el título es el que le otorga la identidad a cada programa, sirve para su reconocimiento. Es el primer elemento de creatividad (...)* (CEBRIAN, 1994; p. 449)

Tomando en cuenta estos aspectos, escogimos como nombre de nuestra serie de micros radiales: *Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.*

g) Narración de los tres primeros programas: Las dos primeras (¡maldición asada otra vez! y la madre inepta) fueron extraídas textualmente

del libro de Jan Harold Brunvand “El fabuloso libro de las leyendas urbanas”, mientras que la última de ellas (El trafico de órganos) pertenece al artículo de Javier Cortazar “Rumores y leyendas urbanas en Internet”.

¡Maldición asada otra vez!:

Una joven iba a asistir a una boda, pero no le gustaba lo pálida que estaba. Como los centros de bronceado tienen límites de treinta minutos al día, visitó varios sitios diariamente para acelerar la velocidad del bronceado. Tras varias semanas de seguir este ritmo se dio cuenta de que no se encontraba demasiado bien y de que olía bastante mal, incluso recién bañada.

Fue a ver a su médico, quien, después de examinarla, le dijo que se había cocinado los órganos internos a base de una sobre exposición a rayos UVA. El olor provenía de la cocción de aquéllos y, lo que es peor, a la irresponsable muchacha sólo le quedaban dos semanas de vida.
(BRUNVAND, 2003; p.74)

La madre inepta:

La madre de una niña de cuatro años acababa de volver del hospital con un hermanito recién nacido. Poco después, mientras la madre le estaba cambiando los pañales al crío, la niña preguntó qué era aquella cosa que tenía el niño y que ella no tenía.

La madre la despachó con un comentario fatal:

- *Ah, eso es una cosa que al médico se le olvidó cortarle.*

Más tarde, al oír los gritos del bebé, la madre fue corriendo a su cuarto y se encontró con su hija empuñando sus mejores tijeras, toda cubierta de sangre. Por supuesto, le había cortado el pene. La madre cogió al niño, corrió hacia el coche, lo arrancó y metió la marcha. La tragedia se duplicó, porque la pobre madre se había olvidado de la niña, que la seguía triste y desconcertada. Resultó que estaba justo detrás de una rueda trasera cuando la madre aceleró marcha atrás. Atropelló a su hija, matándola de inmediato. El bebé murió camino al hospital. (BRUNVAND, 2002; p. 308)

Tráfico de órganos:

Un joven decidió un sábado en la noche asistir a una fiesta. Se estaba divirtiendo bastante, se tomó unas cuantas cervezas y una muchacha que conoció en la fiesta pareció que le gustaba y ella lo invitó a ir a otra fiesta. Rápidamente aceptó y decidió ir con ella. Fueron a un departamento donde continuaron tomando cerveza y aparentemente le dieron una droga (no se sabe cual).

Lo siguiente que recuerda es que despertó totalmente desnudo en una tina de baño llena de cubos de hielo. Todavía sentía efectos de la droga y la cerveza, miró a su alrededor y estaba completamente solo. Se miró el pecho y descubrió que tenía escrito con pintura de labios la leyenda "llame al 911 o usted morirá". Vio un teléfono cercano a la tina, así que llamó

inmediatamente. Le explicó a la operadora la situación en que estaba, que no sabía donde se encontraba, que había tomado y por que estaba llamando.

La operadora le aconsejó que se saliera de la bañera y que se viera en el espejo. Se observó aparentemente normal, así que la operadora le dijo que se revisara la espalda. Al hacerlo descubrió dos ranuras de 9 pulgadas en la parte baja de la espalda. La operadora le dijo que se metiera nuevamente a la tina y que mandaría un equipo de emergencia.

Desgraciadamente, después de que lo examinaron en el hospital descubrió más de lo que había pasado. Le habían robado los riñones. Actualmente, esta persona está en el hospital, conectado a un sistema que lo mantiene vivo, esperando encontrar algún riñón compatible. (CORTAZAR, 2004)

h) Público: al producir un programa debemos preguntarnos a qué tipo de público estamos dirigiendo nuestro mensaje. Esta caracterización previa de la audiencia nos permitirá establecer ciertos parámetros como el lenguaje a emplear y los contenidos a tratar. Estos elementos garantizarán, de cierta manera, el éxito de nuestro programa dentro del target seleccionado.

Los tipos de públicos se pueden clasificar bajo diversas formas; de acuerdo a la edad: infantil, juvenil, adulto contemporáneo, adulto y anciano; de acuerdo al sexo: masculino, femenino o mixto; de acuerdo al nivel de

instrucción: primario, secundario, profesional o especializado; y de acuerdo al estrato socioeconómico: A, B, AB, C, CD, D, E.

Nuestra serie de micros está dirigida a un público juvenil y adulto contemporáneo, sin distinción de sexo o nivel socioeconómico.

i) Fecha y hora de salida al aire: *la hora de transmisión es decisiva* (KAPLUN, 1978; p. 271). Antes de seleccionar el horario bajo el cual saldrán nuestros programas, se debe tomar en cuenta la normativa vigente y las características de la audiencia, es decir, estudiar cuáles son sus horas de salida de la universidad y/o del trabajo, su tiempo libre, retorno a casa, etc., las actividades propias de la rutina de ese público.

De acuerdo a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, nuestros micros radiales sólo podrán ser transmitidos en el horario supervisado, el cual está comprendido entre las cinco antemeridiano y las siete antemeridiano y entre las siete postmeridiano y las once postmeridiano. Debido a que *en los servicios de radio o televisión, durante el horario supervisado no está permitido la difusión de: lenguajes que contengan elementos de lenguaje tipo “C”, elementos de salud “D”, elementos sexuales tipo “D”, ni elementos de violencia “E”.* (Artículo 7 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión) Por ello, decidimos que

“Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad” estará al aire todos los lunes, miércoles y viernes a las 6: 55 antemeridiano y las 8:55 postmeridiano.

j) Tipo de emisora: cada público se identifica con una o varias emisoras en vista de que en ellas encuentra programación acorde con sus intereses, gustos, necesidades, interrogantes, etc. Se podría decir que una radiodifusora tiene una personalidad que la distingue. De hecho, cada una de ellas busca resaltar esas características cuando hace sus promociones. En vista de esto, para llegar al público que deseamos tenemos que seleccionar una emisora que abarque ese target.

Los equipos técnicos son otra variable a tomar en cuenta. Por ello, debemos elegir entre emisoras de amplitud modulada, caracterizadas por su mayor alcance; o de frecuencia modulada, en las que la calidad del sonido es superior.

Respondiendo a esto, establecimos que la emisora ideal para la transmisión de nuestra serie de micros debe pertenecer a la banda de frecuencia modulada; y su programación debe estar dirigida a un público juvenil y adulto contemporáneo como, por ejemplo, 92.9 FM y Rumbera Network 104. 5 FM.

k) Formato: se refiere al tipo de programa que utilizaremos. Como ya se explicó, trabajaremos con el formato micro.

l) Duración: todas las producciones radiofónicas tienen una duración característica, un tiempo específico que transcurre entre su comienzo y su fin. La duración de un micro radiofónico puede ir de uno a cinco minutos. Aunque cinco minutos de duración, pareciera ser un tiempo muy corto para exponer algo en radio, es bien sabido en la actualidad que (...) *la única medida del valor de un programa está dada por el interés de su contenido y la buena calidad de su producción y no por los minutos que dura.* (KAPLÚN, 1978; p. 270)

En nuestra serie de micros de leyendas urbanas el tiempo es variable, respetando el límite de los 5 minutos.

4.2 Producción:

En esta fase se concreta la idea planteada al comienzo del proyecto. Al igual que la pre-producción requiere de una metodología específica que abarque, de manera ordenada, todos los pasos necesarios para finalizar esta etapa. En la producción se lleva a cabo la grabación de los micros radiales de acuerdo al material recopilado, la elaboración de los guiones y la música y efectos seleccionados. A continuación presentamos los ítems que conforman nuestro plan de producción:

a) Recopilación del material: la recopilación de información es esencial en todo el proceso, pues para lograr producir una serie de microprogramas debemos documentarnos acerca del tema que vamos a desarrollar en él.

Para la elaboración de nuestra serie de micros “Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad” recopilamos el material bibliográfico en diversas bibliotecas, como la Biblioteca Nacional, la Biblioteca Central de la Universidad Central de Venezuela y la Biblioteca de la Universidad Católica Andrés Bello, además de la Biblioteca Gustavo Leal de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Como señalamos en el capítulo II, estos relatos modernos han sido poco estudiados por lo que no existe mucha bibliografía. Por ello, nos vimos en la necesidad de comprar en el exterior los libros del investigador norteamericano, Jan Harold Brunvand, quien es una de las máximas autoridades en el tema. De estos textos extraímos las leyendas urbanas que posteriormente adaptamos y producimos en nuestra serie de microprogramas radiales.

Una vez reunida toda la información, procedimos a seleccionar sólo el material que nos serviría para nuestra producción.

b) Recursos Humanos: como su nombre lo indica se refieren a todas las personas que van a trabajar para hacer posible la producción. Cada etapa de producción requiere determinados requisitos y aunque no es necesario que cada uno sea realizado por personas diferentes, el trabajo se hará menos pesado si se distribuyen las asignaciones.

La elaboración de los guiones literarios y técnicos, el montaje, la edición, la locución, por nombrar sólo algunos de los ítems que conforman una producción radiofónica son pasos que deben ser realizados por personas con ciertas destrezas técnicas, como es el caso de la persona que maneja los controles técnicos, quien tiene que tener conocimientos básicos para poder manejar la consola. Igualmente el locutor debe poseer una buena dicción, una voz que cumpla unas mínimas condiciones de audibilidad.

Todas estas tareas son llevadas a cabo por un mínimo de individuos que hacen posible la puesta en el aire de un programa, o como es nuestro caso, de una serie de microprogramas.

c) Ficha técnica: la ficha técnica o de identificación es el formato en el que se especificarán los recursos humanos que intervinieron en la realización de la serie de microprogramas. Es un esquema que muestra quién realizó cada labor.

d) Costos: aunque la radio es un medio relativamente barato, no debemos dejar de realizar un presupuesto tentativo de nuestro programa antes de llevar a cabo la producción, y de esta manera evitarnos ciertas sorpresas que podrían impedir la culminación de nuestros micros. No hay que obviar ningún elemento, por pequeño que parezca. Al tomar en cuenta cuánto puede costar una producción, se puede buscar financiamiento. Sin embargo, en nuestro caso, teniendo en cuenta que se trata de un trabajo de licenciatura, el costo total de la producción corrió por nuestra cuenta.

Seguidamente indicaremos los costos que implicaron la realización de los tres micros de nuestra serie:

CONCEPTO	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
6 CD vírgenes	Bs.1500	Bs.9000
4 CD de música	Bs. 5000	Bs.20000
2 CD de Digital Audio	Bs. 2.000	Bs. 4.000
Estudio		Bs.50.000
Locutor		Bs. 200.000
Musicalizador	-----	-----
Operador técnico		Bs.50.000

Fotocopiado e impresión de los tres guiones técnicos	Bs.10.000	Bs.30.000
	TOTAL	BS. 363.000

e) Guiones literarios: el guión literario es el primer paso para lograr el objetivo que queremos alcanzar, ya que en él se coloca toda la información que será leída por los locutores y, en función a ese texto, se buscarán los efectos sonoros que acompañarán la narración, la música que complementará las acciones indicadas en el texto y el momento en el que el silencio será un recurso apropiado.

La redacción de un guión literario debe poseer un lenguaje atractivo que logre cautivar verdaderamente la débil atención de una audiencia condicionada. Por ello, el lenguaje coloquial, directo y espontáneo es el que debe predominar en la producción de micros, para lograr que el radioescucha capte fácilmente lo que se dice, sin tener que perder tiempo buscándole significado a alguna palabra.

Escribir para el oído es la recomendación que hacen los teóricos de la radio, ya que las palabras deben ser seductoras auditivamente, para que el

oyente no se distraiga o fastidie. Al utilizar frases llamativas durante la locución tendremos cierto éxito asegurado, pero en especial, si al inicio y al final del guión enganchamos al receptor con una imagen mental impactante.

f) Musicalización, sonidos y efectos: estos tres elementos van a complementar, especificar y fortalecer lo que el locutor dice. Como abordamos en el capítulo III, cada uno de estos recursos logra despertar emociones, evocar imágenes mentales, entre otros.

En nuestra serie de micros utilizamos una variada discografía que nos permitió recrear los distintos ambientes que la narración presentaba. Asimismo, los efectos de sonidos fueron determinantes para crear tensión y enriquecer la narración, como por ejemplo cuando utilizamos la risa de niño en el micro “Mentiras que matan”.

Además, decidimos identificar la introducción y despedida de cada uno de nuestros micros con un tema musical, esto con el fin de que la audiencia logre identificar la serie “Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad”.

g) Guiones técnicos: en ellos se encuentran especificadas todas las indicaciones para el técnico y el locutor. Se muestra quién dice qué, en qué instante, qué música va estar sonando en determinado momento, cuántos

minutos o segundos durará un efecto, cómo debe leerse el texto, etc. Es decir, en este formato se encontrará plasmada toda la labor de preproducción que hemos llevado a cabo, por ello este es el paso que precede a la grabación o realización del programa.

Pero, no por ser uno de los últimos pasos es el más fácil. Aunque hayamos redactado un guión literario único y seleccionado los mejores efectos y una música adecuada, todo eso se puede venir abajo si no organizamos adecuadamente estos elementos. Un guión técnico, además, es manipulado por varias de las personas que intervienen en la producción del micro, por eso, debe ser lo suficientemente claro para que cada integrante pueda entenderlo sin ningún problema.

4.3 Post -producción:

En esta etapa se efectúa el montaje y edición de la música y efectos de sonido, en el caso de que los microprogramas se hayan grabado “en seco”. En esta modalidad, las voces de los narradores han sido grabadas sin ningún acompañante (sin la música y los efectos sonoros). Si la grabación se ha realizado “en caliente”, es decir, con todos los elementos incluidos (voces, música y efectos de sonido), en la post producción sólo se realizará la ecualización y reproducción de las copias. En el caso de nuestros micros, se grabó y musicalizó en caliente en el estudio privado de Marco Toledo.

4. Guiones Técnicos:

Ficha Técnica Micro Nro. 1

Serie: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad

Título: Asada en su vanidad.

Formato: microprograma radiofónico.

Duración: 4 minutos con 5 segundos.

Periodicidad: dos veces al día. Lunes, miércoles y viernes.

Horario: 6:55 a.m. y 8:55 p.m.

Audiencia: público juvenil y adulto contemporáneo.

Día de grabación: 13/09/05

Producción: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Guión: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Musicalización: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Locución: Porfirio Torres.

Control Técnico: Marco Toledo

Discografía:

CD 1: Artista: Portishead. Disco: Portishead NYC live

CD 2: Soundtrack de la película "Manos de Tijeras"

CD 3: Artista: Richard Cheese. Disco: Tuxicity. Richard Cheese and lounge against the machine.

CD 4 Artista: Moby. Disco: Hotel.

CD 5: Recopilación de Alfred Hitchcock. Disco: Signatures in suspense.

CD 6: Sountrack de la película "Gladiador"

CD 7: Artista: Fabulosos Cadillacs. Disco Fabulosos calavera

Biblioteca de sonidos "Sound ideas" (CD 6032, 6038 y 6040)

Nombre del programa: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad

Productoras: Noelia de Abreu y Liliana da Silva

Duración: 4 minutos con 5 segundos

Días de transmisión: lunes, miércoles y viernes.

CONTROL :CD 1, TRACK 06 DESDE: 00:08:27 HASTA: 00:27:09 SALE EN FADE OUT NARRADOR..... NARRADOR..... CONTROL: CD 3 ,TRACK 08 ENTRA DESDE: 00:00:00 Y SE MANTIENE HASTA: 00:14:28 SALE EN FADE OUT	Desde su temprana infancia y durante toda su vida, Sabrina fue objeto de la burla de amigos y compañeros a causa de la sorprendente blancura de su piel. Por ello su mayor deseo fue siempre convertirse en una mujer morena, de piel sensual y cautivadora. SIGUE NARRADOR
--	--

NARRADOR.....	Su sueño se hizo realidad el día en que todas las miradas, inevitablemente atraídas hacia ella, notaban con estupor cómo el caoba de la urna donde yacía combinaba perfectamente con el canela de su piel.
CONTROL: CD 2 ,TRACK 07 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:11:00 HASTA: 00:28:05 SALE EN FADE OUT	
NARRADOR.....	La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentan: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad. SIGUE NARRADOR

NARRADOR..... CONTROL: CD 5 ,TRACK 10 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:00:00 HASTA 00:12:10 SALE EN FADE OUT	Recurría a lociones autobronceantes, a horas bajo el sol en la playa o la ciudad, pero nada era suficiente para lograr el color que anhelaba.
NARRADOR..... CONTROL: CD 6, TRACK 03 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:59:13 HASTA 01:13:08 SALE EN FADE OUT	Su obsesión se agudizó notablemente a pocas semanas de la boda de su mejor amiga, pues estaba tan pálida como siempre y no quería ser, una vez más, el hazmerreír de la fiesta. SIGUE NARRADOR

NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO RISAS) CD 6032, TRACK 26 DESDE: RISAS (00:00:00) HASTA: MACABRAS (00:05:00) CONTROL: CD 7, TRACK 02 ENTRA FADE IN DESDE:00:00:00 HASTA 00:16:16 SALE EN FADE OUT NARRADOR.....	No podía evitar recordar, al pensar en la boda, los comentarios ofensivos que había recibido a lo largo de su vida, y que aún resonaban en su cabeza como un coro infantil de voces crueles y macabras. Lo único que Sabrina aún no había probado eran las salas de bronceado, que gozaban entonces de gran popularidad y prometían convertir, en pocas semanas, a cualquier cadáver en una morena espectacular. SIGUE NARRADOR
---	--

NARRADOR..... CONTROL: CD 5, TRACK 02 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:06:16 HASTA: 00:34:25 SE VA EN FADE OUT	Y algunas veces, también logran lo contrario.
NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO SOLARIUM) CD 6038, TRACK 40 DESDE: DECIDIÓ (00:00:00) HASTA: PERFECTO (00:14:23)	Como los centros de bronceado establecen un límite de treinta minutos de exposición al día, Sabrina decidió visitar varias salas diariamente para acelerar el proceso y alcanzar el color perfecto a tiempo para la boda de su amiga.
NARRADOR.....	Con esta rutina, de salón en salón, Sabrina se convirtió en una morena sensacional en apenas dos semanas, la cuarta parte del tiempo necesario para broncearse con las exposiciones adecuadas. SIGUE CONTROL

CONTROL: CD 7, TRACK 02 FADE IN DESDE:00:00:00 HASTA:00:14:23 SALE EN FADE OUT NARRADOR..... CONTROL: CD 6, TRACK 09 ENTRA DESDE 01:25:04 Y SE MANTIENE DE FONDO HASTA:02:05:16 SALE EN FADE OUT NARRADOR.....	Con su nuevo color de piel, Sabrina pasó de hazmerreír a centro de atención donde quiera que iba. Finalmente, lo había logrado. Nada podía arruinar ahora su vanidosa felicidad. La víspera de la boda de su amiga, Sabrina comenzó a percibir que un olor repugnante la acompañaba a todo lugar. SIGUE CONTROL
---	--

CONTROL: CD 6 TRACK 09	
DURACIÓN 01:42:09 A 01:43:05	
DESDE: CUERPO	
NARRADOR.....	Luego de varias duchas y cambios de ropa, la recién morena comprobó que el nauseabundo olor que impregnaba el ambiente provenía de su propio cuerpo.
NARRADOR.....	Desconcertada, sin poder comprender su mala suerte, acudió de inmediato al médico, confiando en que se trataría de alguna pequeña infección.
NARRADOR.....	Después de los exámenes de rigor, el médico dio con el origen de la fetidez de la hermosa morena, y para su desventura, era peor de lo que imaginaba. SIGUE CONTROL

CONTROL: CD 5, TRACK 11 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:00:00 HASTA 00:15:21 SE VA EN FADE OUT NARRADOR..... CONTROL: CD 2 ,TRACK 07 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:11:00 Y SE MANTIENE DE FONDO HASTA: 00:37:26 SALE EN FADE OUT	A causa de la sobre exposición a los rayos ultravioleta tras continuas y excesivas sesiones de bronceado artificial, Sabrina había cocinado sus órganos vitales, y sólo le quedaban pocos días de vida. SIGUE NARRADOR
--	--

NARRADOR.....	La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentaron: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.
NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO FUEGO) CD 6040, TRACK 32 DESDE: ASADA... (00:00:00) HASTA VANIDAD (00:03:21) SALE EN FADE OUT	Hoy: Asada en su vanidad.
NARRADOR.....	En los controles técnicos, Marco Toledo, en la narración, Porfirio Torres y en la producción y musicalización, Noelia de Abreu y Liliana da Silva.

Ficha Técnica Micro Nro. 2

Serie: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad

Título: Cazador cazado.

Formato: microprograma radiofónico.

Duración: 4 minutos con 55 segundos.

Periodicidad: dos veces al día. Lunes, miércoles y viernes.

Horario: 6:55 a.m. y 8:55 p.m.

Audiencia: público juvenil y adulto contemporáneo.

Día de grabación: 14/09/05

Producción: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Guión: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Musicalización: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Locución: Porfirio Torres.

Control Técnico: Marco Toledo

Discografía:

CD 1: Artista Portishead. Disco: Dummy.

CD 2: Soundtrack de la película "Manos de Tijeras"

CD 3: Artista: Mazzeratti 2lts. Disco: Exposición Verano- verano

CD 4: Artista: Depeche Mode. Disco: Exiter.

CD 5: Artista: Gotan Project. Disco: La revancha del tango.

CD 6: Soundtrack de la serie "Dimensión desconocida"

CD 7: Soundtracks de películas de terror.

CD 8: Soundtrack de la película "El Exorcista"

CD 9: Soundtrack de la película "Batman beginning"

Biblioteca de sonidos "Sound ideas" (CD 6035 y 6037)

Nombre del programa: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad

Productoras: Noelia de Abreu y Liliana da Silva

Duración: 4 minutos con 55 segundos

Días de transmisión: lunes, miércoles y viernes.

CONTROL: CD 1 TRACK 07 ENTRA EN FADE IN DESDE:00:00:00 HASTA:00:20:14 SALE EN FADE OUT NARRADOR..... NARRADOR..... CONTROL: CD 2 ,TRACK 07 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:11:00 HASTA: 00:30:03 SALE EN FADE OUT	Una noche de tragos promete muchas cosas y conquistar a una mujer a veces tiene un precio que va mucho más allá del dinero. No está de más ir con cuidado: hay mujeres que nos hacen perder la cabeza, el dinero, la paciencia... y hasta los riñones SIGUE NARRADOR
--	---

NARRADOR.....	La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentan: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.
NARRADOR.....	Hoy: Cazador cazado
CONTROL: CD 3 TRACK 05 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:00:00 HASTA 00:21:20 SE VA EN FADE OUT	
NARRADOR.....	Había sido invitado a una fiesta ese sábado en la noche. Después de una larga y estresante semana de exámenes finales, la invitación fue para Andrés casi un boleto al paraíso.
	SIGUE NARRADOR

NARRADOR..... CONTROL: CD 4, TRACK 02 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:15:24 HASTA 00:28:08 SALE EN FADE OUT NARRADOR..... CONTROL: CD 5, TRACK 04 ENTRA EN FADE IN DESDE:00:18:16 Y SE MANTIENE DE FONDO HASTA 01:13:18 SALE EN FADE OUT	Una excelente oportunidad para olvidarse por un rato de la universidad y relajarse entre tragos y chicas. Como la velada parecía prometer, Andrés se preparó con esmero para la diversión. Tras pasar largo rato frente al armario, se decidió por el atuendo que mejor le quedaba. SIGUE NARRADOR
--	---

NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO AMBIENTE) CD 6035, TRACK 23, FADE IN DESDE: SE SINTIÓ (00:00:00) HASTA: COMPAÑIA (00:05:00) SALE EN FADE OUT	Se sintió a gusto apenas al llegar, y notó cómo el lugar estaba atestado de bellas mujeres sin compañía, cuyos cuerpos vibraban bajo las sugerentes luces al ritmo de la música que inundaba la noche.
NARRADOR.....	Poco rato después, una rubia increíblemente atractiva se acercó a Andrés, y copa tras copa, entre risas y miradas de fuego, se dejaron llevar por el juego de la pasión y el deseo.
NARRADOR.....	Al final de la fiesta, la rubia invitó a Andrés a pasar la noche juntos. Sorprendido por su buena suerte, Andrés no encontró sospechosa tanta aparente fortuna. SIGUE NARRADOR

NARRADOR.....	Cuando reabrió los ojos, Andrés se encontró totalmente desnudo, pero no junto a la fantástica rubia que había conquistado sino a solas, sentado en una tina repleta de hielo.
NARRADOR.....	Había pasado la madrugada inconsciente, sin la menor idea de lo que le había ocurrido.
CONTROL: CD 8, TRACK 05 DESDE: 04:17:02 HASTA: 04:20:08. ENTRA DESPUES DE: LE HABIA OCURRIDO.	
NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO MÚSICA) CD 8, TRACK 05 DESDE: LLAMA (04:34:18) HASTA: MORIRÁS (04:42:20)	Enfocando con dificultad, logró leer una nota en la pared escrita con el intenso rojo de un lápiz labial. La claridad del mensaje heló sus huesos mucho más que el hielo de la tina. SIGUE NARRADOR

NARRADOR.....	Llama al novecientos once o morirás
NARRADOR.....	Buscando con la mirada todavía
CONTROL: (EFECTO TELÉFONO)	borrosa algún teléfono, descubrió
CD 6037, TRACK 46	uno sospechosamente cercano a la
DESDE: NUEVE... (00:00:00)	tina y marcó, débil y tembloroso,
HASTA: UNO (00:03:00)	nueve, uno, uno.
CONTROL: CD 8, TRACK 05	
DESDE: EXAMINARA... (04:09:20)	
HASTA: ESPALDAS. (04:14:00)	
NARRADOR.....	Cuando Andrés explicó su situación
	a la operadora, ésta le aconsejó salir
	de la bañera y mirarse al espejo.
	Luego de escuchar que lucía
	aparentemente normal, la operadora
	insistió a Andrés en que se
	examinara de espaldas.
	SIGUE NARRADOR

NARRADOR.....	Ya en el hospital, la revisión médica puso fin a sus conjeturas, y finalmente supo lo ocurrido: esa noche, en ese hotel, le habían extraído los riñones.
NARRADOR.....	Con la vida colgando de un tubo de diálisis, rabioso y adolorido, Andrés sólo pensaba en la rubia.
CONTROL: CD 2 ,TRACK 07	
ENTRA EN FADE IN	
DESDE: 00:11:00 Y SE MANTIENE	
HASTA: 00:36:25	
SALE EN FADE OUT	
NARRADOR.....	La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentaron: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.
NARRADOR.....	Hoy: Cazador cazado.
	SIGUE NARRADOR

NARRADOR.....	En los controles técnicos, Marcos Toledo, en la narración, Porfirio Torres, y en la producción y musicalización, Noelia de Abreu y Liliana da Silva.
---------------	--

Ficha Técnica Micro Nro. 3

Serie: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad

Título: Mentiras que matan

Formato: microprograma radiofónico.

Duración: 3 minutos con 23 segundos.

Periodicidad: dos veces al día. Lunes, miércoles y viernes.

Horario: 6:55 a.m. y 8:55 p.m.

Audiencia: público juvenil y adulto contemporáneo.

Día de grabación: 15/09/05

Producción: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Guión: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Musicalización: Noelia De Abreu y Liliana Da Silva

Locución: Porfirio Torres.

Control Técnico: Marco Toledo

Discografía:

CD 1: Artista: Babylon Motorhome. Disco: Babylon Motorhome.

CD 2: Soundtrack de la película “Manos de Tijeras”.

CD 3: Artista: Perfect Circle: Disco: Emotive.

CD 4: Soundtrack de la película “Volver al futuro”.

CD 5: Soundtrack de la película “Batman beginning”.

Biblioteca de sonidos “Sound ideas” (CD 6009 y 6032)

Nombre del programa: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad

Productoras: Noelia de Abreu y Liliana da Silva

Duración: 3 minutos con 23 segundos

Días de transmisión: lunes, miércoles y viernes.

CONTROL: CD1, TRACK 02 ENTRA DESDE: 00:00:00 HASTA 00:17:00 SALE EN FADE OUT NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO RISAS NIÑO) CD 6032, TRACK 26 DESDE: PARA BUSCAR... (00:00:00) HASTA: RODEA (00:05:17) NARRADOR..... CONTROL: CD 2 ,TRACK 07 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:11:00 HASTA: 00:27:19 SALE EN FADE OUT	Los niños, con su infinita curiosidad, lo preguntan todo para buscar explicarse el mundo que les rodea. Los adultos por su parte suelen esquivar estas interrogantes con inofensivas mentiras blancas que muchas veces traen consecuencias más que negras. SIGUE NARRADOR
---	--

NARRADOR.....	La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentan: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.
NARRADOR.....	Hoy: Mentiras que matan
CONTROL: CD 3, TRACK 07	
ENTRA EN FADE IN	
DESDE: 00:00:00 HASTA 00:19:46	
SE VA EN FADE OUT	
NARRADOR.....	Había llegado un nuevo bebé a la familia Rodríguez. Con casi una década de matrimonio y una hermosa y saludable niña de cuatro años, no podían imaginar ser más felices.
	SIGUE NARRADOR

NARRADOR..... CONTROL: CD 4, TRACK 09 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:00:00 HASTA 00:31:02 SALE EN FADE OUT NARRADOR..... NARRADOR.....	Tras un parto sin complicaciones y al cabo de su recuperación, la madre estuvo lista para volver a casa junto a su recién ampliada familia. Durante el embarazo, Sofía esperaba con gran emoción el nacimiento de su hermanito, y consciente de que dejaría de ser la consentida de la casa. Pasaba horas enteras adherida al vientre de su madre, besando y acariciando a su futuro compañero de juegos. SIGUE NARRADOR
--	--

NARRADOR.....	Desde que llegó a casa, el bebé se convirtió en el protegido de su hermana mayor, que lo acompañaba a todas partes y miraba con atención cómo lo alimentaban, cómo reía, cómo lloraba, como dormía.
NARRADOR.....	Sin duda, el bebé se había convertido en su mayor alegría.
CONTROL: CD 5, TRACK 05	
ENTRA DESDE: 00:08:00	
HASTA: 00:46:28	
SALE EN FADE OUT	
NARRADOR.....	Cierto día mientras la madre cambiaba de pañal a su hermanito, Sofía notó que era bastante diferente a él. Llena de curiosidad, preguntó a su madre qué era lo que su hermanito tenía en la entrepierna SIGUE NARRADOR

NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO LATIDOS) CD 6032, TRACK 28 DESDE: HABITACIÓN (00:00:00) HASTA: SANGRE (00:09:00)	Al llegar a la habitación del recién nacido, encontró a su hija ensangrentada empuñando unas tijeras, y al tomar al bebé en sus brazos supo de dónde venía tanta sangre. Sofía había castrado a su hermanito.
NARRADOR..... CONTROL: (EFECTO CARRO) CD 6009 TRACK 03 DESDE: AUTOMOVIL... (00:00:00) HASTA: DESCONSOLADA... (00:07:00)	En medio de una desesperación total, la madre corrió con el niño al automóvil. Al poner marcha atrás, la madre no pudo percatarse de que Sofía le había seguido, desconsolada, y que estaba detrás del auto al momento de arrancar.
NARRADOR.....	Sofía murió arrollada, mientras que su hermanito se desangró camino al hospital. SIGUE CONTROL

CONTROL: CD 2 ,TRACK 07 ENTRA EN FADE IN DESDE: 00:11:00 HASTA: 00:38:30 SALE EN FADE OUT NARRADOR..... NARRADOR..... NARRADOR.....	La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentaron: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad. Hoy: Mentiras que matan En los controles técnicos, Marcos Toledo, en la narración, Porfirio Torres y en la producción y musicalización, Noelia de Abreu y Liliana da Silva.
---	--

Conclusiones:

Como hemos visto a lo largo de este trabajo de grado las leyendas urbanas designan relatos atractivos, novedosos y aleccionadores, pero no todas las historias asombrosas que escuchamos, leemos o recibimos por mail, son leyendas urbanas, sus características específicas nos demuestran que éstas se encuentran enraizadas en el folklore de una comunidad y son más que un concepto que se balancea entre lo verdadero y ficticio; y que tienen base en la percepción que forman los individuos del entorno que les rodea.

Estas obedecen a la expresión de los temores, preocupaciones y valores de la sociedad. No obstante, a través de nuestro estudio hemos logrado precisar que los miedos de antes y de ahora se basan siempre en agentes externos que amenazan con destruirnos, enfermarnos, etc., y que con el tiempo van cambiando de forma, pero que pueden ser evitados siempre y cuando el hombre pueda resistir la influencia “maligna” que actúa sobre los más débiles y vulnerables, que en su gran mayoría son niños, jóvenes y mujeres.

Pero, cuando este “contexto externo” se modifica con el pasar de los años, los peligros se redimensionan ajustándose a las condiciones que presenta el nuevo ambiente. Es así que el hombre posmoderno ha

incorporado a las leyendas urbanas protagonistas que distan mucho de aquellos a los que sus antepasados temían. Ya no son los fantasmas ni las almas en pena las que generan temor, sino el extranjero, el delincuente, el terrorista, etc., personajes reales que son concebidos como peligrosos y que han venido a sustituir varios de los antiguos elementos generadores de temor.

La universalidad de las leyendas urbanas nos ha demostrado que estos agentes perjudiciales no son exclusivos de países o ciudades con altos índices delictivos, pues como pudimos comprobar al revisar la obra del norteamericano Jan Harold Brunvand, las historias que éste recopiló en Estados Unidos y en algunos países europeos se asemejan en gran medida a las que escuchamos en las esquinas de Caracas. Las advertencias son las mismas y los castigos por realizar determinada acción son similares, y es que se hace muy difícil pensar que un fenómeno como el de las leyendas urbanas pueda ser local, sobretodo cuando las fronteras se han hecho casi invisibles, gracias a las nuevas tecnologías.

Las leyendas urbanas son una producción social espontánea, sin diseño ni estrategia preconcebidas. Por la forma en que viajan, evolucionan y se propagan llegan a asemejarse con el juego infantil del "teléfono descompuesto", donde los niños se transmiten un mensaje de oreja a oreja para al final reproducirlo, con la particularidad de que, en el camino, el

mensaje sufre innumerables adaptaciones y omisiones. Al igual que ese juego de niños, las leyendas urbanas en su tránsito de oreja a oreja o de e-mail en e-mail, sufren distorsiones, correcciones y adaptaciones. Al final lo que menos importa es la fuente original o el autor, lo que importa en sí es el contenido de la "información", que parezca verdad, verosímil, creíble.

Es así que podemos encontrar con historias como las del tráfico de órganos o la de contaminación de latas de Coca-Cola por ratas, que se repiten en diferentes partes del mundo, variando tan sólo algunos de sus protagonistas y la ciudad en la que se producen. Berlín, París, Tokio, Bogotá o Luanda podrían ser, indistintamente, el escenario perfecto para cualquiera de estas leyendas urbanas, y es que esta es una de las características de estas narraciones, sus temáticas son tan universales que pueden ser divulgadas en cualquier ciudad sin parecer ajena o extraña.

El Internet ha contribuido enormemente a la universalización de estos relatos. Si bien estos ya eran conocidos a través de la transmisión cara a cara, gracias a la red de redes y a sus innumerables ventajas, su difusión se multiplicó. Miles de personas sucumben ante el efecto alarmante que logran sembrar estas narraciones, que si bien pierden a través de su forma escrita el impacto que produce la comunicación interpersonal, logran producir entre quienes las reciben la necesidad de reenviarlas, advirtiéndole a otros sobre los peligros que no están exentos de sucederles a nadie. Y es que estas

historias urbanas nos dicen que la realidad no parece ser lo que es, la vida cotidiana está llena de peligros, aunado a que los medios de comunicación y el gobierno ocultan informaciones importantes.

Es así que podemos afirmar que las leyendas urbanas son resultado de un proceso comunicacional empírico que responde a la necesidad expresiva del hombre y que gracias a los nuevos medios ha encontrado diversos canales de divulgación o transmisión, y su estudio es interesante porque demuestra la capacidad que poseen los individuos de adaptar la realidad para que encaje con información poco precisa, además de crear un canal para verbalizar, expresar e ilustrar problemas sentidos como importantes

Dentro de la funcionalidad que le otorga el hombre a las leyendas urbanas se encuentra la de elaborar una explicación posible del mundo, en relación a los miedos y a las alternativas que se encuentran por doquier. Todo ello deriva en la existencia de múltiples mitologías urbanas que expresan más allá de una verdad o una mentira, distintos significados sociales, en y sobre la ciudad y el mundo.

Se puede decir entonces que estos relatos urbanos fomentan una relación entre hombre y ciudad basada en el uso consciente del espacio público. Es decir, el “afuera” de la ciudad es para las personas maduras y responsables, que son los únicos que pueden “resistir” las constantes

tentaciones y enfrentar los múltiples peligros que acechan en las esquinas. Principalmente adolescentes y niños deben permanecer bajo el resguardo del espacio privado.

La radio, por su transportabilidad y alcance, se ha convertido, desde su aparición, en uno de los medios de comunicación más populares en el mundo. En Venezuela, la realidad no es diferente. De hecho, su aceptación es tal que existen múltiples y muy variadas opciones en cuanto a emisoras radiales se refiere. Sin embargo, en ninguna de las programaciones de estas estaciones radiales nos encontramos con un proyecto similar al nuestro: en el que se utiliza el poder de la radio para difundir leyendas urbanas, ese fenómeno característico de la literatura contemporánea. La TV, el Cine, la Internet se han rendido a lo sorprendente y atractivo de estas historias, sin embargo, la radio, por lo menos en el caso venezolano, no había adaptado a su formato estos relatos, de allí la importancia de nuestra serie radial.

A través de la realización de los microprogramas sobre leyendas urbanas hemos reafirmado no sólo el conocimiento y la práctica necesaria para producir un espacio radial, sino que además estamos convencidas que a través de la difusión de estos micros, en donde la información se ha estructurado en una forma sencilla, pero interesante, podemos alcanzar el objetivo planteado al inicio de este proyecto: enriquecer las leyendas urbanas por medio de la utilización de los diferentes recursos del lenguaje

radiofónico y contribuir, de esta manera, a rescatar la oralidad un poco perdida de nuestros días.

Bibliografía:

Libros y tesis:

- ARETZ, Isabel: **Manual de folklore venezolano**. Monte Ávila Editores, Caracas, Venezuela, 1972. 240p.
- ARETZ, Isabel: **Qué es el folklore**. CONAC, Caracas, Venezuela, 1977.
- BALSEBRE, Armand: **Lenguaje Radiofónico**. Ediciones Cátedra, Madrid, España, 1996.
- BRUNNER, José Joaquín: **Globalización Cultural y Posmodernidad**. Fondo de Cultura Económica, México, 1999. 277p.
- BRUNVAND, Jan: **El Fabuloso libro de las leyendas urbanas. Volumen I**. Editorial Alba, Barcelona, España, 2002. 347 p.
- BRUNVAND, Jan: **El Fabuloso libro de las leyendas urbanas. Volumen II**. Editorial Alba, Barcelona, España, 2003. 343 p.
- CABELLO, Julio: **La Radio: su lenguaje, géneros y formatos**. Editorial Torre de Babel, Caracas, Venezuela, 1986.
- CARDONA, Miguel: **Temas de Folklore Venezolano**. Ministerio de Educación, Caracas, Venezuela, 1964.
- CEBRIAN HERREOS, Mariano: **Diccionario de Radio y Televisión**. Editorial Alhambra, Madrid, España, 1981.
- CEBRIAN HERREOS, Mariano: **Información Radiofónica**. Editorial Síntesis, España, 1994.
- CORRES, Rafael: **Los Cuentos que me contaron**. TESIS. Universidad Central de Venezuela, Caracas. 1980.
- DE LOS RIOS, Isabel: **Apuntes para un Taller de Narración Oral**. Impregráfica, Caracas, Venezuela, 1987.
- DI TELLA, Torcuato y otros: **Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas**. Editores Puntosur, Argentina, 1989. 659 p.

- DOMINGUEZ, A. **Encuentro con nuestro folklore.** Kapelusz Venezolana, Caracas, Venezuela, 1975. 266 p.
- ERMINY ARISMENDI, Santos: **Huellas Folklóricas: tradiciones, leyendas, brujería y supersticiones.** Editorial Oceanía, Madrid-Caracas. (s.f.)
- FERNANDEZ A. Jennifer: **El Microprograma Radiofónico: un pequeño gran formato.** TESIS. Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1994. 350 p.
- FRANCO, Alberto: **La Leyenda: bosquejo de un estudio folklórico.** Instituto de cooperación universitaria. Publicaciones del Departamento de Folklore, Buenos Aires, Argentina, 1940.
- GARCIA, Carlos: **Desarrollo de un sistema de transacción comercial de un software administrativo.** TESIS. Universidad Central de Venezuela, 2001.
- HAUSSMAN, Carl y otros: **Producción para la Radio Moderna.** Ediciones Thompson Learning, Buenos Aires, Argentina, 2001.
- HERSKOVITS, M.: **El Hombre y sus obras.** Fondo Cultural Económico, México, 1976.
- KAPLUN, Mario: **Producción de Programas de Radio.** Ediciones CIESPAL, Quito, Ecuador, 1978. 460 p.
- LECUNA Y MONASCAL, E.: **Literatura de Tradición Oral.** En Folklore y Currículum (Vol. 2, 249-341) Fundarte, Caracas, Venezuela, 1983.
- LISCANO, Juan: **Folklore y Cultura.** Editorial Ávila Grafica, Caracas, Venezuela, 1950. 266 p
- MALINOWSKY, B.: **Magia, Ciencia y Religión.** Editorial Ariel, Barcelona, España, 1974.
- MAVARES, Ramona: **La tradición Oral en Birongo.** TESIS. Universidad Central de Venezuela, 1982. 236 p.

- MIRCEA, Eliade: **Mito y Realidad**. Editorial Labor, Barcelona, España, 1985. 228p.
- MOLINA, Zulia y QUERECUTO, Irene: **El Cuento Oral: maravillosa forma de jugar con la imaginación**. TESIS. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1985.
- MORLEY, David y otros: **Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo**. Editorial Paidós Comunicación, Barcelona, Española, 1998.
- ORTIZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesús: **Técnicas de Comunicación en Radio**. Ediciones Paidós, Barcelona, España, 1994. 157p.
- PEDROSA, José Manuel: **La Autoestopista fantasma y otras leyendas urbanas españolas**. Editorial Páginas de Espuma, Madrid, España, 2004.
- ROBLES DE MORA, Lolita: **Leyendas de Venezuela: leyendas, tradiciones y mitos**. Ediciones Robledal, San Cristóbal, Venezuela, 2002. 267 p.
- SILVA, Armando: **Imaginarios Urbanos**. Tercer Mundo Editores, Bogotá, Colombia, 1992.
- THOMPSON, Stith: **El Cuento Folklórico**. Ediciones EBVC, Caracas, Venezuela, 1972.
- URDANETA P., Karima: **Leyendas Warao: Adaptaciones para radio**. TESIS. Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1998. 202 p
- VANSINA, Jan: **La Tradición Oral**. Editorial Nueva Labor, Barcelona, España, 1966.

- VILLEGAS, Teodoro y otros: **El Sonido de la Radio (ensayo teórico-practico sobre la producción radiofónica)** México, 1988.
- VITORIA, Pilar: **Producción Radiofónica (Técnicas básicas)**. Editorial Trillas, México, 1998, 124 p.

Artículos:

- REGUILLO, Rossana: “La construcción social del miedo en la ciudad” Revista Comunicación N° 117 (Ene.-Mar. 2002), pp. 70-81.
- RIBADO CAMPO, Ángel: “El Paradigma del Lenguaje”, Revista Arsterisco N° 28 (Marzo 1994) pp. 59-61.
- CORTAZAR, Francisco Javier “Los rumores y leyendas urbanas en Internet”. 2004. (Documento WWW) <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=194>
- TRINDADE, Vitor y NUÑEZ, Eloy: “La Casa Encantada” (Estudios sobre cuentos, mitos y leyendas de España y Portugal). Editora Regional de Extremadura, Mérida, España, 1997. (Documento WWW): <http://alcazaba.unex.es/~emarnun/casa/>
- PEDREIRA, Javier: “Viejas leyendas urbanas cobran nueva vida en la Red a la vez que surgen otras completamente nuevas” s.f. (DocumentoWWW) <http://personales.mundivia.es/astruc/doctxt35.htm>

Leyes:

- Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Gaceta Oficial N° 38.081. 7 de Diciembre de 2004.

ANEXOS

Guiones Literarios:

Micro 1: Asada en su vanidad

Desde su temprana infancia y durante toda su vida, Sabrina fue objeto de la burla de amigos y compañeros a causa de la sorprendente blancura de su piel. Por ello su mayor deseo fue siempre convertirse en una mujer morena, de piel sensual y cautivadora.

Su sueño se hizo realidad el día en que todas las miradas, inevitablemente atraídas hacia ella, notaban con estupor cómo el caoba de la urna donde yacía combinaba perfectamente con el canela de su piel.

La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentan: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad

Hoy: Asada en su vanidad

Inconforme con la insipidez que atribuía a su color, o más bien, a su falta de color, Sabrina vivía obsesionada por cambiar a cualquier precio la pigmentación de su piel.

Recurría a lociones autobronceantes, a horas bajo el sol en la playa o la ciudad, pero nada era suficiente para lograr el color que anhelaba.

Su obsesión se agudizó notablemente a pocas semanas de la boda de su mejor amiga, pues estaba tan pálida como siempre y no quería ser, una vez más, el hazmerreír de la fiesta.

No podía evitar recordar, al pensar en la boda, los comentarios ofensivos que había recibido a lo largo de su vida, y que aún resonaban en su cabeza como un coro infantil de voces crueles y macabras.

Lo único que Sabrina aún no había probado eran las salas de bronceado, que gozaban entonces de gran popularidad y prometían convertir, en pocas semanas, a cualquier cadáver en una morena espectacular, y algunas veces, también lograban lo contrario.

Como los centros de bronceado establecen un límite de treinta minutos de exposición al día, Sabrina decidió visitar varias salas diariamente para acelerar el proceso y alcanzar el color perfecto a tiempo para la boda de su amiga.

Con esta rutina, de salón en salón, Sabrina se convirtió en una morena sensacional en apenas dos semanas, la cuarta parte del tiempo necesario para broncearse con las exposiciones adecuadas.

Con su nuevo color de piel, Sabrina pasó de hazmerreír a centro de atención donde quiera que iba. Finalmente, lo había logrado. Nada podía arruinar ahora su vanidosa felicidad.

La víspera de la boda de su amiga, Sabrina comenzó a percibir que un olor repugnante la acompañaba a todo lugar.

Luego de varias duchas y cambios de ropa, la recién morena comprobó que el nauseabundo olor que impregnaba el ambiente provenía de su propio cuerpo.

Desconcertada, sin poder comprender su mala suerte, acudió de inmediato al médico, confiando en que se trataría de alguna pequeña infección.

Después de los exámenes de rigor, el médico dio con el origen de la fetidez de la hermosa morena, y para su desventura, era peor de lo que imaginaba.

A causa de la sobre exposición a los rayos ultravioleta tras continuas y excesivas sesiones de bronceado artificial, Sabrina había cocinado sus órganos vitales, y sólo le quedaban pocos días de vida.

La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentaron: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.

Hoy: Asada en su vanidad.

En los controles técnicos, Marco Toledo, en la narración, Porfirio Torres y en la producción y musicalización, Noelia De Abreu y Liliana Da Silva.

Micro 2: Cazador Cazado

Una noche de tragos promete muchas cosas y conquistar a una mujer a veces tiene un precio que va mucho más allá del dinero.

No está de más ir con cuidado: hay mujeres que nos hacen perder la cabeza, el dinero, la paciencia... y hasta los riñones.

La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentan: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.

Hoy: Cazador cazado

Había sido invitado a una fiesta ese sábado en la noche. Después de una larga y estresante semana de exámenes finales, la invitación fue para Andrés casi un boleto al paraíso, una excelente oportunidad para olvidarse por un rato de la universidad y relajarse entre tragos y chicas.

Como la velada parecía prometer, Andrés se preparó con esmero para la diversión. Tras pasar largo rato frente al armario, se decidió por el atuendo que mejor le quedaba.

Se sintió a gusto apenas al llegar, y notó cómo el lugar estaba atestado de bellas mujeres sin compañía, cuyos cuerpos vibraban bajo las sugerentes luces al ritmo de la música que inundaba la noche.

Poco rato después, una rubia increíblemente atractiva se acercó a Andrés, y copa tras copa, entre risas y miradas de fuego, se dejaron llevar por el juego de la pasión y el deseo.

Al final de la fiesta, la rubia invitó a Andrés a pasar la noche juntos. Sorprendido por su buena suerte, Andrés no encontró sospechosa tanta aparente fortuna.

Como había logrado lo que, precisamente, planeó al salir de casa, por nada en el mundo dejaría de ir con ella. Andrés sólo pensaba en la rubia.

Siguieron bebiendo y divirtiéndose en la habitación. A poco de haber llegado, Andrés comenzó a sentirse extraño. Su visión se volvió repentinamente borrosa, y de un momento a otro se tiñó de negro.

Cuando reabrió los ojos, Andrés se encontró totalmente desnudo, pero no junto a la fantástica rubia que había conquistado sino a solas, sentado en una tina repleta de hielo. Había pasado la madrugada inconsciente, sin la menor idea de lo que le había ocurrido.

Enfocando con dificultad, logró leer una nota en la pared escrita con el intenso rojo de un lápiz labial. La claridad del mensaje heló sus huesos mucho más que el hielo de la tina: «Llama al novecientos once o morirás»

Buscando con la mirada todavía borrosa algún teléfono, descubrió uno sospechosamente cercano a la tina y marcó, débil y tembloroso, nueve, uno, uno.

Cuando Andrés explicó su situación a la operadora, ésta le aconsejó salir de la bañera y mirarse al espejo. Luego de escuchar que lucía

aparentemente normal, la operadora insistió a Andrés en que se examinara de espaldas.

Descubrió que dos surcos se extendían verticales a lo largo de su bajo dorso, detrás de las ijadas, ese espacio ubicado entre las costillas y la cadera: Andrés no salía de su impresión.

Mientras acudían a su mente miles de explicaciones a la pesadilla que vivía, Andrés siguió la recomendación de la operadora de regresar a la tina y esperar allí al equipo de emergencia que ya estaba en camino.

Ya en el hospital, la revisión médica puso fin a sus conjeturas, y finalmente supo lo ocurrido: esa noche, en ese hotel, le habían extraído los riñones.

Con la vida colgando de un tubo de diálisis, rabioso y adolorido, Andrés sólo pensaba en la rubia.

La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentaron: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.

Hoy: Cazador cazado.

En los controles técnicos, Marco Toledo, en la narración, Porfirio Torres, y en la producción y musicalización, Noelia De Abreu y Liliana Da Silva.

Micro 3: Mentiras que matan

Los niños, con su infinita curiosidad, lo preguntan todo para buscar explicarse el mundo que les rodea.

Los adultos por su parte suelen esquivar estas interrogantes con inofensivas mentiras blancas que muchas veces traen consecuencias más que negras.

La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentan: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.

Hoy: Mentiras que matan

Había llegado un nuevo bebé a la familia Rodríguez. Con casi una década de matrimonio y una hermosa y saludable niña de cuatro años, no podían imaginar ser más felices.

Tras un parto sin complicaciones y al cabo de su recuperación, la madre estuvo lista para volver a casa junto a su recién ampliada familia.

Durante el embarazo, Sofía esperaba con gran emoción el nacimiento de su hermanito, y consciente de que dejaría de ser la consentida de la casa.

Pasaba horas enteras adherida al vientre de su madre, besando y acariciando a su futuro compañero de juegos.

Desde que llegó a casa, el bebé se convirtió en el protegido de su hermana mayor, que lo acompañaba a todas partes y miraba con atención cómo lo alimentaban, cómo reía, cómo lloraba, como dormía.

Sin duda, el bebé se había convertido en su mayor alegría.

Cierto día mientras la madre cambiaba de pañal a su hermanito, Sofía notó que era bastante diferente a él. Llena de curiosidad, preguntó a su madre qué era lo que su hermanito tenía en la entrepierna.

Agobiada por los rigores que exige todo recién nacido y al final de un día especialmente agotador, la madre simplemente respondió que se trataba de algo que el médico olvidó cortarle al nacer.

Como Sofía se retiró sin más preguntas, la madre dejó al bebé dormido en su cuarto antes de entregarse a una merecida siesta.

Rato más tarde, la despertaron con violencia los escalofriantes gritos del bebé.

Al llegar a la habitación del recién nacido, encontró a su hija ensangrentada empuñando unas tijeras, y al tomar al bebé en sus brazos supo de dónde venía tanta sangre. Sofía había castrado a su hermanito.

En medio de una desesperación total, la madre corrió con el niño al automóvil. Al poner marcha atrás, la madre no pudo percatarse de que Sofía le había seguido, desconsolada, y que estaba detrás del auto al momento de arrancar.

Sofía murió arrollada, mientras que su hermanito se desangró camino al hospital.

La Universidad Central de Venezuela y la Escuela de Comunicación Social presentaron: Leyendas Urbanas: reflejo de una realidad.

Hoy: Mentiras que matan

En los controles técnicos, Marco Toledo, en la narración, Porfirio Torres y en la producción y musicalización, Noelia De Abreu y Liliana Da Silva.