

## Capítulo V

# Géneros periodísticos y normas en la redacción radiofónica

*María José García Orta  
José Manuel Tellechea Rodríguez*

### Introducción

En este capítulo se establecen las bases de la comunicación radiofónica y las principales normas para escribir correctamente en este medio caracterizado por su fugacidad. Además, se analizan los rasgos esenciales de los géneros periodísticos de información y opinión. Sólo se abordan en profundidad los géneros informativos, ya que son más habituales en todos los programas radiofónicos y con los que empieza a redactar cualquier recién licenciado.

### 1. La esencia de la redacción radiofónica

La radio es un medio de comunicación que se caracteriza fundamentalmente por su inmediatez. 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.

Algunos autores sostienen que la radio no posee un lenguaje específico, sino que combina las peculiaridades propias de otros medios. Sin embargo, 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” (Muñoz y Gil, 1998:11). Una identidad que convierte al mensaje radiofónico en una forma de hacer periodismo de carácter oral, ya que el mensaje se escribe para ser leído o escuchado.

Los elementos que constituyen el lenguaje radiofónico son los mismos que lo que denominamos genéricamente “Lenguaje”. Pero el medio radiofónico tiene sus particularidades específicas: voz, música, efectos sonoros, sonido ambiente y silencio. La correcta aplicación de estos elementos reúne una limitada riqueza expresiva y un gran poder de sugestión.

La radio como soporte tiene sus códigos que le hacen diferente del resto de medios. Escribir un mensaje para ser emitido por la radio requiere una forma particular de hacerlo. El mensaje es fugaz e irrepitible, lo cual exige una serie de criterios técnicos de obligado cumplimiento si queremos que sea captado, inteligible, comprendido y creído por el oyente. Expresarse a través de la radio, como medio de comunicación, no es igual que en la prensa, la televisión u otras formas surgidas con las nuevas tecnologías. Se escribe el mensaje para comunicarlo mediante la voz y esa peculiaridad requiere fórmulas expresivas concretas y diferentes con relación a otros medios.

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, como cercano y sensitivo; lineal, que llega al receptor de forma consecutiva, no se puede seleccionar ni pasar de página, por ello el interés debe sostenerse; y fugaz e irreversible, sin posibilidad de releerse.

Con respecto al destinatario, éste oye la palabra de otro en condiciones de gran proximidad sensorial. Esta proximidad sensitiva con el oyente se consigue porque se habla a una persona concreta, no a la genérica audiencia. 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.

## 2. Escribir como quien habla

En radio, resulta muy eficaz aplicar el dicho “escribir para quien oye es escribir como quien habla”, ya que esta premisa determina las características que debe poseer el lenguaje radiofónico. Estas características se resumen en tres: sencillez, reiteración y consecuencia.

La sencillez radica fundamentalmente en:

- Sencillez de vocabulario: Es necesario utilizar la palabra exacta en el momento preciso. Para que el término sea comprensible, es aconsejable excluir todo vocablo con significado o sonido ambiguo. Además, deben evitarse los arcaísmos, neologismos, frases hechas, tacos y toda clase de vulgarismos. Asimismo, es preferible todo vocablo positivo a su sinónimo negativo y casi homófono.

- Sencillez de estructura gramatical y sintáctica: Esto implica que las oraciones no deben ser muy largas ni enrevesadas (2-3 líneas). 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”. Por esta razón, se exige además que la frase posea una estructura gramatical sencilla (sujeto + verbo + complementos - directo, indirecto y circunstancial-).

En esta búsqueda de sencillez en el lenguaje se prefiere la voz activa de los verbos a la pasiva, que reitera el sujeto de la acción y resulta más impersonal. Se aconseja no utilizar oraciones en negativo ni la doble negación, pues obliga a pensar. Cuando el oyente-receptor se detiene a traducir lo escuchado corre el peligro de perder la base argumental del mensaje. Debemos evitar muletillas y frases hechas. Por ejemplo, “pasamos página”, “en portada”, “no queda nada en el tintero”, o “volveremos tras la ráfaga”, etc.

- Sencillez temática: es necesario delimitar los temas, así como abordar cuestiones concretas. En un programa o noticia generalista, el lenguaje debe ser sencillo, sin artificios y de máxima claridad. Si el periodista está ante un contenido especializado debe ser el traductor de los conceptos y términos técnicos a un lenguaje comprensible. No olvidemos que, habitualmente, el mensaje se transmite para un público no especializado, con diferentes niveles culturales y sociales. Además, muchas personas dependen de la radio para obtener información, educación y entretenimiento que por otro canal no consiguen.

La reiteración es la característica que se resume en el siguiente dicho periodístico: “Dile al oyente lo que le vas a decir, díselo, y dile otra vez lo que le has dicho”. No es exactamente repetir sino reiterar, por ejemplo “como le decíamos al principio”. La redundancia se convierte así en un elemento imprescindible, ya que, según Arturo Merayo, “el oído necesita recibir el mismo mensaje, o al menos el mismo contenido semántico para poder interiorizarlo sin esfuerzo” (Merayo Pérez, 1992: 29). Debemos repetir los elementos centrales del mensaje porque no hay posibilidad de retroceder.

Con respecto a la consecuencia, en la redacción radiofónica todo lo que acontece se presenta de forma ordenada y cronológica, aunque en algunas ocasiones es necesario dar saltos en el tiempo, pero no de forma excesiva porque el oyente se pierde. En los géneros informativos, esta característica implica la ausencia de la estructura de pirámide invertida, ya que el final es consecuencia de lo anterior.

## 3. Signos de puntuación y siglas en el guión radiofónico

Tal y como sostienen Pedro Barea y Roberto Montalvillo, “nos hemos de plantear la redacción para la radio con la perspectiva de un oyente que nos escuchará en condiciones muy especiales, y con la del profesional que ha de leer en determinada actitud. La escucha y la lectura son los dos aspectos que van a hacer que hayamos de cuidar la redacción para la radio como una técnica especial, y diferente de la de los otros medios de comunicación” (Barea y Montalvillo, 1992: 15). Queremos una redacción clara, que exija poco esfuerzo para ser comprendida. Y a la

vez expresiva, sugerente. Un texto organizado de forma que sea fácil de leer, fácil de expresar en voz alta. La redacción ha de ser clara también desde el punto de vista sonoro. Toda la información le llega al receptor a través del sonido, que debe tender a ser lo más perfecto posible.

Puesto que en radio el texto está destinado a ser mensaje hablado, el primer elemento que debemos tener en cuenta es la puntuación. El periodista puntúa el mensaje adaptándolo a su particular forma de leer. Excepto la coma y el punto, el resto de los signos son innecesarios. Los paréntesis y los guiones, que introducen en prensa una reflexión dentro del discurso, son inadecuados en la información radiofónica, ya que pueden desviar al oyente del mensaje principal. En estos casos, se recomienda utilizar dos frases separadas.

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” (Prado, 1985: 27). 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. Si el periodista opta por incluir un testimonio no se puede olvidar de marcar con claridad el principio y el final de la cita (“el portavoz ha manifestado...”, “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.

En radio no conviene abusar de las siglas y las abreviaturas, ya que son poco claras, excepto aquellas de uso común y que pueden ser comprendidas por la mayoría de los oyentes. Si el periodista se ve obligado a utilizar una abreviatura o una sigla no generalizada, después tendrá que explicar su significado.

No se debe utilizar en el guión radiofónico la ordenación foránea de los acrónimos. Siempre se prefieren las formas castellanizadas. No obstante, hay acrónimos muy conocidos y que, incluso, sólo se entienden en sus siglas. Así la ONU, la ONCE, el FBI, RENFE, OTAN o CIA, se identifican más por su sigla que por su correspondencia.

Si las siglas parece que son sólo relativamente conocidas y no se está seguro de que la gran mayoría las entiende, sería preceptivo citar previamente las palabras a que correspondan. En cualquier caso, el periodista debe emplear siempre aquella expresión más usual en el lenguaje hablado.

#### **4. ¿Qué hacemos con los números?**

Las cifras presentan el problema de que son difíciles de retener al oído. Generalmente, los números resultan innecesarios y añaden poco a la comprensión de una idea. Las recomendaciones para el uso de cifras son:

- No se deben utilizar serie de números ni listas. En los casos en los que esta prescripción no sea posible, se deberán agrupar los datos y hacerlos atractivos, dando por ejemplo su diferencia, el incremento, etc.

- 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, 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 cien mil personas”, etc.

- En cuanto a la hora, nunca debe emplearse la hora ferroviaria (“las veinte”), ya que dificulta la rápida comprensión del oyente. En la siguiente tabla, podemos observar las expresiones temporales que corresponden a las distintas horas y que, frecuentemente, se utilizan de forma incorrecta.

**TABLA 1. LAS HORAS EN RADIO**

<b>Franja horaria</b>	<b>Expresión correcta</b>
05:00-12:00 h	De la mañana
12:00 en punto	Del mediodía
12:00-20:00 h	De la tarde
21:00-24:00 h	De la noche
24:00 h	Medianoche
00:00-05:00 h	De la madrugada

Fuente: Elaboración propia a partir del *Libro de estilo de Onda Cero Radio*

En cuanto al reflejo de los números en el guión (Barea y Montalvillo, 1992: 28-29):

- El uno y el once, o el uno y el cero, se suelen escribir siempre con letras porque se podrían confundir con las letras ele o elle, o con la O de Oporto. En general, se escribirá también con letras cualquier número a principio de párrafo.
- Las fracciones -los partitivos- se escriben (un medio, un cuarto, tres onceavos, etc.) y no pueden utilizarse los signos aritméticos 1/2, 2/5 etc.
- El signo % tampoco es claro. Hay que escribir en el guión “por ciento”, “por mil” o lo que corresponda.
- Los ordinales deben darse en su nombre escrito con letras, salvo quizás los nueve primeros (1º, 2º). 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.
- No se emplearán nunca números romanos en el guión, porque son de difícil lectura.
- Las fechas han de escribirse con todos los números y con todas las preposiciones, sin abreviaturas de ninguna especie.
- Tampoco se deben escribir sin más las cifras -sobre todo de procedencia económica- del tipo de “+6,03 puntos”, o “seis, punto cero tres”. Hay que traducir en palabras esas cifras: “seis coma cero tres ha subido la Bolsa, o seis con cero tres”.

En definitiva, el criterio general con los números es siempre el de que se acepta aquello que facilita la lectura.

## **5. El uso de nombres, adjetivos y verbos**

La fugacidad de la radio implica que debe utilizarse el nombre más concreto posible, así como evitar las palabras compuestas y los neologismos, sobre todo los de origen político. Los nombres deben incluirse tras el cargo o la descripción de la acción que les ha puesto de actualidad. Por ejemplo, el orden correcto sería “El Presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero...”

Los nombres extranjeros deben pronunciarse en su idioma, excepto aquellos que tengan una denominación en castellano usual, como es el caso de Londres. En el guión, al lado del nombre extranjero conviene poner (entre paréntesis y con mayúsculas) una pronunciación figurada, aproximada a la fonética española).

Además, en el mensaje radiofónico todo vocablo positivo se prefiere a su sinónimo negativo, sobre todo cuando ese sinónimo es homófono. Así, “tristeza” es mejor antítesis de felicidad que el derivado “infelicidad”. Esta norma se aplica a todas las partes de la oración. Por ejemplo, el verbo “suspender, es más adecuado que “no aprobar”. De esta forma se contribuye a la claridad del lenguaje y no provoca ninguna confusión en los oyentes.

Con respecto al uso de pronombres, estos presentan un problema, ya que la radio es un medio irreversible, que no permite volver atrás. El pronombre, por su propia definición, sustituye a un nombre que ya ha sido mencionado. Sin embargo, en radio cualquier referencia a lo anterior va contra la ley del mínimo esfuerzo de comprensión. Su uso implica que el oyente se esfuerza reflexionando, mientras el locutor le sigue suministrando información. Por lo tanto, la repetición del sujeto en lugar del pronombre es un recurso más útil, que además contribuye a fijar las ideas principales.

También son innecesarios los adjetivos en las informaciones radiofónicas, ya que no se ajustan al carácter de neutral y objetivo que caracterizan a estos géneros. Deben ser evitados, salvo que sean imprescindibles para clarificar los datos, o en el caso de adjetivos descriptivos que precisen la idea que se transmite. Si es necesario mencionarlo, siempre haremos referencia a que es otro sujeto quien lo manifiesta (“en opinión de...”, “según...”, “en palabras de...”).

Al adverbio le sucede lo mismo que al adjetivo en los géneros informativos, es decir, debe evitarse su uso en la medida de lo posible. Algunos adverbios como “bien”, “mal”, “mejor” y aquellos derivados de adjetivos, son juicios de valor que no deben utilizarse en la información, pero que si aparecen en la opinión.

Centrándonos en los verbos, se recomiendan los de acción, siempre que muestren con precisión aquello que ha sucedido, así como los tiempos simples a los compuestos, y la voz activa a la pasiva, ya que ésta no suena natural en español si no tiene una justificación concreta. Para favorecer la imagen mental de la información que se transmite, es aconsejable emplear verbos más expresivos. Por ejemplo, “la policía entró en el edificio” es peor que “la policía irrumpió en el edificio”. En radio los tiempos verbales más utilizados son el presente, el pretérito perfecto y el futuro.

Uno de los errores más frecuentes consiste en utilizar el gerundio cuando se refiere a una acción posterior o consecuencia de otra (“un sobre conteniendo -que contenía- documentos...”), cuando este tiempo verbal funciona en la oración como un adverbio y expresa una acción que se desarrolla simultáneamente a otra.

Asimismo, es incorrecto utilizar el infinitivo como verbo del que depende toda la oración, y por lo tanto, como si fuera una forma personal. Ejemplo: “Recordar que el Impuesto Sobre la Renta debe pagarse...”. En estos casos, el infinitivo debe ser sustituido por expresiones del tipo: “Recordamos que...”.

## **6. Los géneros en la radio**

Hasta hace muy poco tiempo se hablaba de géneros periodísticos en general, sin tener en cuenta las características propias de cada medio, lo que se ha traducido en un trasvase de los géneros escritos a lo audiovisual, en lo que a denominaciones, enfoques y tratamiento de dichos géneros se refiere. Sin embargo, se hace necesario plantear esta cuestión desde la perspectiva particular de cada medio, puesto que siendo el género una faceta de la estructura formal del relato, éste se presenta con características peculiares y distintas según se trate de prensa, radio o televisión.

Arturo Merayo entiende por género radiofónico “cada uno de los modos de armonizar los distintos elementos del mensaje radiofónico -especialmente la palabra- de manera que la estructura resultante puede ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica” (Merayo Pérez, 1992: 173). En definitiva, los géneros son las diferentes modalidades que adopta el mensaje periodístico y que establecen un orden en el material informativo.

Tenidas en cuenta estas consideraciones generales, los mensajes radiofónicos también se pueden reducir a la clásica distinción entre *story* y *comment*, es decir, géneros informativos o de relato de hechos y géneros de opinión o de comentarios. Sin embargo, en radio se observa la tendencia a mezclar noticias y comentarios, en gran medida por las peculiaridades del canal, ya que este medio no ofrece facilidades para separar formalmente hechos y opiniones, y los elementos no lingüísticos (música, efectos y silencios) que emplea introducen en la narración complementos muy valorativos.

En este contexto, Mariano Cebrián prefiere hablar de géneros audiovisuales para referirse a la radio y la televisión, considerando así las peculiaridades de cada uno de los medios. Diferencia, como se aprecia en la Tabla 2, entre géneros expresivos y testimoniales, géneros referenciales y, por último, géneros apelativos o dialógicos.

**TABLA 2: CLASIFICACIÓN DE LOS GÉNEROS SEGÚN MARIANO CEBRIÁN**

<b>GÉNEROS EXPRESIVOS Y TESTIMONIALES</b>	<b>GÉNEROS REFERENCIALES</b>	<b>GÉNEROS APELATIVOS O DIALÓGICOS</b>
Actitud argumentativa: EDITORIAL	Actitud de fidelidad escueta: NOTICIA	Actitud indagadora o interrogativa: ENTREVISTA
Actitud interpretativa: COMENTARIO	Actitud profundizadora: REPORTAJE	Actitud consultiva: ENCUESTA
Actitud analítica: CRÍTICA	Actitud recopiladora y ampliadora: INFORME	Actitud cooperativa: RUEDA DE CORRESPONSALES Y DE EMISORAS
Actitud informativa testimonial: CRÓNICA	Actitud notarial: DOCUMENTAL	Actitud participativa: CONSULTORIOS E INTERROGATORIOS
	Actitud dramática: DOCUDRAMA	Actitud polémica y dialéctica: DEBATES, TERTULIAS

### **6.1. Géneros expresivos y testimoniales.**

Estos géneros ofrecen la concepción personal del autor respecto de la realidad. “Exponen, en unos casos, el pensamiento, interpretación, opinión, sentimientos y actitud del autor y, en otros, su testimonio. El autor argumenta, ataca, ironiza, comenta, crítica positiva o negativamente los hechos informativos, o relata y da fe de lo que ha presenciado” (Cebrián Herreros, 1992: 35). Si da paso a otros documentos o testimonios es sólo para fundamentar sobre ellos su argumentación y valoración.

Dentro de este grupo encontramos cuatro grandes géneros: editorial, comentario, crítica y crónica. Existen aspectos y rasgos distintivos suficientes para diferenciar unos de otros. El matiz claro es el cambio de actitud que tiene el autor:

1. *Actitud argumentativa: el editorial.* Si la actitud del redactor es la de ofrecer una argumentación para aceptar o rechazar las actuaciones en tomo a unos hechos, o la difusión de declaraciones u opiniones de cualquier tipo, estamos ante el género editorial.

Este aporta una visión del medio de comunicación como emisor y sirve para formar, orientar y dirigir la opinión de los destinatarios.

2. *Actitud interpretativa-explicativa: el comentario.* El autor, un especialista o experto en el tema, asume una actitud de aclaración y profundización en la cuestión que aborda. Aporta su opinión e interpretación.

3. *Actitud analítica: la crítica.* El periodista afronta la información de producciones, generalmente culturales, mediante un planteamiento analítico de lo que son, lo que representan y sus aportaciones creativas para los oyentes. Junto a la interpretación personal, se ofrece una información y un análisis de los hechos.

4. *Actitud informativa testimonial: la crónica.* Se mantiene una actitud a medio camino entre la información distanciada y el testimonio personal del redactor, que puede llegar a prever las repercusiones de un acontecimiento. Es un género híbrido, donde existe un predominio del relato informativo sobre la visión personal.

## 6.2. Géneros referenciales.

Se caracterizan por “exponer de manera distanciada y con la máxima objetividad posible los hechos, ideas, opiniones y sentimientos ajenos al autor” (Cebrián Herreros, 1992: 113). Dentro de este grupo se sitúan varios géneros en función de la variedad de actitudes que el periodista puede elegir para su exposición y según el grado de fidelidad que quiera adoptar respecto a la realidad.

1. *Actitud de fidelidad escueta: la noticia.* El periodista asume su papel de relator puro, es decir, busca la máxima fidelidad con lo que ha ocurrido sin añadir aportación personal alguna. Su actitud distante frente a los hechos.

2. *Actitud profundizadora: el reportaje.* Si la noticia radiofónica apenas puede conseguir una profundización en los hechos por la rapidez con que se tiene que exponer la información, el reportaje admite mayor profundización en el relato. Busca las circunstancias, antecedentes y consecuencias e indaga diversos puntos de vista.

3. *Actitud recopiladora y ampliadora: el informe periodístico.* El autor busca una mayor aportación de datos comprobables y contrastables para dar más fiabilidad a sus informaciones.

4. *Actitud notarial: el documental.* El autor, además de mantener la actitud general de relator busca documentar su relato y, a veces, establecer una tesis sobre los hechos.

4. *Actitud dramática: el docudrama.* Si además de documentar los hechos, lo que quiere el periodista es buscar el lado dramático de los hechos, trabajará con el documental dramático o docudrama. El docudrama aborda realidades informativas comprobables, no de ficción. El periodista recurre a recursos expresivos dramáticos para ofrecer una versión original y adecuada a los hechos o situaciones psicológicas de las personas involucradas en dichos hechos.

## 6.3. Géneros apelativos o dialógicos.

“Exponen hechos, ideas u opiniones de personalidades, expertos y, en suma, de personas portadoras de información y de opiniones, mediante el diálogo del periodista, o mediador, con otra o varias personalidades” (Cebrián Herreros, 1992: 36).

Estos géneros están muy presentes en radio, donde adquieren todo su esplendor, ya que se lleva la forma de comunicación más directa de la vida real al campo de los medios. La palabra en estos géneros se convierte en diálogo, diálogo del informador con otro u otros interlocutores.

En todos ellos el informador deja el protagonismo a los demás, que son los protagonistas de la información.

Encontramos en este grupo diversos géneros que se clasifican atendiendo a la complejidad del diálogo, tanto por el número de personas participantes como por la polémica planteada.

1. *Actitud indagadora o interrogativa: la entrevista.* El periodista afronta la información como interrogación, mediante preguntas a sus interlocutores. No discute, no discrepa, ni afirma.

2. *Actitud consultiva: la encuesta.* El periodista acude a varias personas con la misma pregunta para contrastar las respuestas.

3. *Actitud cooperativa: las ruedas de corresponsales y de emisoras.* El periodista busca la colaboración de otros compañeros situados en lugares estratégicos de información, en las corresponsalías, o en las emisoras de la propia red para que entre todos, y desde el lugar en el que estén, informen de lo que ocurre en su entorno. Por ejemplo, la rueda de corresponsales típica para informar sobre el tiempo.

4. *Actitud participativa: consultorios e interrogatorios.* La incorporación del teléfono a la radio ha abierto la posibilidad de una mayor participación de la audiencia. De esta situación han surgido los consultorios personales de la audiencia y los "interrogatorios" directos a personalidades. El periodista coordina el diálogo entre el experto y la audiencia, y fomenta la participación de los oyentes.

5. *Actitud polémica y dialéctica: debates, tertulias.* El periodista organiza el debate convocando a dos o más personas enfrentadas por sus ideas, participación en los hechos, etc. El punto clave es el desarrollo dialéctico de la información. Cada personalidad elegida contesta, discute o confirma con las demás sus puntos de vista. El periodista contribuye a avivar la polémica, pero sin dar sus opiniones.

#### **6.4. Géneros de monólogo y de diálogo.**

Aunque consideramos que la clasificación de géneros establecida por Mariano Cebrián es una de las más completas, Arturo Merayo ofrece una tipología centrada en las únicas formas que puede adoptar la palabra para ser presentada, es decir, el monólogo y el diálogo. Los géneros que presentan estructuras discursivas a caballo entre el monólogo y el diálogo, o bien susceptibles de adoptar cualquiera de estas dos modalidades, los denomina géneros mixtos. Como se aprecia en la tabla 3, Merayo realiza una clasificación de géneros dentro de estos tres generales, atendiendo a la presentación de hechos, opiniones, o hechos y opiniones.



Centrándonos en los géneros de monólogo, la presentación de los hechos o de las opiniones corre a cargo del locutor y no existe ninguna otra persona que intervenga en el mensaje como no sea el oyente. Los seis géneros radiofónicos basados en el monólogo son: noticia, informe, continuidad, crónica, editorial y comentario. De todos ellos se han aportado ya los rasgos esenciales, excepto del género continuidad, que se define como “la estructura narrativa que el locutor de radio introduce en los períodos de tiempo que no son ocupados por ningún otro género, por la música ni por la publicidad” (Mérayo Pérez, 1992: 185). Su finalidad es difundir hechos u opiniones, con una estructura narrativa tal que el oyente no se percate de que el locutor está ocupando tiempo “vacío”.

Los géneros de diálogo son los que mejor se adaptan al medio radiofónico, ya que reproducen el sistema estructural del lenguaje oral e introducen fórmulas expresivas más ricas y dinámicas. Los géneros radiofónicos de diálogo también pueden expresar hechos u opiniones, sin que los límites estén perfectamente definidos en todos los casos (noticia dialogada, crónica de alcance, varios tipos de reportajes, entrevista, coloquio y la participación).

## 7. La noticia radiofónica.

La noticia es el género informativo más utilizado en radio. Las características del medio hacen de ella un género idóneo para transmitir la información de actualidad de forma inmediata, con mayor rapidez que en prensa y televisión. Por esta razón, la noticia radiofónica adquiere rasgos específicos, aunque sigue las mismas normas de claridad y concisión de todos los mensajes periodísticos. Muchos autores le dan tanta importancia a este género, que incluso han definido la radio por ser el medio que da en primer lugar la información.

La noticia se define como “la unidad estructural mínima de la información radiofónica, escueta, sencilla y formalmente neutra” (Prado, 1985:46). De hecho, la noticia narra los aspectos más importantes de un acontecimiento sin introducir valoración, de forma escueta y con un estilo riguroso y seco. Si la palabra juega un papel fundamental, también son importantes el resto de los sonidos, ya que se convierten en testimonio de lo que acontece. Estos elementos determinan las peculiaridades de la noticia radiofónica con respecto a la prensa (Muñoz y Gil, 1988: 65-66):

- **El tiempo.** Existe una tendencia a la inmediatez que hace que predominen las informaciones más recientes. La rapidez de transmisión repercute en la estructura de la información. No hay una estructura de pirámide invertida como en la prensa, sino que el *lead* aparece diluido a lo largo de toda la información para que no decaiga el interés del relato.
- **El lenguaje.** La noticia en radio debe seguir las normas propias del periodismo: concisión y claridad, a las que se le añade la reiteración.
- **La voz.** La noticia pura requiere una redacción despersonalizada, pero en la radio el locutor añade un elemento personal, su voz. Esta enfatiza palabras y realiza pausas, acciones que no se dan en prensa. Además, la palabra da coherencia y sentido al resto de los elementos sonoros.
- **El sonido complementario.** En la radio los elementos añadidos son vitales, especialmente las declaraciones de los protagonistas y testigos de los hechos. Conceden gran credibilidad a la emisora, pues se convierten en confirmación de que lo que se dice es cierto.

Se han establecido muchas clasificaciones de la noticia, pero seguiremos la de Emilio Prado, ya que proporciona una tipología básica a la que se han sumado otros autores. Por lo tanto, hablaremos de noticia estricta, noticia con citas *in voice* y noticia con entrevista.

La noticia estricta es la más habitual, sobre todo en los boletines horarios. Es aquella en la que no existe más sonido que el que proporciona la voz del locutor o locutores, y que se

caracteriza por su brevedad. También denominada noticia sin documentos sonoros, suele llegar a la Redacción por teletipos, pero sin ningún testimonio sonoro. Esta información es adaptada por los periodistas a las peculiaridades del mensaje radiofónico.

La estructura más adecuada es la siguiente:

- **Apertura.** Es una frase breve que atrae al oyente hacia la información que luego se narra. Condensa lo más importante de la noticia y puede ser equiparada al titular de prensa.
- **Entrada.** Se utiliza para sintetizar los elementos principales de la noticia y que ya han sido sugeridos en la apertura. No es necesario responder a todas las *W* (qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué). La entrada puede ser dura, si contiene todos los datos más importantes, o blanda, cuando ofrece algunos datos, pero lo que pretende es llamar la atención.
- **Desarrollo.** Será mayor, menor o incluso inexistente según el programa en el que aparezcan las noticias. Así, en el boletín horario la noticia se presenta únicamente con apertura, entrada y, ocasionalmente, cierre. Por desarrollo se entiende los párrafos sucesivos que siguen a la entrada, en los que se explican los datos destacados anteriormente y otros que no habían sido mencionados.
- **Cierre.** Se trata de una recopilación de lo más destacado de la noticia. El cierre viene a ser como una entrada a la inversa, por lo que también debe ser atractivo.

Una estructura similar adopta la denominada noticia con citas *in voce* o noticia con documentos sonoros, en la que algunos de los datos los expone el propio protagonista de los hechos. Este es precisamente el rasgo que diferencia a esta noticia de la estricta.

En este tipo de noticias, se aconseja que las grabaciones tengan cierta calidad sonora y que no sean largas, alrededor de 20 ó 25 segundos. Tienen que ser concisas, que posean el máximo de información concentrada.

El último tipo de noticias es la noticia con entrevista, que presenta una estructura diferente a las anteriores. Después de la entrada atractiva, en la que se responderá necesariamente al *quién*, aparece una entrevista que proporciona los datos más importantes del acontecimiento. Habitualmente son preguntas cortas con las que se intenta profundizar más en la noticia. Debemos contar con la complicitad del entrevistado para que ofrezca respuestas concisas y claras.

Para que una noticia sea efectiva hay que redactar con sencillez, reiteración y consecuencia. Pero la noticia debe ser “creída”, que no sea la lectura fría y monótona de unas líneas. Aquí la locución tiene un papel fundamental (“No hay que leer, sino contar”). El receptor debe tener la percepción de que se le está contando una noticia, que no se la están leyendo. Por tanto, debe existir ritmo y musicalidad en la transmisión del mensaje, pero en absoluto se trata de cantar las frases. Interpretar no es teatralizar un texto.

Para la lectura debemos acomodar la respiración y el ritmo de lectura a nuestra forma expresiva. Hay que poner los puntos en la voz, dosificar el aire. No debemos hacer de la lectura un acto oficial, con engolamiento de la voz. Un tono inapropiado o una expresión descoordinada pueden generar en el receptor la pérdida de atención en el mensaje. Las pausas, la entonación, el ritmo y la musicalidad que envuelven a la noticia favorecen su atención y comprensión.

### 7.1. La noticia como elemento principal de la programación.

Las noticias constituyen la esencia de los tres tipos básicos de programas informativos: boletín, diarios hablados -noticiarios- como Diario de las 14-*RNE*-, Hora 25-*Cadena SER*, y especiales informativos.

El boletín tiene una duración en torno a cinco minutos, después de cada señal horaria. Según la valoración de sus editores comienza con la noticia más importante o por aquella de última hora. La temporalidad de una hora entre cada boletín hace repetir aquellas noticias más importantes emitidas en el anterior, aunque es, periódicamente, conveniente modificar su estructura sin perder el contenido, además de añadir nuevos datos que las enriquezcan (actualizar los contenidos de la noticia). De lo contrario, caeremos en la monotonía.

El diario hablado, al igual que el boletín, ordena las noticias según la importancia que les conceda el editor o comenzando con la de última hora. Su duración es mayor en el tiempo, un mínimo de 30 minutos, con un tratamiento más a fondo de cada noticia, incluso con entrevistas y otros géneros periodísticos. Uno de los formatos más utilizados son las entrevistas en directo al protagonista o protagonistas de un hecho informativo. Aparece detrás de la noticia en la que profundiza, su duración no debe ser superior a tres minutos y tienen que ser preguntas concretas, sin rodeos y con claridad para que las respuestas también lo sean.

Los especiales informativos no tienen una periodicidad establecida, sino que se emiten respondiendo a la notable importancia noticiosa de los temas elegidos para su elaboración. La voz de quien lo expone y los testimonios de los protagonistas están complementados con efectos especiales o musicales que permiten la recreación del autor o del equipo y enriquecer la capacidad expresiva del mensaje.

Es adecuado ligar los contenidos de forma coherente a través de algún hilo argumental, de tal forma que consigamos mantener la atención del oyente. Si mediante la palabra no es posible separar bloques de diferente materia, existe la posibilidad de utilizar ráfagas, puntos sonoros específicos de cada programa o emisora, o cuñas promocionales. En las cadenas privadas la publicidad es un elemento habitualmente empleado para separar bloques informativos.

También, tengamos en cuenta que la locución de un boletín o diario hablado con dos o más voces (sin que suponga abusar del número) permite obtener más fluidez para la atención del oyente. Con una sola voz es complicado que el oyente preste plena atención porque caemos en la monotonía del monólogo. En el desarrollo de los contenidos es necesario mostrar un estilo fresco, atractivo, con “ganchos” oportunos y expresivos para mantener la tensión en el receptor.

## **8. La entrevista en radio**

La entrevista es un género informativo con identidad propia, donde un periodista mantiene una conversación con un personaje de actualidad, que habitualmente es protagonista o testigo de un acontecimiento relevante. Ese encuentro está justificado por la trascendencia de la información y supone una profundización en aspectos que ya han sido tratados en la noticia.

La entrevista es de los géneros periodísticos que más adaptabilidad tiene a la radio y a las características específicas del medio. Es una de las fórmulas más ágiles para dar a conocer los hechos o para profundizar en una información (entrevista de declaraciones), así como acercarse a la personalidad de los protagonistas de los acontecimientos (entrevista de personalidad o biográfica), convirtiéndose el ser humano en la estrella exclusiva de la información. Precisamente son estos dos tipos de entrevistas, declaraciones y de personalidad, los más usados, tanto en boletines horarios como en informativos o noticiarios.

A diferencia de la prensa, en la radio las preguntas y respuestas aparecen tal y como se produjeron en el momento del encuentro entre el entrevistador y el entrevistado. Nos ofrece cómo hablan realmente los personajes, sus muletillas y sus formas de enlazar ideas, aspectos que en prensa quedan disimulados por el periodista. Por tanto, la entrevista radiofónica adquiere más credibilidad de cara al oyente, ya que éste escucha directamente las opiniones del protagonista. Esto sucede fundamentalmente en las entrevistas en directo, que son las más frecuentes y en las que el entrevistador debe mostrar su capacidad de improvisación y espontaneidad. Sin embargo, también se puede realizar un montaje posterior en el que se corten algunas respuestas largas. Aún así, la credibilidad está asegurada.

La entrevista, en todos sus tipos, es un diálogo en el que se produce una interacción mutua entre el periodista y el entrevistado. Su éxito está en la preparación. El periodista debe estar bien documentado para no preguntar necedades. Además, debe elaborar con cuidado el cuestionario para que se perfilen los aspectos más interesantes del tema objeto de la entrevista. Pero el cuestionario no debe ser, en ningún caso, cerrado, ya que de las respuestas pueden surgir otras preguntas más interesantes que las ya preparadas. Nunca hay que hacer una entrevista "a la carta", al gusto del entrevistado, para su lucimiento en detrimento del valor informativo que puedan ofrecer otras respuestas, ni hacer un preaviso de cuestionario.

Las preguntas de cualquier entrevista deben ser cortas, claras y concisas, pues sólo así se consiguen también respuestas precisas. La mayoría de los autores coinciden en afirmar que la entrevista es un ejercicio de humildad para el entrevistador, que nunca debe exponer lo que sabe de un tema y a continuación formular la pregunta. Si el periodista dice al comienzo todo lo que se pretendía obtener con la respuesta, el entrevistado podrá decir incluso que ya lo ha dicho todo y, en todo caso, redundar en la misma idea, pero no aportar nada nuevo. Se trata de una fórmula que conlleva una respuesta con monosílabo. No podemos olvidar que es el invitado quien debe hablar, ya que es el experto. Pero también hay que tener siempre presente que quien dirige la entrevista es el entrevistador, no el entrevistado.

Cuando el entrevistado realiza una respuesta larga y pesada es conveniente cortar su monólogo. Para ello, debemos aprovechar las pausas respiratorias del entrevistado o recordarle en antena que carecen de tiempo. Sólo como última alternativa debemos pisarle la voz. No podemos olvidar repetir el nombre del entrevistado en alguna que otra ocasión, sobre todo en el cierre o conclusión. Además, en el cierre deben evitarse las expresiones reiteradas de agradecimiento, especialmente a los cargos públicos, cuyo deber es informar a la sociedad de su gestión.

En definitiva, el entrevistador tiene que extraer del entrevistado toda la información que le pueda interesar al oyente y, al mismo tiempo, asegurar que lo que se dice resulte inteligible. El periodista se convierte así en el representante de la audiencia, en un mediador entre los hechos, el entrevistado y los oyentes, pero en ningún caso en protagonista.

Cualquier tema puede ser objeto para realizar una entrevista. De hecho, podemos encontrar entrevistas ligeras, que mezclan aspectos del corazón con curiosidades, y entrevistas en profundidad, donde se abordan cuestiones científicas, técnicas, culturales y artísticas.

Además, la entrevista puede ser utilizada como fuente de información, para conseguir un *background* informativo, pero no es presentada como un género autónomo, sólo se intercalan las declaraciones obtenidas. Tal es el caso de la entrevista para reportaje de actualidad o para una encuesta informativa, donde se realizan entrevistas a varias personas, pero en el montaje aparece como encuesta.

Hay ocasiones en las que la entrevista adquiere tanta importancia, que por sí misma configura un programa. Entonces se centra en la vida, obra y pensamiento de una personalidad. Dura de media hora a una hora y admite música ante la posible monotonía de la conversación. La entrevista se puede realizar fuera del estudio en exteriores (frecuente en las transmisiones en directo) o en interiores. En esta última, se recoge el entorno informativo del entrevistado como elemento testimonial. Presenta como inconveniente el traslado del equipo de audio necesario. Si se realiza dentro del estudio, los problemas técnicos son mínimos pero el entrevistado está fuera de su entorno natural y puede verse sometido a una presión permanente por la presencia de micrófonos.

La estructura de la entrevista se inicia con una presentación escueta del tema y del entrevistado, donde con pocos detalles se define su personalidad. Continúa con el desarrollo, mediante la técnica de preguntas y respuestas sucesivas, y cierra con una síntesis de lo expuesto en la entrevista.

## 9. Géneros más descriptivos: crónica y reportaje

Frente a la noticia, la crónica y el reportaje constituyen dos géneros donde se combina la narración y la descripción, con un estilo más literario y una estructura que goza de mayor libertad, aspectos que facilitan su inserción en el medio radiofónico.

Centrándonos en la crónica, ésta recoge sucesos acaecidos entre dos fechas o dos fragmentos de tiempo dentro de la misma fecha. Además, narra y describe lo que pasa en un lugar en torno a un tema, dando origen a la crónica temática (judicial, deportiva, taurina...). En ambos casos, este género exige la presencia del informador en el lugar de los hechos. Es este valor testimonial el que permite dar la visión personal de los hechos. Y es precisamente esta interpretación y valoración lo que la diferencia, entre otros factores, del reportaje.

Arturo Merayo define la crónica radiofónica como las “narraciones habladas de hechos que se encomiendan a periodistas que las elaboran en el exterior de los estudios de emisión, bien para que sean grabadas previamente, o bien para ser difundidas en directo” (Merayo Pérez, 1992: 186). Es, en esencia, una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al mismo tiempo que se juzga lo narrado. Es un género a caballo entre la información y la opinión: por una parte el autor mantiene una actitud de relator de hechos y por otra no puede sustraerse a dar su punto de vista, su testimonio o conocimiento personal de los mismos. Más que una opinión, como en el comentario, es una interpretación, es contar los hechos según su personalidad. Por esta razón, toda crónica lleva siempre consigo una fuerte carga subjetiva, aunque secundaria en relación con la exposición de los hechos.

Con respecto al reportaje, este género aborda la información de actualidad con la intención de profundizar en los antecedentes y en las consecuencias de los hechos. Además, el reportaje se basa en la fuerza expresiva de los sonidos captados de la realidad. Estos se integran en la narración como testimonios de los hechos y cargan de vigor la comunicación.

La elaboración de cada reportaje se realiza según las peculiaridades del programa al que va destinado: un informativo, un programa-reportaje, un magazine en el que aparece junto a una entrevista, etc. El enfoque y realización gira en torno a estos condicionantes. De hecho, podemos encontrar reportajes de corta duración provocado por una noticia inmediata, donde se incorporan más detalles y repercusiones sobre una noticia. Con una duración aproximada entre los dos y los tres minutos, se ubican principalmente en los noticiarios.

Si por el contrario, el reportaje amplía una noticia prolongada, suele aparecer en programas de periodicidad semanal. La duración oscila entre los ocho y los diez minutos y suelen emplearse como resúmenes de la semana y, en unión con otros, forman un programa con cierta unidad dentro de la variedad de temas tratados. Incluso un único reportaje puede constituir en sí mismo un solo programa, con una duración de media a una hora (Cebrián Herreros, 1992: 156 y ss.).

En radio, el reportaje “es uno de los géneros que aporta más ricas posibilidades a la narrativa del medio, en razón de la libertad creativa que permite su flexible estructura y su enorme variedad estilística” (Merayo Pérez, 1992: 200). Podemos afirmar, incluso, que no existe un modelo único de reportaje. Esta es su gran riqueza, flexibilidad y diversidad. Cada reportaje es una innovación, un nuevo planteamiento y una elaboración original. De hecho, es el género informativo más abierto a la creatividad. Aún así, es ante todo un género informativo en el que predomina la forma narrativa, la humanización del relato y el uso de un lenguaje próximo al literario, aunque siempre sometido a la objetividad de los hechos contados.

El reportaje gira siempre en torno a la actualidad, pero no requiere la inmediatez de la noticia, ya que se necesita cierto tiempo para profundizar en las informaciones. Se trata de una profundización basada en el análisis y una interpretación para la presentación y desarrollo de la información. La interpretación no debe confundirse con una valoración o una opinión, para la cual existen otros géneros periodísticos. El periodista narra, expone, describe, pero no opina.

Los rasgos esenciales se resumen en:

1. **Profundidad:** complementa y amplía la noticia, bien con antecedentes, anécdotas, contextualización de los hechos, etc. Esta tarea resulta compleja en el “reportaje captado en vivo y difundido en directo”, definido por Mariano Cebrián como un tipo de reportaje similar a las transmisiones en directo, donde se requiere la presencia de un periodista con gran capacidad de improvisación.

2. **Lenguaje menos rígido** que el de la noticia pura. El estilo es más narrativo y descriptivo.

3. **No está sometido a la actualidad más reciente.** No existen limitaciones en este género en cuanto al tema, ya que cualquier contenido puede ser objeto de un reportaje. Predominan, no obstante, los reportajes de hechos o acontecimientos, que se presentan como algo objetivo y acabado, y los reportajes de opiniones y/o declaraciones, donde se busca el contraste de pareceres sobre una cuestión.

4. **Flexibilidad en su estructura.** Cada tema y cada situación pueden recibir un tratamiento diferente, sin embargo se puede fijar una organización que gira en torno a tres elementos:

- **Apertura o entrada.** Puede ser la noticia que provoca el reportaje. El locutor al final de la noticia hace una presentación que da paso al reportaje. El primer párrafo de cualquier reportaje debe resultar atractivo al lector, presentando los sonidos de mayor repercusión. Hay que centrar el tema para que el oyente sepa de qué se le va a informar.

- **Desarrollo.** Exposición narrativa de los hechos. Tiene que ser interesante, además de poseer un hilo conductor que le dé cohesión. Se combinan los momentos más importantes con los secundarios, de tal manera que se obtenga ritmo en el reportaje. El periodista debe emplear citas, anécdotas, ejemplos y datos de interés humano a través de los cortes para dar vivacidad a su trabajo.

- **Cierre.** Es escueto, incluso desaparece con frecuencia, ya que del último dato expuesto se pasa directamente a la siguiente noticia. Si se emplea cierre, debe ser concreto y recoger lo esencial del relato, que sirva de resumen y colofón al desarrollo.

## **10. Géneros de opinión en radio**

Los géneros de Opinión tienen en común que pertenecen al estilo de sollicitación de opinión, trabajan sobre las ideas y deducen consecuencias de unos hechos más o menos actuales. Además, tratan de enriquecer y estimular los comentarios de la audiencia, ofrecer argumentos, razones, para que los oyentes se identifiquen con unos o con otros.

A diferencia de lo que sucede con los géneros informativos radiofónicos, los géneros de Opinión han sido poco estudiados, por lo que encontramos más dificultades a la hora de establecer una clasificación en la que se delimiten muy bien las características de unos géneros que están en constante evolución.

A continuación analizaremos el editorial como texto anónimo y portavoz de la línea ideológica del medio; el comentario, escrito por un especialista que enjuicia temas de actualidad, y la crítica de las obras culturales.

### **10.1. El editorial.**

Consiste en la presentación de la opinión e interpretación de los hechos, ideas y datos de actualidad por parte del medio informativo que los difunde. Es una toma de posición de la emisora frente a los acontecimientos.

Como cualquier mensaje radiofónico, el editorial exige brevedad, ya que se buscan orientaciones, interpretaciones, pero no doctrina. Por esta razón, la presentación del tema ha de

ser concisa y muy atractiva para presentar de inmediato la postura que tiene la emisora ante la cuestión.

El editorial tienen una duración, según Cebrián Herreros, entre sesenta y noventa segundos, tiempo suficiente para dar una argumentación rápida, clara y que se pueda retener, ya que la fugacidad del mensaje radiofónico no admite una lógica compleja. Aparece normalmente en los informativos más importantes de la emisora, en el instante más inmediato al de la noticia que lo motiva. En todo momento debe diferenciarse con claridad y advertir a los oyentes que se trata de un editorial y no de un comentario.

Cebrián apunta que “es totalmente descartable todo tipo de música tanto en primer plano como de fondo por las connotaciones afectivas y psicológicas

que introduce en el mensaje; sólo será admisible cuando dentro del razonamiento o dentro de los hechos tenga por sí misma un protagonismo” (Cebrián, 1992: 63).

Cada vez es más escasa la presencia de editoriales en radio y, por el contrario, más frecuente la difusión de comentarios y análisis de expertos con nombre y apellidos y la presencia de debates políticos e ideológicos.

Este género apenas aparece en radio de manera patente, aunque sí surgen tratamientos aproximados como la editorialización. En cualquier caso, el editorial es el máximo exponente de la subjetividad del medio en la expresión y argumentación de ideas.

## **10.2. El comentario.**

Es el género de opinión que con más frecuencia aparece en radio. También se centra en la interpretación, pero no propiamente del medio, sino de una persona particular que firma o personaliza su interpretación con su voz. Tiene la misma finalidad que el editorial, pretende analizar hechos, interpretarlos, valorarlos y enjuiciarlos, pero desde una perspectiva individual y no institucional.

El comentario informativo supone una interpretación de las circunstancias, antecedentes y repercusiones previsibles, una contextualización del hecho, de las opiniones o de los datos. Se profundiza en aquellos temas de mayor repercusión a juicio del comentarista.

La vinculación inmediata que tiene con la actualidad, obliga a que el comentario aparezca tras la exposición de los hechos que explica, aclara, interpreta y critica, fundamentalmente en los programas informativos de las emisoras. Sólo así, el autor podrá contextualizar lo sucedido. Sin embargo, también es posible insertar los comentarios al final del relato de noticias, aunque se pierde la conexión con los hechos concretos que los motivan.

La figura del comentarista es esencial en radio, ya que, como señala Arturo Merayo:

“lo que se dice en el comentario vale lo que valga el prestigio profesional del comentarista”

(Merayo Pérez, 1992: 193). Puesto que en radio no se “firma”, el reconocimiento del autor se realiza de dos formas: por una parte, se menciona el nombre del comentarista antes y después de la emisión de su comentario, y, por otra, el autor incorpora su propia voz, ya que lee el texto y se convierte en protagonista de información, ya que no se utiliza ningún otro artificio sonoro.

Una variante del comentario informativo es el comentario jocoso, que implica el análisis festivo, irónico, provocativo, personalista, ameno, capaz de engarzar diversidad de temas de actualidad mediante un hilo conductor que dé una cierta unidad e interrelación por el enfoque que el comentarista adopta frente a los hechos.

Los comentarios radiofónicos se caracterizan por una cierta continuidad, de modo que se establece una especie de vínculo de familiaridad entre la audiencia y el comentarista, similar a lo que sucede en prensa con los columnistas.

### **10.3. La crítica.**

Es un género relativamente frecuente que se sitúa a caballo entre la información y la orientación de la audiencia. Ofrece información sobre acontecimientos culturales (presentación de un libro, un estreno cinematográfico, etc.), pero, además, interpreta y valora la obra. Y esa interpretación la realiza un periodista especializado, que convierte su texto en parte en información y en parte en comentario. El periodista se compromete y da su opinión, orienta a la audiencia.

Por tanto, la crítica ofrece información de la publicación de una obra literaria, de un estreno cinematográfico, de una representación teatral, de un concierto, de una exposición artística, etc., y de su autor e intérpretes. Pero si se quedara en esto sólo, no sobrepasaría el género noticia. La crítica se caracteriza, además, por ofrecer la interpretación y valoración del informador especializado sobre la obra.

Para que una crítica sea buena tiene que ser creativa, estar bien estructurada, debe ser puente entre el autor de la obra y el oyente, debe intentar sustituir una voluntad destructiva por un afán de comprensión, y, por último, el crítico debe ser insobornable. A todo esto, Mariano Cebrián (1992: 85-86), une tres componentes imprescindibles:

- Información de la obra que aparece por primera vez o que ofrece algún rasgo de novedad. Se presentan datos técnicos y demás circunstancias que concurren en la obra.
- Resumen o síntesis de la obra con los rasgos más peculiares y originales, que están en función del objeto de la crítica (libro, película, etc.).
- Juicio personal del crítico en el que destaca el valor, los aspectos positivos y negativos de la obra en cuestión, utilizando un tono ecuánime con respecto a las personas.

## LAS CLAVES

El mensaje radiofónico es una forma de hacer periodismo de carácter oral. Es un mensaje fugaz e irreplicable, con las siguientes particularidades específicas: voz, música, efectos sonoros, sonido ambiente y silencio.

Las características que debe tener el lenguaje radiofónico son: sencillez (temática, de vocabulario y de estructura gramatical y sintáctica), reiteración y consecuencia.

Los mensajes radiofónicos se pueden reducir a la clásica distinción entre géneros informativos y géneros de opinión. Sin embargo, en radio se observa la tendencia a mezclar noticias y comentarios, en gran medida por las peculiaridades del canal, ya que este medio no ofrece facilidades para separar formalmente hechos y opiniones, y los elementos no lingüísticos (música, efectos y silencios) que emplea introducen en la narración complementos muy valorativos.

La noticia es el género informativo más utilizado en radio. Narra los aspectos más importantes de un acontecimiento sin introducir valoración, de forma escueta y con un estilo riguroso y seco.

La entrevista es un género informativo con identidad propia, donde un periodista mantiene una conversación con un personaje de actualidad. Es una de las fórmulas más ágiles para dar a conocer los hechos o para profundizar en una información (entrevista de declaraciones), así como acercarse a la personalidad de los protagonistas de los acontecimientos (entrevista de personalidad o biográfica).

La descripción y la narración están presentes en la crónica y el reportaje. La crónica recoge sucesos acaecidos entre dos fechas o dos fragmentos de tiempo dentro de la misma fecha. Además, narra y describe lo que pasa en un lugar en torno a un tema y exige la presencia del informador en el lugar de los hechos. Es esta interpretación y valoración lo que la diferencia, entre otros factores, del reportaje. Este, profundiza en la información de actualidad inmediata o permanente, la interpreta, busca el interés humano y goza de mayor libertad formal y estructural.

Los géneros de opinión trabajan sobre las ideas y deducen consecuencias de unos hechos más o menos actuales. Tratan de enriquecer y estimular los comentarios de la audiencia. El editorial es el texto anónimo y portavoz de la línea ideológica del medio; el comentario está escrito por un especialista que enjuicia temas de actualidad y la crítica suele enjuiciar obras culturales.

## CONSEJOS PRÁCTICOS

Excluir todo vocablo con significado o sonido ambiguo.

Es preferible todo vocablo positivo a su sinónimo negativo y casi homófono.

Frases cortas y con estructura gramatical sencilla.

Verbos con voz activa, en presente, pretérito perfecto o indefinido.

Excepto la coma y el punto, el resto de los signos de puntuación son innecesarios. No se usan comillas, ya que cuando el periodista quiera citar a una persona debe emplear los cortes o emplear el estilo indirecto (ha comentado, ha señalado, etc.).

Cuando se insertan cortes o declaraciones, el periodista debe marcar con claridad el principio y el final de la cita (“el portavoz ha manifestado...”, “hasta aquí lo dicho por...”).

No se deben utilizar serie de números ni listas.

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.

Hay que redondear siempre para conseguir cantidades exactas. En este caso, es aconsejable utilizar las palabras “aproximadamente”, “alrededor de”, “unas cien mil personas”, etc.

Nunca debe emplearse la hora ferroviaria (“las veinte”)...

El uno y el once, o el uno y el cero, se suelen escribir siempre con letras. En general, se escribirá también con letras cualquier número a principio de párrafo.

Las fracciones -los partitivos- se escriben (un medio, un cuarto, tres onceavos, etc.) y no pueden utilizarse los signos aritméticos  $1/2$ ,  $2/5$  etc.

El signo %, debe escribirse en el guión “por ciento”, “por mil”...

Los ordinales deben darse en su nombre escrito con letras, salvo quizás los nueve primeros (1º, 2º).

No se emplearán nunca números romanos en el guión.

Las fechas han de escribirse con todos los números y con todas las preposiciones, sin abreviaturas.

Tampoco se deben escribir sin más las cifras -sobre todo de procedencia económica- del tipo de “+6,03 puntos”. Hay que traducir en palabras esas cifras: “seis coma cero tres ha subido la Bolsa, o seis con cero tres”.

Los nombres de testigos y protagonistas de los hechos deben incluirse tras el cargo o la descripción de la acción que les ha puesto de actualidad.

Cortes: se aconseja que las grabaciones tengan cierta calidad sonora y que no sean largas, alrededor de 20 ó 25 segundos.

## Fuentes documentales

### a) Bibliografía esencial

Barea, Pedro y Montalvillo, Roberto: *Radio: Redacción y guiones*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco, Bilbao, 1992.

Cebrián Herreros, Mariano: *Géneros informativos audiovisuales*. Editorial Ciencia 3, Madrid, 1992.

Merayo Pérez, Arturo: *Para entender la radio. Estructura el proceso informativo radiofónico*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1992.

Muñoz, José Javier y GIL, César: *La radio. Teoría y práctica*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1988.

Prado, Emilio: *Estructura de la información radiofónica*. Editorial Mitre, Barcelona, 1985.

### b) Bibliografía complementaria

Armañanzas, E. y Díaz Noci, J. (1996): *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Bilbao: Servicio editorial Universidad del País Vasco.

Hills, G. (1987): *Los informativos en radiotelevisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Núñez Ladevéze, L. (1993): *Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*. Madrid: Editorial Síntesis.

Sánchez, C. (1999): *Las tertulias de la radio. La plaza pública de los 90*. Salamanca: Ediciones y Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

Santamaría Suárez, L. (1997): *Géneros para la persuasión en periodismo*. Madrid: Fragua Editorial.