

## EL LENGUAJE

por Antje Schwarzmeier / traducido por Daniel Lopez

### **!No tengas miedo de hablar!**

Mucha gente no se atreve a hablar en la radio porque creen que no hablan lo “suficientemente bien”. Lo creen porque quizás tienen un acento local o hablan algún dialecto, no tienen una voz “radiofónica” o porque dicen “Madri” en vez de “Madrid”. Pero en realidad: ¿quién determina quién habla “bien” y quién no? ¿qué es “correcto” y qué es “erróneo”?

El lenguaje es algo muy individual. Aun así, hay determinados consejos y reglas que ayudan a expresarse en radio para ser entendido con facilidad.



### **El lenguaje de la radio es la lengua hablada**

Cuando oímos la radio sentimos, en el mejor de los casos, que nos están hablando a nosotros. Esto sucede especialmente cuando el locutor habla “nuestro” lenguaje. Éste es el lenguaje que utilizamos para comunicarnos en el día a día. Por eso es bueno utilizar en la radio el lenguaje cotidiano. Esto quizás suena fácil, pero en realidad es difícil – porque la mayoría de nosotros nos hemos acostumbrados a una lengua culta, que es la que utilizamos para escribir.

En la radio parece a menudo que los locutores están hablando de manera “espontánea”, pero no es así – esta impresión engaña. Los textos radiofónicos están muy preparados, frecuentemente los textos están completamente escritos con anterioridad o se ha planeado una serie de epígrafes con mucho cuidado. Hacer esto es recomendable para que las declaraciones lleguen al oyente sin demasiadas “muletillas” innecesarias.

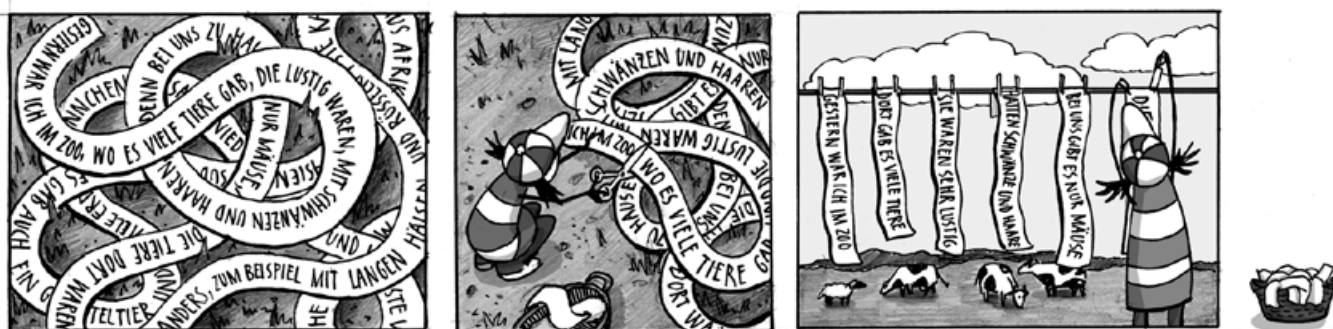
Para preparar textos que queremos emitir en la radio debemos distanciarnos de la lengua culta a la que nos hemos acostumbrado. Necesitamos aprendizaje y experiencia para escribir como hablamos.

## Construcción y estructura de textos radiofónicos

### Los textos radiofónicos son lineales

Los oyentes radiofónicos tienen que entender lo que se dice en el mismo momento en que lo escuchan. El locutor dicta la velocidad con la que se debe seguir el contenido. A diferencia de ante un texto escrito, el oyente de un texto hablado no tiene ninguna ayuda visual para estructurar el texto, como son los encabezamientos y los párrafos. Un oyente tampoco puede retroceder a textos anteriores, como sí lo puede el lector de un periódico. Por ello, para que un oyente pueda seguir un texto radiofónico, éste tiene que estar construido de una manera lógica, tiene que estar estructurado por medio de elementos lingüísticos y ha de poseer una sintaxis sencilla.

### Sintaxis sencilla: una información por frase.



Hay que ordenar las ideas importantes y hay que decir las una después de otra en frases independientes. Las frases con una sintaxis intrincada, especialmente las frases subordinadas, son problemáticas. La experiencia nos enseña: llega con una unidad de sentido por frase – como mucho, una frase subordinada.

### Escoger y reducir

Para alcanzar la construcción clara y sencilla de un texto radiofónico hay que concentrarse en lo esencial. Demasiadas informaciones, imágenes, circunstancias y pensamientos confunden al oyente. Conviene, por ello, eliminar aquellas informaciones complementarias que se desvían del tema, aunque en sí sean interesantes. Estas informaciones se pueden incluir en los textos escritos por medio de frases subordinadas o entre paréntesis, en los textos radiofónicos hay que eliminarlas. Quien quiera escribir un texto radiofónico, tendrá que reducir el material que tiene a su disposición y hacer una elección.

### Las partículas interrogativas

A la hora de escoger y estructurar las partículas interrogativas son esenciales:

**¿Quién habla/actúa...? ¿Qué pasa? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Cuándo sucedió? ¿Cuántos?**

Si se trata de transmitir información es bueno repasar toda una serie de preguntas clave, responderlas y establecer un orden basado en este fundamento.

## Composición de un texto radiofónico

La composición de un texto radiofónico debería ser clara y sencilla. Esta organización del texto debería transmitirse también por medio del lenguaje para que el oyente pueda asumirla. La introducción tiene aquí la función de una cabecera y comunica al oyente el asunto general del que se trata. En el consecuente transcurso hay que crear una consecución lógica del razonamiento y asociar las ideas entre sí. Cuanto más largo sea un texto, tanto más importante es separar las unidades de sentido, por ejemplo, dando titulares intermedios. Cuando el texto sea largo, también sería necesario introducir señales acústicas como pausas, cambios de voz o música.

## Entrada

Las primeras frases son decisorias sobre si el oyente se queda “enganchado” y sigue oyendo, o no. Tienen la función de despertar el interés y la curiosidad de oyente. De verdad vale la pena dedicarle intensivamente tiempo y trabajo a la entrada. En el caso de las noticias rige la fórmula: lo más importante primero – concretamente en la primera frase. En lo relativo a la entrada se puede ser algo más creativo y original en todos los otros géneros para suscitar la curiosidad, crear una determinada atmósfera o producir tensión. Pero no se puede hacer esperar demasiado tiempo al oyente para que conozca el contenido de lo que viene. Consejo: ¡Cuidado con las estructuras cronológicas! No se adecúan en absoluto a la radio. Es mucho mejor entrar con el aquí y el ahora. Esto crea un puente hacia la realidad cotidiana del oyente.

## Las repeticiones están permitidas en la radio, son incluso necesarias

El oyente no puede captar de corrido todo lo que se está diciendo. Tampoco puede volver atrás a un titular intermedio, como sí podría hacerlo si estuviese leyendo un periódico. Por eso, al oyente le favorece que las ideas centrales se repitan, y se vuelva a nombrar aquello de lo que se está hablando. En este caso está permitido volver a utilizar las mismas palabras y las mismas expresiones, algo que no es muy correcto en la expresión escrita. Esto ayuda al oyente a comprender el contenido. Hay que repetir las informaciones centrales, las tesis y los razonamientos esenciales. Al oyente le conviene recibir pequeños resúmenes de lo que se ha dicho hasta el momento, sobre todo antes de tratar un nuevo aspecto.

## Consejos para un lenguaje vivo y claro en los textos radiofónicos

El texto radiofónico está sostenido sólo por el lenguaje hablado. A diferencia de lo que pasa en la televisión, en un periódico o en una conversación privada, en la radio las palabras no tienen ningún soporte visual. No hay imágenes, pero tampoco gesticulación o mímica. En cambio contamos con la expresión de la voz, que transporta los contenidos. Para que el oyente pueda representarse las ideas es necesario utilizar un lenguaje concreto que describa con exactitud y que sea capaz de producir asociaciones, comprensión e imágenes en la mente del oyente

## Concreto en vez de abstracto

Es importante describir las cosas, las personas y las situaciones con precisión para que el oyente se puede hacer una idea general del asunto. La observación y la percepción exacta durante la investigación son el fundamento de una clara descripción hablada. Por cierto: Para poder expresar algo con claridad, primero hay que haberlo entendido. Esto también se muestra en nuestro ejemplo.

**Lenguaje abstracto:** *flora típica primaveral*

**Lenguaje concreto:** *primaveras, campanillas blancas, flores de azafrán*



### Los verbos dan movimiento

Los verbos producen el efecto en los textos, sobre todo los verbos de acción originan la impresión de viveza y dinámica, ya que expresan acciones muy diferenciadas.

Así tenemos una multitud de expresiones sólo para el fenómeno de “moverse a pie”, por ejemplo: *ambular, andar, avanzar, brincar, callejear, caminar, circular, correr, deambular, errar, ir, marchar, pasear, patear, recorrer, transitar...*

### Cuidado con los adjetivos

Hay adjetivos descriptivos como rojo, blando, claro, etc., que apoyan y concretizan la imaginación del oyente. Eso sí, el texto puede hacerse rígido cuando se colocan demasiados adjetivos uno detrás de otro y, en cambio, los verbos se utilizan demasiado poco.

En relación con los adjetivos hay otro problema: una descripción implica a menudo una valoración. El oyente quiere formarse su propia opinión de si una cosa le parece “bonita”, “interesante” o “mala”. Adjetivos de valor a veces dan la impresión de no aceptar otras opiniones.

### Activo en vez de pasivo

Las frases en voz activa son más directas y más expresivas para los oyentes que las frases en voz pasiva. Las ventajas: la forma de las frases pasivas es tanto en alemán como en castellano más complicada que la de las frases activas, además, en las frases activas casi siempre aparece el sujeto.

#### Ejemplo:

**Voz pasiva:** “la música ha sido compuesta a 2500 metro de altura.”

**Voz activa:** “Hans Meier compuso esta música a 2500 metros de altura.”

### Evita palabras de relleno

Las palabras de relleno, también llamadas “muletillas”, incomodan la audición. Cuando no estamos lo suficientemente preparados, utilizamos estas “muletillas” para rellenar esos momentos que necesitamos para pensar, cuando no sabemos qué decir o, sencillamente, hemos perdido el hilo. Siempre conviene evitarlas en la radio.

#### Ejemplo:

*esto es, sin más, sencillamente, pues nada, como decía, como ya he dicho, ya, quiero decir, estabaensando, en otras palabras...*

## Evita florilegios

Metáforas, descripciones o explicaciones detalladas tienen que ser adecuadas al objeto para que los oyentes puedan hacerse una justa idea del asunto. Si utilizas florilegios, frases hechas, imágenes o frases que no son oportunos, consigues exactamente lo contrario.

## Evita extranjerismos y tecnicismos

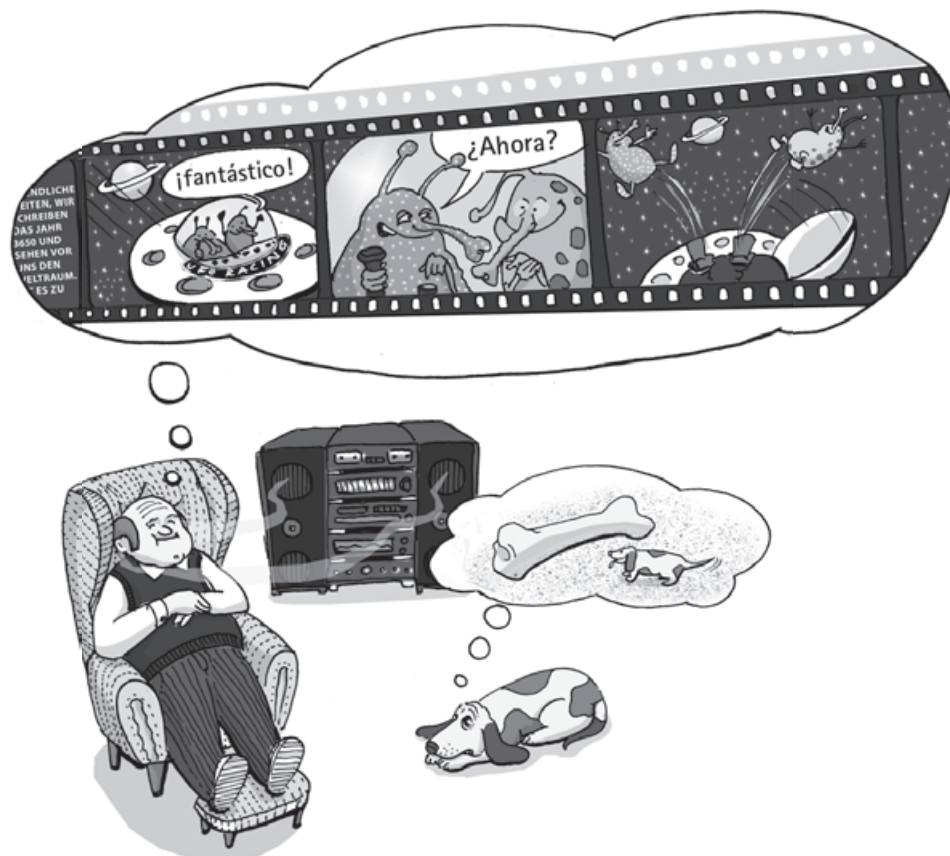
Determinadas expresiones poco comunes, como las formulaciones complicadas, un lenguaje técnico o las palabras extranjeras, dificultan la escucha.

## ¡Mucho cuidado con los números!

Es muy difícil entender los números cuando escuchas la radio, por eso es necesario evitarlos o simplificarlos. Podemos cambiar la fecha (28/06/2006) por expresiones de tiempo como “ayer”, “hoy”, “pasado mañana”, etc. En vez de decir “9 horas 30 minutos”, podemos decir “9 y media”, en vez de “9 horas 28 minutos”, “en torno a las 9 y media”. Cuando no tenemos que ser tan exactos podemos decir sencillamente “por la mañana”. Ojo: ¡las expresiones de tiempo se tienen que referir siempre a la hora de emisión del programa! Las estadísticas también se pueden simplificar. En vez de decir “3412 de los 10000 encuestados respondieron ...”, se puede decir “un tercio de los encuestados respondió ...”. Las comparaciones también ayudan a la comprensión de los números, las cantidades y las distancias: tan grande como un campo de fútbol.

## Narrar en situaciones

A la hora de hacer una descripción es bueno concentrarse en un punto: un lugar, un momento o una persona. La autora del siguiente texto ha escogido una situación concreta en un lugar determinado poco antes de que dé comienzo un acto.



**Ejemplo:**

*Es la noche del miércoles, en el Pabellón de Weinberg en Berlín-Mitte. A las 9 de la noche sigue entrando gente, en su mayoría joven, en el abarrotado local lleno de humo, aunque no quedan asientos libres. Los asistentes se recuestan en los sofás negros de piel artificial, sonríen a los espejos de las paredes y beben cerveza. El Pabellón es hip, gracias a su ambiente años 60, los pro-tagonistas de este acto también son hip: los poetas del surf.*

Hay que describir las escenas de tal manera que se tomen en cuenta todos los sentidos de los oyentes – se puede describir cómo huele (lleno de humo), como es la sensación general (abarrotado local), etc.

**El ritmo de hablar**

Un texto resulta aburrido si todas las frases están construidas siguiendo el mismo principio. La estructura de las frases depende en gran manera de la dinámica y el ritmo del texto. A veces conviene quitar un verbo para ir directamente a la situación. Aquí podemos orientarnos en relación con el lenguaje hablado.

**Ten cuidado con la legibilidad**

Escribe en letras grandes (12-14 pt.) y con un espaciado grande entre líneas (1,5 de entrelíneo). Cuando hayas terminado de escribir el texto, deberías leerlo siempre en voz alta para comprobar si puedes pronunciar bien lo que has escrito, si suena bien o si lo dirías así.

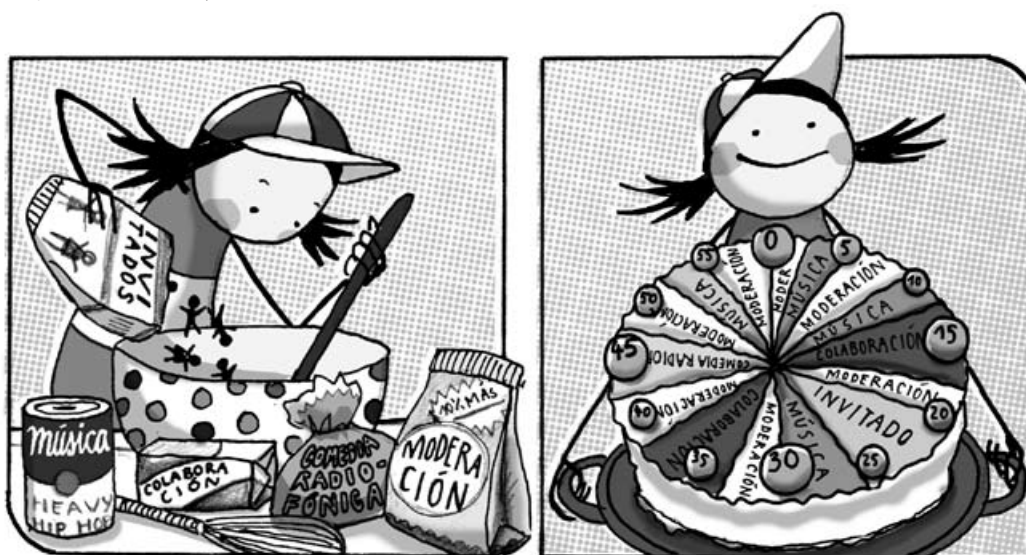
## La moderación

por Antje Schwarzmeier / traducido por Daniel Lopez

Una presentadora es aquella persona que dirige o modera el programa. Los textos que emite se llaman “moderación” o “presentación”. La presentadora tiene dos tareas fundamentales:

- estructurar el programa por medio de un lenguaje claro y sencillo;
- despertar la curiosidad de los oyentes, entretenerlos y hacer los contenidos del programa atractivos

¡Esto significa que hay que ser creativos!



En las presentaciones – sobre todo en las presentaciones de música – es posible hacer juegos con la voz o con el lenguaje (o con diferentes idiomas) y de esta manera acercar al oyente a lo que viene gracias a asociaciones, ritmos y sonidos.

La “personalidad de la moderación” se puede desarrollar y personalizar dependiendo del tipo de programa. De forma concreta, estas son las tareas que han de cumplir los presentadores:

- proporcionar a los oyentes una visión de conjunto sobre el carácter y el desarrollo de un programa (por ejemplo, dando al comienzo del programa un sumario del tema o de los temas que se van a tratar)
- “guiar” y acompañar a los oyentes a lo largo del programa, por ejemplo, realizando transiciones entre las distintas secciones de un programa (música, entrevistas, noticias...) y llevar el hilo conductor
- despertar el interés de los oyentes hacia las contribuciones y enfocar las presentaciones exactamente sobre el comienzo de las contribuciones
- establecer puentes entre los oyentes y el programa – por ejemplo por medio de informaciones sobre el programa mismo o sobre el desarrollo de la emisión para aquellos oyentes que se han incorporado más tarde
- determinar el estilo y el ambiente del programa gracias a su personalidad
- no hay que tener miedo de una cierta vanidad y orgullo – pero en primer plano debería estar siempre el oyente

### **Técnica de la presentación: la nota con las palabras clave**

De todos los textos radiofónicos, son las presentaciones aquellos que deberían sonar más fluidos y no como si fuesen “dictados”. Pero las apariencias engañan: buenas presentaciones y moderaciones rara vez son improvisadas espontáneamente, todo lo contrario. La presentación tiene que estar preparada cuidadosamente de antemano para conseguir aquello que pretende y para evitar las “muletillas” y los florilegios ya mencionados.

Se puede preparar el texto completo de antemano y marcar las palabras más importantes con un marcador fluorescente. Pero lo más recomendable es trabajar con una nota de las palabras clave. Para ello existe una técnica especial que queremos exponer aquí. Para sentirse seguro con ella se requiere, eso sí, algo de experiencia.

#### **Ejemplo:**

*Hola y bienvenidos al programa de Interaudio en Radio Corax os dicen Mohini y Barbara.*

*Nuestro tema para hoy es “Mujeres entre las culturas”. ¿Qué problemas surgen al vivir en mundos diferentes?*

*¿Puede ser enriquecedora esta experiencia vital en los distintos países?*

*Hemos recogido música sobre este tema – y nos hemos sorprendido de cuántas mujeres han cantado ya canciones sobre la vida en mundos diferentes*

*Saludo, programa Interaudio*

*Tema hoy: mujeres entre las culturas  
entre los mundos – ¿problemas?  
experiencia vital – ¿enriquecedora?*

*Música sobre el tema:  
canciones sobre la vida en mundos diferentes  
¡sorprendente!  
muchas mujeres*

A la izquierda aparecen las ideas centrales, la información principal. A la derecha se añaden las informaciones detalladas, matices e informaciones complementarias – a menudo aparecen aquí muchos verbos. Trabajar con notas de palabras clave requiere mucha experiencia y ejercicio – el esquema expuesto aquí lo perfecciona cada uno según su propia personalidad.

### **La voz y la locución**

Si la presentadora llega a los oyentes depende mucho de si los oyentes sienten que se les está hablando a ellos – y esto depende a su vez en gran medida del sonido y del timbre de la voz. La mejor forma de alcanzar a los oyentes, es cuando la voz es expresiva, o sea, cuando todo lo que se dice está recogido en el tono de la voz, “se oye”, y cuando la pronunciación es clara y fácil de entender. Ambos aspectos se pueden ejercitar.

La voz y la pronunciación se pueden entrenar como si fuesen un instrumento de música – por ejemplo, leyendo en voz alta. El trabajo con la voz depende mucho de cada individuo y del cuerpo de cada uno, por eso no podemos tratarlo aquí con más detalle. Quien tenga la oportunidad de asistir a cursos de formación de voz y de habla impartidos por logopedas, debería hacerlo.



## La actitud comunicativa

Que los oyentes sientan que se les está hablando a ellos, depende en gran parte de la llamada "actitud comunicativa". Esto quiere decir: si el presentador está dirigiendo la palabra de hecho al público o si tan sólo está manteniendo un monólogo. ¡A los monólogos no se les ha perdido nada en la radio! ¿Cómo encontrar la actitud comunicativa? – primeramente cada uno tiene que decidir cómo se quiere dirigir a los oyentes:

aclarar, advertir, anunciar, caracterizar, citar, comentar, comunicar, describir, dilucidar, divulgar, esclarecer, formular, informar, leer, manifestar, narrar, notificar, pregonar, proclamar, referir, etc.

La dificultad consiste en que el locutor está casi siempre solo en el estudio de emisión y lo único que ve es un micrófono – los muchos oyentes a los que les está hablando no son visibles. Cuando estás en el estudio, es bueno que te imagines a los oyentes. Pues la expresividad y la tonalidad de la voz crecen automáticamente cuando te quieres comunicar de verdad con alguien.



### **Un pequeño truco:**

*quizás te ayuda poner encima del mezclador un muñeco o una foto de alguien, y así tener delante de ti a un público al que te estás dirigiendo.*

### **Hablar y pensar constituyen una unidad**

Sólo llega al oyente quien ha interiorizado lo que piensa, lo que siente y lo que comprende, y al mismo tiempo se imagina aquello que está diciendo.

¡Lo que no tienes en tu interior, no lo tendrás en la voz!