

## 24. Radio y cultura de masas

PASTORA MORENO ESPINOSA. UNIVERSIDAD DE SEVILLA.

La aportación cultural de los medios de comunicación a todos los grupos humanos es inevitable. Por tanto los comunicadores tienen gran responsabilidad social.

La radio es un medio de comunicación que se caracteriza fundamentalmente por su inmediatez, ya que posee mayores posibilidades para transmitir el mensaje al mismo tiempo que sucede. Y ésta es, quizás, una de las características esenciales del periodismo radiofónico. Además la información y la opinión en radio tienen el valor añadido de la palabra tal cual, es decir, de la voz real de los protagonistas.

Partimos de la base en nuestra investigación de que la programación radiofónica requiere la planificación de los mensajes que se desee transmitir, entendiéndolo como tal la planificación de unos contenidos sistematizados y elaborados según su duración.

Prácticamente desde la invención de la radio ha existido interés por su posible rol en la sociedad; a finales de los años veinte y durante la década de los treinta numerosas instituciones de Europa, América y otros lugares utilizaban ampliamente la radio como medio de comunicación de masas.

Algunos autores sostienen que la radio no posee un lenguaje específico, sino que combina las peculiaridades propias de otros medios. Sin embargo, nosotros compartimos la opinión de José Javier Muñoz y César Gil, quienes afirman que “su lenguaje puede coincidir o no con el de los demás canales, sistemas o medios, pero no pierde por ello su identidad”,<sup>1</sup> una identidad que convierte el mensaje radiofónico en una forma de hacer periodismo de carácter oral, ya que el mensaje se escribe para ser leído o escuchado, por lo que tiene que ser interesante e comprensible para el oyente. El estilo coloquial (escribir para quien oye es escribir como quien habla) determina las características que debe poseer el lenguaje radiofónico, que se resumen en la actualidad en tres:

---

<sup>1</sup> MUÑOZ, José Javier y GIL, César: *La radio. Teoría y práctica*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1988, p. 11.

1. *Sencillez*. Esta peculiaridad radica fundamentalmente en:

\* *Sencillez de vocabulario*: es necesario utilizar la palabra exacta en el momento preciso. George Hills añade que “ha de ser la palabra que el auditorio comprenda con mayor facilidad. El oyente no tiene tiempo para buscar en un diccionario el sentido de un término erudito”,<sup>2</sup> Para que el término sea comprensible este autor aconseja excluir todo vocablo con significado o sonido ambiguo de por sí o en el contexto de lo que se está diciendo. Además, señala que deben evitarse los arcaísmos, neologismos, frases hechas, tacos y toda clase de vulgarismos.

\* *Sencillez de estructura gramatical y sintáctica*. Ello implica que las oraciones no deben ser muy largas ni enrevesadas. Emilio Prado afirma incluso que “se puede asegurar que a más brevedad mayor comprensión y viceversa”.<sup>3</sup> Además, es conveniente seguir el orden gramatical convencional, es decir, sujeto + verbo + complementos. En la misma línea se sitúa George Hills cuando sostiene que “el orden de las palabras y de las partes de todo periodo debe ser el natural en una conversación: nada de inversiones literarias”.<sup>4</sup>

Aunque no se debe abusar de las oraciones subordinadas, Hills señala que “de por sí las oraciones compuestas no disminuyen la inteligibilidad de la palabra dicha, siempre que las subordinaciones tengan una dependencia lógica y que no sea excesivo su número”.<sup>5</sup> Aún así, para mantener el interés del oyente es preciso alternar frases largas y breves en los párrafos. En esta búsqueda de sencillez en el lenguaje, se prefiere la voz activa de los verbos a la pasiva y todo vocablo positivo a su sinónimo negativo y casi homófono.

\* *Sencillez temática*: es necesario delimitar los temas, así como abordar cuestiones concretas. Esto implica para George Hills que “todo lo improcedente, todo lo que no tenga enlace con aquello de lo que se está tratando, debe ser rigurosamente excluido”.<sup>6</sup>

2. *Reiteración*. Se trata de una característica que se resume en el siguiente dicho periodístico: “Dile al oyente lo que le vas a decir, díselo y después dile otra vez lo que has dicho”. La redundancia se convierte así en un elemento imprescindible ya que, según el profesor Arturo Merayo, “el oído necesita recibir el mismo mensaje o al menos el mismo contenido semántico para poder interiorizarlo sin esfuerzo”.<sup>7</sup> De lo contrario el oyente se pierde intentando captar aquello que no ha entendido, perdiendo el hilo del programa.

3. *Consecuencia*. En la redacción radiofónica todo lo que sucede se presenta de forma ordenada y cronológica, aunque en algunas ocasiones es necesario dar saltos en el tiempo, pero no de forma excesiva. En los géneros informativos, esta característica implica la ausencia de la estructura de pirámide invertida ya que el final es consecuencia de lo anterior. Por su parte, con relación a los géneros de opinión, la consecuencia supone una exposición metódica y lógica de cualquier idea, argumento, etc.

En líneas generales, lo específico de la redacción radiofónica viene dado por las características del medio y por el destinatario. El medio es vehículo de un mensaje inmediato, lineal, que llega al receptor de forma consecutiva, y fugaz e irreversible, sin posibilidad de releerse. No se puede volver para atrás ni saltarse trozos, por lo que la información y la opinión que se transmiten deben ser contundentes y claras. Se consigue

<sup>2</sup> HILLS, George: *Los informativos en radiotelevisión*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1987, p. 24.

<sup>3</sup> PRADO, Emilio: *Estructura de la información radiofónica*. Editorial Mitre, Barcelona, 1985, p. 30.

<sup>4</sup> HILLS, George: Op. cit., p.27.

<sup>5</sup> Ibid: p. 26.

<sup>6</sup> Ibid: p. 28.

<sup>7</sup> MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender la radio. Estructura el proceso informativo radiofónico*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1992, p. 129.

de esta forma una gran proximidad sensitiva con el oyente, ya que se habla a una persona concreta, no a la audiencia genérica. Se trata de una proximidad que aumenta de forma considerable en los géneros de opinión radiofónicos, donde la singularidad e importancia de los comentaristas sólo tiene parangón con los columnistas de los medios impresos.

A la vez que es un mensaje personal, éste debe producirse de modo que sea posible compartirlo con muchos a la vez, puesto que el receptor se caracteriza por su gran diversidad cultural. De hecho Emilio Prado asegura que “la radio se comunica con un público heterogéneo, compuesto por los diversos escalones socioculturales y, consiguientemente, con diferentes niveles de comprensión. Hoy los públicos, las audiencias no están muy especializadas y hay que lograr que los mensajes radiofónicos puedan llegar a todos los escalones de la audiencia captando el interés de cada uno”.<sup>8</sup>

En definitiva, el lenguaje radiofónico se puede definir como un conjunto de elementos sonoros que se transmiten a través del medio. Los teóricos señalan que los elementos sonoros esenciales son: las palabras, la música, los efectos de sonido y los silencios. Muñoz y Gil aseguran que todos ellos crean imágenes sonoras, pero también visuales. “Prácticamente las imágenes sonoras son estímulos que se transforman en representaciones visuales en el pensamiento del oyente”.<sup>9</sup>

Por su parte, tanto Emilio Prado como Arturo Merayo destacan que estos elementos pierden sus características específicas cuando se combinan para transmitir el lenguaje radiofónico. En este sentido, Merayo afirma que “pasan a formar parte de un nuevo concepto –el lenguaje radiofónico– que, fruto de la interacción, no es sólo mera suma de elementos aislados sino una nueva realidad con características distintas a las que cada uno tendría por separado”.<sup>10</sup> De esta declaración se desprende que el análisis del mensaje en radio no se puede limitar al estudio del lenguaje oral. Por esta razón, nosotros desarrollaremos a continuación cada uno de los cuatro elementos, aunque centrándonos especialmente en las palabras, puesto que aquí se registran las principales incorrecciones lingüísticas.

## 1. El léxico: usos y abusos

“La radio, al carecer de código visual alguno que pudiera apoyar al lenguaje oral, necesita hacer uso de todas las posibilidades expresivas que los códigos sonoros le brindan. Se entiende así que la locución tenga en la radio un peso específico mucho más determinante que el que posee en los medios audiovisuales, en los que el lenguaje gestual, precisamente gracias a la imagen, puede suplir en cierta medida la palabra”.<sup>11</sup>

Por regla general, los textos en radio no se leen, se dicen. Emilio Prado recomienda al periodista que “debe sentarse ante el micrófono con la actitud de quien va a explicar algo a un público heterogéneo; debe centrarse en lo que está diciendo, no engolar la voz y encontrar un ritmo acertado”.<sup>12</sup> El locutor tiene que hablar al oyente de igual a igual y evitar el tono académico.

La naturalidad conlleva en determinadas ocasiones algunos errores, bien intencionados para acercar al emisor y al receptor, o bien involuntarios. Los primeros no deben ser

<sup>8</sup> PRADO, Emilio: Op. cit., pp. 27-28.

<sup>9</sup> MUÑOZ, José Javier y GIL, César: Op. cit., p. 27.

<sup>10</sup> MERAYO PÉREZ, Arturo: Op. cit., p. 124.

<sup>11</sup> Ibid: p. 141.

<sup>12</sup> PRADO, Emilio: Op. cit., p. 16.

abundantes y los segundos deben evitarse, ya que “muchos errores en la lectura de un texto producen confusión en los oyentes a consecuencia de la pérdida de sentido que producen en las unidades fónicas”.<sup>13</sup>

Si el error no es importante, es preferible no corregirlo porque quizás el oyente no lo haya percibido. John Newman destaca que “aunque parezca sorprendente, los radioescuchas no notan muchos errores pequeños”.<sup>14</sup> No obstante, si el error cambia el significado de los datos, es necesario corregirlo. En este caso, la repetición correcta debe hacerse también con naturalidad y sin prisas, para que el oyente no perciba los nervios.

Emilio Prado y Arturo Merayo sostienen que en la locución intervienen cuatro factores fundamentales:

- La vocalización clara que facilita la comprensión del mensaje.

- La entonación. Merayo afirma que “la palabra oral introduce matices expresivos mucho más ricos y complejos que los que se transmiten a través del lenguaje escrito”.<sup>15</sup> Además, el lenguaje oral incorpora una musicalidad que nos permite diferenciar la emisora, el programa e incluso a los colaboradores habituales. La variedad está presente cuando se alternan distintas voces.

- El ritmo en radio no puede ser constante, ni demasiado rápido ni demasiado lento. Este último, según Merayo, “produce desinterés y contribuye a desperdiciar algo tan importante en la radio como es el tiempo. El ritmo excesivamente rápido provoca una tensión que, si es prolongada, llega a resultar insoportable para el oyente”.<sup>16</sup> Para evitar estas situaciones, lo aconsejable es que se combinen ritmos rápidos y lentos, algo similar a lo que sucede en la expresión oral.

- La actitud más adecuada consiste en expresarse con un estilo sencillo y amigable, pero que no parezca ficticio.

En definitiva, la claridad repercute en la eficacia del mensaje. Por tanto, la redacción radiofónica tiene que ser clara, que exija el mínimo esfuerzo para ser comprendida, y a la vez, expresiva y sugerente para atraer al oyente: un texto organizado de tal manera que sea fácil de expresar en voz alta. Para ello el periodista radiofónico debe seguir unas normas concretas de redacción.

A continuación estudiaremos las principales reglas para escribir en radio, reglas que son aplicables tanto a los géneros informativos como a los de opinión, aunque hemos tenido más en cuenta estos últimos para desarrollar dichas normas. En las próximas páginas haremos hincapié en lo que *debe ser*, ya que en la práctica muchas de estas normas se rompen, en ocasiones por desconocimiento del propio lenguaje.

### 1.1. Puntuación.

Puesto que en radio el texto está destinado a ser mensaje hablado, el primer elemento que debemos tener en cuenta es la puntuación. Según Emilio Prado, en radio “la puntuación sirve para asociar la idea expresada a su unidad sonora y, por tanto, para marcar unidades fónicas y no gramaticales como es usual en la cultura impresa”.<sup>17</sup>

Excepto la coma y el punto, el resto de los signos son innecesarios. La coma (,) es una pequeña pausa lógica que se hace al hablar y que viene determinada por el sentido de la

<sup>13</sup> Ibid: p. 17.

<sup>14</sup> NEWMAN, John F.: *Periodismo radiofónico*. Editorial Limusa, Grupo Noriega Editores, México, 1991, p. 116.

<sup>15</sup> MERAYO PÉREZ, Arturo: Op. cit., p. 141.

<sup>16</sup> Ibid: p. 143.

<sup>17</sup> PRADO, Emilio: Op. cit., p. 25.

frase. Prado afirma que “no se debe utilizar este signo si en la expresión oral no hay que realizar esa pausa, aunque fuera correcta su colocación en la redacción impresa”.<sup>18</sup> Este mismo autor concibe el punto (.) seguido o aparte como la señal que indica el final de una unidad fónica completa.

Los paréntesis y los guiones, que introducen en prensa una reflexión dentro del discurso, son inadecuados en radio ya que pueden desviar al oyente de la argumentación principal. En estos casos, los manuales de redacción recomiendan utilizar dos frases separadas.

Los dos puntos tienen en el texto escrito muchas utilidades expresivas. En la lectura es difícil atribuir a cada una de sus posibilidades la función que les corresponde. Según Pedro Barea y Roberto Montalvillo, en todos los casos su presencia implica una complejidad, un dominio del sentido del texto, una dependencia de unas frases de otras que conviene evitar.<sup>19</sup>

Las comillas (“ ”), tan utilizadas en los diarios, son para Prado “un recurso gráfico que no tiene traducción fónica y por tanto no nos sirven en la redacción radiofónica”.<sup>20</sup> Cuando el periodista quiera citar a una persona debe emplear los cortes o testimonios, o bien puede emplear el estilo indirecto con expresiones del tipo: dijo que, ha comentado, añadió, etc. En cualquier caso, la incorporación de cortes es habitual en los géneros informativos, pero poco frecuente en los géneros de opinión. Aun así, si el periodista opta por incluir un testimonio no se puede olvidar de marcar con claridad el principio y el final de la cita (“hasta aquí lo dicho por...”) Sólo así, el oyente que se conecte tarde puede conocer quién está hablando. Si las comillas tienen como finalidad destacar un concepto, éste puede ser subrayado en el guión para que en antena sea leído con una expresión más enfatizada.

De todo esto se deduce que en radio se prohíbe todo signo de puntuación y que ésta debe ajustarse a las posibilidades respiratorias.

## 1.2. Abreviaturas y siglas.

La regla general establece que no conviene abusar de las siglas y las abreviaturas, ya que no son claras, excepto aquellas que son de uso común y pueden ser comprendidas por la mayoría de los oyentes. Si el periodista o comentarista se ve obligado a utilizar una abreviatura o una sigla no generalizada, después tendrá que explicar su significado. Esta explicación no está bien considerada por John Newman, quien afirma que “si tal cosa es necesaria, se pierde el tiempo que intentaba ahorrar con la sustitución de la abreviatura”.<sup>21</sup> Una vez explicadas las siglas se puede seguir sólo con ellas.

No se debe utilizar en el guión radiofónico la ordenación foránea de los acrónimos. Por ejemplo, debemos sustituir NATO por OTAN, o AIDS por SIDA, aunque en la práctica son usos ya normalizados. No obstante, hay acrónimos conocidos y que, incluso, sólo se entienden en sus siglas. Así la ONU, la ONCE, el FBI, RENFE o láser... se identifican más por su sigla que por su correspondencia. En cualquier caso, el periodista debe emplear siempre aquella expresión más usual en el lenguaje hablado. Aun así, es preferible, según los manuales de redacción, utilizar primero la equivalencia (‘Naciones Unidas’, ‘la patronal’ en lugar de la CEOE) y después ofrecer la sigla, de modo que el

<sup>18</sup> Ibid: p. 25.

<sup>19</sup> BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Radio: Redacción y guiones*. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco. Bilbao, 1992, p.18.

<sup>20</sup> PRADO, Emilio: Op. cit., p. 27.

<sup>21</sup> NEWMAN, John F.: Op. cit., p. 35.

oyente la relaciona con su valor y de paso refresca su memoria. En el transcurso del texto es conveniente alternar la sigla y su sinónimo.

Los manuales establecen también que siempre se respetará el artículo propio. De esta forma, se dirá ‘el KGB’ y no ‘la KGB’, ya que hablamos de un comité y no de la policía. Además, el nombre de los países no debe abreviarse nunca.

### 1.3. Cifras y datos.

Los números presentan el problema de que son difíciles de retener al oído. Emilio Prado señala que “la radio no es el medio más adecuado para la transmisión de largas series de cifras, estadísticas o gráficos. Por ello hay que evitar en lo posible la inclusión de números en las informaciones para este medio”.<sup>22</sup> Generalmente, los números son poco frecuentes en los géneros de opinión, pero aún así resultan innecesarios y añaden poco a la comprensión de una idea, especialmente en estos géneros de opinión.

Las recomendaciones para el uso de cifras son:

- No se deben utilizar serie de números ni listas, regla que sirve tanto para la información como para la opinión. En los casos en los que esta prescripción no sea posible, se deberán agrupar los datos y hacerlos atractivos. En este sentido, John Newman<sup>23</sup> asegura que se puede ayudar al oyente a entender el significado de varias cifras si se hace una comparación. La claridad y la concisión se alcanzan también si se expresan las cifras de la forma más sencilla: ‘en los próximos siete días’ es peor que ‘en la próxima semana’.

- No conviene empezar una información con un número exacto, sobre todo si pasa de tres cifras, excepto en el supuesto de que sea lo esencial de esa noticia, como la bolsa, las cuotas de la Seguridad Social, el número de muertos en un accidente o la Lotería Nacional.

- Hay que redondear siempre para conseguir cantidades exactas, sobre todo, en los números que superan las tres cifras. En este caso, es aconsejable utilizar las palabras ‘aproximadamente’, ‘alrededor de’, ‘unas...’, etc. Con respecto a los porcentajes, no debe decirse ‘el veinte por cien’, sino ‘el veinte por ciento’. Las medidas siempre según el sistema métrico decimal y las cantidades traducidas a euros.

- Los números de teléfono se leerán de uno en uno, o de dos en dos. Un ejemplo correcto es: ‘El cuatro, cuatro, seis, nueve, tres, tres; repetimos, cuarenta y cuatro, sesenta y nueve, treinta y tres’. Así se obvian las similitudes fonéticas entre algunos sonidos de los números.

- Billón se puede confundir con millón a causa del pobre sonido de la B. Por esta razón, es conveniente decir ‘billón con B’, o ‘millón de millones’ si hablamos del billón español.

- En cuanto a la hora, nunca debe emplearse la hora ferroviaria (‘las veinte’), ya que dificulta la rápida comprensión del oyente. El Libro de Estilo de *Onda Cero Radio* recoge las expresiones temporales que corresponden a las distintas horas y que, frecuentemente, se utilizan de forma incorrecta. “Se dirá *de la mañana* a las horas comprendidas entre las cinco y las 12.00 h. Se dirá *del mediodía* la mención horaria de las 12.00 h. en punto. Se dirá *de la tarde* a las horas entre las 12.00 y las 20.00 h. Se aplicará la expresión *de la noche* a las referencias horarias comprendidas entre las 21.00 y las 24.00 h. La expresión

---

<sup>22</sup> PRADO, Emilio: Op. cit., p. 38.

<sup>23</sup> NEWMAN, John F.: Op. cit., p. 37.

*medianoche* se reservará para la mención horaria de las 24.00 h. Entre las 00.00 y las 5.00 h. se aplicará la expresión *de la madrugada*".<sup>24</sup>

Con respecto a la hora, algunos autores como Leonardo Gómez Torrego, consideran que es un anglicismo innecesario decir la hora de la siguiente manera: 'Cinco minutos sobre las ocho'.<sup>25</sup> Aconsejan que se exprese la hora exacta.

- Si el periodista prevé que el uso de un número ordinal va a provocar confusión ('el sexagésimo nono campeonato'), puede retocar la frase y decir algo como: 'la edición número sesenta y nueve del campeonato'. Un error común es que los numerales undécimo y duodécimo dejen paso a décimo primero y décimo segundo. La agencia EFE añade otro error bastante común, que consiste en utilizar los partitivos en lugar de los ordinales ('la *onceava* edición de un libro').<sup>26</sup>

#### 1.4. Frases y tópicos radiofónicos.

Debido a las características del mensaje radiofónico (inmediato, fugaz e irreversible), las frases, más que en cualquier otro medio, deben ser cortas, de 15 a 17 palabras. No obstante, como apunta Emilio Prado, "una frase breve no garantiza una expresión lógica si no va acompañada de una estructura lineal, un desarrollo lógico de la idea que contiene".<sup>27</sup> Por esta razón se exige además que la frase posea una estructura gramatical sencilla.

El empleo de frases largas presenta un problema añadido que destaca el periodista y escritor Álex Grijelmo, quien señala que "las frases largas y enrevesadas suelen conducir también a errores de concordancia, puesto que hay en ellas tantas palabras –y posibilidades de relación entre unas y otras– que resulta difícil discernir cuál casa con cuál",<sup>28</sup> lo que sucede cuando los complementos son desplazados de su lugar natural.

En cualquier caso, para evitar la monotonía que supone el uso de frases cortas, Prado propone dos recursos: "Uno es la combinación de las frases sencillas con aquellas a las que se ha añadido material adicional. El otro son los enlaces de entonación que dan continuidad a las ideas".<sup>29</sup> Nosotros consideramos más adecuado el primero de los recursos, ya que los enlaces de entonación no consiguen siempre el objetivo deseado. De todos modos, según *Onda Cero*, debe respetarse el orden sintáctico propio del castellano: sujeto, verbo y complementos (directo, indirecto y circunstancial)<sup>30</sup>. Aún así, Luis Núñez Ladevéze asegura que "comenzar por el verbo o por una conjunción o un adverbio ayuda a rebajar la monotonía característica del estilo nominal y prepositivo".<sup>31</sup>

En radio se utilizan muchas muletillas y frases hechas que deben evitarse, sobre todo por parte de aquellos 'periodistas estrella' y comentaristas que ejercen gran influencia sobre la opinión de los oyentes. Algunos de esos tópicos provienen de la prensa: 'pasamos página'; 'en portada', 'no queda nada en el tintero', etc. Otros pertenecen a la propia profesión periodística: 'ofrecemos un corte'; 'volveremos tras la ráfaga', etc.

Algunos ejemplos de muletillas y tópicos son los siguientes:

<sup>24</sup> AA.VV.: *Libro de Estilo de Onda Cero*. Madrid, p. 40.

<sup>25</sup> GÓMEZ TORREGO, Leonardo: *Manual de español correcto. Tomo II: Morfología y sintaxis*. Editorial ARCO/LIBROS, S.L., Madrid, 1993, p. 345.

<sup>26</sup> AA.VV.: *Manual de español urgente*. Agencia EFE. Ediciones Cátedra, S.A., Madrid, 1995, p. 42.

<sup>27</sup> PRADO, Emilio: Op. cit., p. 28.

<sup>28</sup> GRIJELMO, Álex: *El estilo del periodista*. Editorial Taurus, Madrid, 1998, p. 170.

<sup>29</sup> PRADO, Emilio: Op. cit., p. 30.

<sup>30</sup> AA.VV.: *Libro de Estilo de Onda Cero*: Op. cit., p. 55.

<sup>31</sup> NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*. Editorial Síntesis, S.A., Madrid, 1993, p. 142.

- ‘Como ya se recordará’; ‘nos hemos tomado la libertad de recordarles...’; ‘como ya hemos informado’; ‘como sabrán ustedes’, etc.

- ‘Ponemos punto final’ (en caso de utilizar esta expresión lo correcto sería ‘punto y final’); ‘enfilamos la recta final’, etc.

- ‘En vivo y en directo’.

- ‘A lo largo y ancho de la geografía’.

- ‘Sin temor a equivocarnos’; ‘Todo parece indicar que...’, etc.

- ‘Terreno abonado’; ‘van a dar mucho que hablar’, etc.

- ‘Punto álgido’; ‘en candelero’, etc.

- ‘Bueno’; ‘Por otra parte’; ‘En el plano de’; ‘pues’; ‘o sea’; ‘¿no?’ , etc.

A estas reglas añadimos que es recomendable que el locutor radiofónico pronuncie bien los nombres extranjeros, así como que dentro de una misma emisora esos nombres suenen igual para que exista cierta unidad.

## 2. La música

La música es la segunda protagonista de la radio e incluso en determinadas ocasiones está por encima de la palabra. José Javier Muñoz y César Gil la conciben como “la combinación artística de los sonidos de instrumentos o de la voz humana para expresar ideas, sentimientos o emociones, produciendo generalmente sensaciones agradables al oído”.<sup>32</sup> En esta definición está implícita la idea de que la música es polisémica ya que ofrece diferentes significados según los contextos.

Su utilización en radio es muy variada. Puede sustituir la palabra del locutor en la descripción de determinados ambientes o acompañar esas palabras. También puede expresar situaciones anímicas en el oyente o desempeñar una función ortográfica, como signo de puntuación que separa distintos elementos. Arturo Merayo<sup>33</sup> enumera los principales fines que tiene en el lenguaje radiofónico:

- Factor de ambientación de una época o de una localización específica. Es una música descriptiva que nos sitúa en un espacio y en un ámbito concreto (música del Oeste, por ejemplo).

- Elemento caracterizador de personajes y secuencias. Se utiliza en perfiles de personajes, reportajes perfil o entrevistas de personalidad.

- Instrumento de fijación del ritmo interno de la narración. La música en la radio permite mantener a lo largo de períodos prolongados cierta tensión que por sí sola la palabra no es capaz de mantener durante mucho tiempo. Por ejemplo, la música de fondo que se emplea en los titulares de los informativos tiene esta finalidad.

- Definición psicológica de secuencias. Subraya el carácter humorístico, violento, etc., de algunos mensajes.

- Narración del ‘tiempo’ del relato. La música permite sugerir el fluir del tiempo en los mensajes.

- Elemento de sutura, encadenamiento y transición. La música se utiliza frecuentemente en los informativos para separar las distintas secciones, así como también permite diferenciar los programas de una misma emisora.

<sup>32</sup> MUÑOZ, José Javier y GIL, César: Op. cit., p. 28.

<sup>33</sup> MERAYO PÉREZ, Arturo: Op. Cit., p.132.

- Elemento protagonista. La música se presenta en primer plano y pasa a ser el elemento principal del mensaje radiofónico y no es preciso que se trate de un programa especializado en música.

La música por sí misma se convierte, en definitiva, en un elemento autónomo.

### **3. Los efectos de sonido**

Los efectos de sonido son elementos característicos del lenguaje radiofónico y podemos realizar una división entre efectos especiales y musicales. Los primeros son efectos que sustituyen una realidad como, por ejemplo, el trote de un caballo. Los segundos, los efectos musicales son los que realmente nos interesan, ya que sirven de fondo o acompañamiento en los programas y en los comentarios radiofónicos. Arturo Merayo<sup>34</sup> distingue los siguientes:

- Efecto. Grabación de pocos segundos que separa noticias o bloques de noticias y que sirve para reclamar de nuevo la atención del oyente tras un periodo de tiempo.

- Ráfaga. Es un efecto más amplio que el anterior, pero aún así breve. Separa también bloques de noticias, así como la información de la publicidad.

- Indicativo. Está compuesto por elementos hablados y musicales que permiten al oyente identificar la emisora. Normalmente están grabados, aunque también pueden difundirse en directo.

- Careta. Se obtiene, cuando a la secuencia musical identificativa del programa se le une la palabra en primer plano. Desempeña la misma función que el indicativo, aunque la careta se aplica sólo para identificar un programa.

- Cortina. Es el fondo musical que se utiliza para la lectura, para subrayar el contenido de la información, llamar la atención sobre éste o intensificar el ritmo del discurso. Normalmente, aparece en los titulares, donde pasa a fondo cuando se habla y a primer plano en las pausas.

- Sintonía. Efecto musical que permite identificar una emisora y un programa concreto. Su definición puede coincidir con otros efectos. No obstante, es un efecto independiente, aunque con este nombre se designan todos los efectos musicales.

### **4. El silencio en radio**

El silencio radiofónico es un recurso expresivo que se utiliza en determinadas ocasiones. Adquiere importancia si es breve, ya que si se prolonga en el tiempo el oyente puede pensar que hay fallos de transmisión y no volver a sintonizar la emisora.

El silencio es la ausencia de cualquier sonido, ya sean palabras, efectos o música. Aunque para algunos autores este recurso no es adecuado en el mensaje radiofónico, otros, como es el caso de José Javier Muñoz y César Gil, le atribuyen la propiedad de valorar los sonidos precedentes y consecuentes a él,<sup>35</sup> de tal manera que un silencio breve puede incluso mantener en tensión al oyente y atraer su atención.

Arturo Merayo<sup>36</sup> enumera los siguientes usos que se hacen de los silencios radiofónicos:

- Como elemento de elipsis. Se eliminan uno o varios elementos de la frase que se pueden completar con el contexto.

---

<sup>34</sup> Ibid: pp.135-136.

<sup>35</sup> MUÑOZ, José Javier y GIL, César: Op. cit., p. 31.

<sup>36</sup> MERAYO PÉREZ, Arturo: Op. Cit., p.139.

- Como elemento de zeugma. Se utiliza como elemento sintáctico.
- Como elemento de reticencia. Se interrumpen las ideas o no concluye una frase cuyo contenido completo proporciona el contexto.
- Como elemento de asíndeton. Se agrupan elementos coordinados sin utilizar las conjunciones.

En síntesis, aunque la palabra sea el elemento fundamental del lenguaje radiofónico, la música, los efectos de sonido y el silencio, también son importantes, ya que gracias a ellos se atrae la atención del oyente.

Al principio de los tiempos la información fue oral. Con el paso de los años aún sigue siendo igual, aunque bajo otros aspectos culturales que no son más que la consecuencia de un mundo más experimentado y globalizado. Poco a poco la radio ha empezado a convertirse en lo que es hoy día: un medio respetado en nuestro país y un baluarte de poder a través de la cultura de masas.