

# Información radiofónica y libros de estilo: análisis y propuestas de unos textos que claman renovación

JUAN JOSÉ PERONA PÁEZ

juanjose.perona@uab.es

Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

Recibido: 26 de febrero de 2009

Aceptado: 11 de mayo de 2009

## RESUMEN

Tras una revisión en profundidad de una muestra de libros de estilo de diferentes cadenas de radio generalistas españolas, este artículo pone de relieve la necesidad de revisión que presentan unos textos de gran valor en el terreno de la información radiofónica. El estudio compara los manuales más antiguos con los de reciente aparición y apunta la exigencia que la mayoría de ellos tienen de adecuarse a los retos de un escenario comunicativo caracterizado, entre otras cosas, por el uso de nuevas fuentes de información como consecuencia del desarrollo tecnológico y por la emergencia de nuevos asuntos y nuevos actores de la actualidad.

**Palabras clave:** Radio, redacción, libros de estilo, fuentes de información, digitalización

## *Radio information and style guides: analysis and proposals for review of some texts that cry out renovation*

## ABSTRACT

After a review in depth of a sample of style guides of different Spanish radio stations, this article emphasizes the need of review that these texts, of great value in the area of radio information, have. The study compares the most ancient manuals with those of recent appearance and points at the exigency of adaptation the majority of them to the challenges of a communicative scene characterized, among other things, by the use of new sources of information as consequence of the technological development and by the emergency of new matters and new actors of current importance.

**Keywords:** Radio, writing/wording, style guides, sources of information, digitalization

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. Credibilidad y rigor profesional. 3. Estructura y planteamiento de la información. 4. En aras de la máxima comprensión. 5. La locución: una competencia escasamente considerada. 6. Informatización de las redacciones y uso de Internet. 7. Diccionarios de dudas: necesidad de actualización en estado puro. 8. El lenguaje radiofónico: el gran ausente. 9. Nuevos contenidos informativos para una nueva sociedad. 10. Conclusión. 11. Referencias bibliográficas

## 1. Introducción

Los periodistas que desarrollan su labor informativa en las emisoras pertenecientes a las principales cadenas de radio españolas disponen de manuales de estilo, aunque es bien cierto que buena parte de ellos, incluidos los que en algún momento de su trayectoria profesional han desempeñado tareas de responsabilidad en el seno de las redacciones, no saben de su existencia. Esta circunstancia minimiza considerablemente el importante papel que, pese a su necesidad de actualización, tienen los libros de estilo en el terreno de la comunicación informativa radiofónica, en tanto que, dada la especificidad del medio, se consagran como instrumentos de una gran riqueza para construir el sonido propio de cada emisora, para *personalizar* las noticias, y, sobre todo, para generar ese contacto directo, *caliente* y mágico con el receptor que no consigue lograr ninguno de los otros medios de comunicación tradicionales. El desconocimiento generalizado de los libros de estilo entre los integrantes de las redacciones de radio no ha impedido, sin embargo, que los informadores se hayan habituado a la particular forma de construir y verbalizar las noticias que domina en la emisora para la que trabajan, llegando a unificar casi *automáticamente* criterios semánticos (uso de determinadas palabras, modos de citar las fuentes, fórmulas de actualización, etc.) y estéticos (entonación, ritmo, actitud, etc.)

“Siguiendo la pauta de otras sociedades de radiodifusión de carácter público en las democracias occidentales”, el *Manual de estilo para informadores de radio*, de Radio Nacional de España, es la primera publicación de estas características que vio la luz en nuestro país con el objetivo de “adecuar este medio de comunicación del Estado al servicio público, de cada día y de cada hora, con rigor y con la máxima exigencia personal y profesional, para responder a la confianza que la sociedad española ha depositado en RNE al atribuirle esta misión informativa” (RTVE, 1980: 9). Se trata de un texto que, con casi 30 años de vigencia, no ha sido revisado, como tampoco lo han sido las *Normas de estilo* de la Cadena Ser, redactadas a finales de la década de los 80 y publicadas en 1991; o la *Guía de estilo de Onda Cero Radio*, elaborada a mediados de los 90. La Cope, en cambio, no se dotó de libro de estilo hasta febrero de 2003, mientras que otra cadena, como la catalana COMRàdio, lo acaba de hacer recientemente (diciembre de 2008). La aparición de estos nuevos manuales neutraliza, sin duda, la extendida idea de que estamos ante herramientas de trabajo caídas en la más absoluta obsolescencia, pero al mismo tiempo evidencia la urgente necesidad que tienen los operadores de renovar estos textos para adecuarlos a los requerimientos de las nuevas rutinas productivas surgidas como consecuencia del desarrollo tecnológico, y para acercarlos, también, a las demandas informativas de la sociedad actual.

## 2. Credibilidad y rigor profesional

La transmisión de una información creíble es uno de los mayores retos al que diariamente se enfrentan los periodistas de un medio que, desde los albores de la transición democrática, ha gozado de una gran credibilidad entre la población española, pese a que en los últimos tiempos haya cedido terreno en favor de otros

medios impresos y audiovisuales. No obstante, según el último *Informe de la Profesión Periodística* (Asociación de la Prensa de Madrid) que se había publicado hasta el momento de redactar este artículo, la radio española es el medio más creíble para el 23,7% de los ciudadanos encuestados en 2008, cuando en el año anterior lo era para el 18,8% (con respecto a 2006, en 2007 había descendido en cerca de cuatro puntos). Aunque las causas que explican el importante retroceso en 2007 son diversas, los analistas y estudiosos del medio coinciden en señalar que la pérdida de credibilidad de la radio se fundamenta principalmente en la pérdida de imparcialidad, una de las variables del concepto multidimensional de la credibilidad. “La vinculación partidaria de las grandes cadenas a una determinada opción política influye negativamente en la percepción de la imparcialidad” (Grupo *Publiradio*: [www.publiradio.net](http://www.publiradio.net)).

Las alusiones a la credibilidad –una variable difícilmente mesurable–, son habituales en los manuales de estilo de las emisoras de radio, como también lo son las continuas referencias al rigor profesional en el proceso de producción de las noticias y de esos otros géneros propios de la información radiofónica como la crónica, el reportaje o la entrevista, por citar los más representativos. Por eso, autores como BALSEBRE (1994a) entienden que la credibilidad no debe plantearse sólo como un barómetro de la confianza/desconfianza que tienen los radioyentes en la radio y en los periodistas –que es el objeto de estudio habitual de las diferentes encuestas de opinión como a la que acabamos de remitirnos–, sino también desde la perspectiva de la formulación de los códigos periodísticos, deontológicos o técnicos, que determinan ese *rigor* del que antes hablábamos: “El concepto de credibilidad de la información en su ámbito estrictamente comunicativo viene determinado por los diferentes niveles de rigor periodístico y eficacia comunicativa que sepan traducir los profesionales del medio en el proceso de producción de noticias: exactitud de los hechos que se narran, exposición clara y concisa de los datos en el relato, buen tratamiento de las fuentes de información, correcta disposición jerárquica de las noticias más importantes respecto a las menos importantes, animación (*performance*) en la presentación de las noticias, etc.” (BALSEBRE, A. 1994a: 28).

Entre los factores que más directamente influyen sobre el objeto que nos ocupa, BALSEBRE apunta los siguientes: A una distinción más explícita entre información y opinión, una mayor credibilidad; a un trabajo más riguroso de las fuentes informativas, una mayor credibilidad; a una información más actual e inmediata, una mayor credibilidad; a una información más clara y con el mínimo de errores sonoros y vocales, una mayor credibilidad (BALSEBRE, 1994a: 41). Como puede apreciarse, estamos ante un concepto sumamente complejo, aunque de una gran trascendencia en el terreno de la información. En el caso de Onda Cero, por ejemplo, su *Guía de estilo* advierte que el principal objetivo del estilo debe ser la creación del sonido de Onda Cero: “Un sonido que será fácilmente identificable por el oyente, que será reconocido y que transmitirá credibilidad. Un sonido que será sinónimo de veracidad, claridad, creatividad, imaginación, formación y, a la vez, entretenimiento”. (MADERO, F. y otros,

1996: 37). Más adelante, sobre el rigor profesional, se añade: “Atraer la atención del oyente es difícil, pero es más complicado aún retenerla. La fidelidad radiofónica se logra con el rigor del trabajo diario. La credibilidad no se conquista en un día, ni siquiera en un año. La credibilidad se logra demostrando veracidad y rigor en todas y cada una de las noticias que se transmiten. El rigor se consigue tratando las noticias con exactitud, con precisión, sin exageraciones, con datos y opiniones contrastadas“(MADERO, F. y otros, 1996: 38).

Los aspectos a los que se refiere BALSEBRE en relación con la credibilidad copan buena parte de los libros analizados en este trabajo, puesto que, como luego veremos, afectan directamente a la redacción y a la locución. Pero en esos mismos libros también se insiste en la necesidad de diferenciar netamente entre información y opinión, como puede leerse en el manual de RNE: “Todos los ciudadanos tienen derecho a una información total, veraz y exacta. La noticia debe llegar al oyente de tal forma que jamás se pueda apreciar el criterio personal del que la ha elaborado. La objetividad e imparcialidad de los informadores está reñida, en casi todas las ocasiones, con el ejercicio de actividades comerciales, industriales y publicitarias. Asimismo resulta claramente incompatible con la objetividad e imparcialidad exigidas al profesional de un medio como Rne denotar o reflejar en sus informaciones su propia militancia política. Por descontado, el informador puede ser militante político. Pero debe dejar su ideología en la puerta de la Redacción” (RTVE, 1980: 56).

La apuesta por transmitir información que resulte lo más creíble posible entre los oyentes impera en todas las cadenas de radio, incluso en aquellas, como la Cope, en las que algunos de sus periodistas más relevantes incumplen de manera reiterada con los principios elementales sobre los que se sustenta la credibilidad. En este sentido, por ejemplo, la Comisión Episcopal de Medios de la Conferencia Episcopal Española (CEE), accionista mayoritaria de la citada cadena, arremetía en mayo de 2007 contra algunos de sus locutores, al aconsejar a “los fieles” que se distanciaran del estilo de Federico Jiménez Losantos y de César Vidal. A través de un *Manual del buen uso de los medios de comunicación* elaborado por los obispos con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, se invitaba a “huir” tanto “de los santones” de las ondas como “del sensacionalismo” y “del personalismo” (ABC, 17/05/2007). El Episcopado recomendaba igualmente a los radioyentes católicos “escuchar, que no es lo mismo que oír” y que buscasen en las emisoras “la información sin alharacas”, advirtiendo que “la información es lo primero”. Algunas de estas recomendaciones ya las hacía, en el año 2000, el arzobispado de Madrid, cuando publicaba, a través del Semanario Católico de Información *Alfa y Omega*, un texto similar bajo el título *Los medios de comunicación: manual de uso*, con un decálogo de recomendaciones para escuchar la radio. El texto, firmado por Rafael ORTEGA, por entonces director de emisoras territoriales de RNE y responsable del programa socio-religioso *Frontera*, de Rne-Radio 1, aconsejaba lo siguiente:

1. *Encontrar la hora adecuada.* Cada oyente debe saber cuándo puede estar

mejor o peor informado. No todas las horas son las mismas para todos.

2. *Buscar la sintonía amiga.* Cada uno debe intentar *sintonizar* con la emisora que responda a sus inquietudes o preferencias políticas, económicas, religiosas, etc.

3. *Diversificar la audiencia.* Pero, a pesar de lo dicho en el anterior apartado, es conveniente que se oigan varias emisoras para poder encontrar el punto medio de influencia y de credibilidad.

4. *Discrepar a menudo.* Conviene no asentir a todo lo que se dice por el medio radio. De ahí la necesidad de diversificar las preferencias y de discutir, aunque sea mentalmente, con lo que se está diciendo en las distintas emisoras.

5. *Huir de los santones.* Los tertulianos son los nuevos santones de las emisoras de radio, son los que hablan y saben de *todo* sin conocer *todo*. Pueden ayudar a completar la información, pero nunca a dirigir nuestra opinión personal.

6. *Huir del sensacionalismo.* Aquellas emisoras que hacen del sensacionalismo su primera premisa informativa, no son aconsejables para el oyente. Hay que buscar la información sin alharacas.

7. *Huir del personalismo.* Aquellos que hacen información muy personalizada transmiten sus propias sensaciones a los oyentes. Sensaciones que, en la mayoría de los casos, no responden a la realidad ni a las señas de identidad de la emisora escuchada.

8. *Ser muy crítico.* Tenemos que escuchar la radio con criterios propios y, por tanto, no tener miedo a criticar a aquello o aquellos que nos parece que no están acertados en sus apreciaciones sobre informaciones y comentarios. Es conveniente hacérselo saber a la emisora a través de cartas o de llamadas telefónicas.

9. *La información es lo primero.* La noticia debe ser el Catecismo de la emisora. Tenemos que aprender a distinguir noticias de opinión. Tenemos que saber seleccionar lo que es noticia. La noticia más relevante no puede ser el hecho de que sea un acontecimiento interesante o espectacular, sino su importancia o significado.

10. *Escuchar, no oír.* Retomamos el inicio del escrito. Tenemos que aprender a escuchar la radio y no solamente a oír. Escuchar una transmisión de noticias y valorar que tengan siempre en cuenta las peculiaridades, posibilidades y limitaciones del medio radiofónico.

### 3. Estructura y planteamiento de la información

Junto con la credibilidad, el planteamiento de las noticias es otro de los asuntos que abordan los manuales de estilo de las distintas emisoras, los cuales coinciden en señalar que cada una de las informaciones debe estructurarse en tres partes claramente diferenciadas: la entrada, el cuerpo y el cierre, o, como se apunta en las *Normas de la Ser*, “la entrada, el cuerpo de la noticia y la salida” (VV.AA., (*Proyecto de normas de estilo, Cadena Ser*, 1989: 9) Esta estructura obedece a dos de las características que presentan los productos radiofónicos: por una parte, a que son percibidos

exclusivamente a través del oído y, por otra parte, a que se trata de mensajes fugaces, es decir, que no permanecen en el tiempo. En las condiciones tradicionales de audición radiofónica –dejamos al margen, por tanto, las nuevas modalidades de escucha que brinda Internet–, a estas dos circunstancias se une el hecho de que los mensajes no retornan, por lo que, como bien se advierte en la *Guía de estilo de Onda Cero*, no pueden volver a ser sintonizados. “El oyente de radio no puede controlar el medio y no tiene ninguna posibilidad de dar marcha atrás cuando ha perdido algún dato. Si nos atendemos rígidamente a la estructura piramidal y nuestro oyente pierde las dos primeras frases, es posible que haya perdido el significado de toda la noticia, y nosotros su atención”. (MADERO, F. y otros, 1996: 17).

Frente a esta distribución de los contenidos, en el flamante *Llibre d'estil* de COMRàdio se apuesta por un formato de noticia estándar que consta de dos partes: el *donapàs* –una suerte de entrada en la que se resumen los puntos más relevantes del hecho, los cuales serán posteriormente ampliados por un redactor al que se “dará paso” – y el cuerpo. El *donapàs* debe reflejar las ideas esenciales de la noticia que seguidamente se desarrollarán, es decir, “debe condensar toda la información, y todo lo que se diga se tiene que repetir o completar después. Y al revés, debemos procurar que la noticia o el dato más destacado no aparezca después sin que lo hayamos presentado primero” (ORTEGA, R., 2007: 12).

La estructura entrada/cuerpo/cierre recuerda a los principios clásicos de la narración dramática, que como se sabe, se basa en tres actos o etapas lógicas: el planteamiento, el nudo y el desenlace. El planteamiento es el primer bloque de contenidos en el que se presenta a los personajes, se definen los escenarios en los que éstos se desenvuelven y se plantean los objetivos que dichos personajes persiguen. Este bloque será más amplio y complejo cuantos más sean los personajes que entren en escena, los objetivos que cada uno deba cumplir en la historia y las distintas relaciones que se establezcan entre ellos. El nudo es el segundo bloque de contenidos, en el que se introducen los problemas que impiden que los personajes puedan conseguir sus objetivos. Dichos problemas van a hacer actuar a los personajes, enfrentarse entre ellos, cambiar su trayectoria inicial para intentar llegar a su meta por caminos distintos, etc. El desenlace, finalmente, es el último bloque de contenidos, en el que se explica de qué modo los personajes superan los problemas que han encontrado para lograr sus objetivos, o bien de qué manera son los problemas los que acaban derrotando a los personajes. Es decir, se cuenta cuál es el final de la historia. La tendencia a la espectacularización de la información ha propiciado que cada vez sea más habitual el desarrollo de noticias con una estructura como la explicada, del mismo modo que también son abundantes los relatos en los que se concibe al protagonista de un hecho noticioso como si del héroe de una historia se tratara.

Al margen de la necesidad que tienen los redactores de adaptarse a la estructura de entrada/cuerpo/cierre –en tanto que facilita la asimilación de un mensaje que va a ser percibido a través del oído–, con el fin de corregir los efectos negativos de las



condiciones de recepción a las que antes aludíamos, la redacción precisa, como se subraya en los libros de estilo, de la redundancia: “La imposibilidad de regresar al principio es lo que obliga, en radio, a una continua redundancia. Hay que repetir la información cada cierto tiempo para repescar al oyente confuso” (MADERO, F. y otros, 1996: 17). La redundancia consiste en reiterar las ideas más importantes que aparecen a lo largo de una noticia, “transformando el vocabulario y la estructura gramatical de la frase, para evitar crear una sensación repetitiva” (SOENGAS, X., 2003: 45). Según HUERTAS y PERONA (1999), la redundancia desempeña una triple función: “Facilita el proceso de comprensión, al favorecer la retención (de los datos) en la Memoria a Corto Plazo (MCP); propicia una mayor atención por parte del oyente, al reducir el esfuerzo que ha de realizar en la escucha, y hace de guía en el proceso de interpretación, al destacar lo más relevante” (HUERTAS, A. y PERONA, J.J., 1999: 42).

No obstante, la realidad evidencia que son muy pocas las ocasiones en las que la información se construye haciendo un buen uso de la redundancia, lo que supone para el oyente una pérdida de algunos de los matices fundamentales que constituyen el hecho noticioso. ¿Cuántas veces, por ejemplo, no nos hemos preguntado dónde ha ocurrido la catástrofe de la que nos están hablando simplemente porque no se nos ha vuelto a reiterar el nombre o la situación geográfica del lugar? ó ¿cuántas veces nos hemos quedado con las ganas de saber quién es el protagonista de unas determinadas declaraciones porque no se ha insistido sobre ello? En cuanto a la estructura de la información, sucede algo similar, sobre todo en lo que concierne al cierre, una parte esencial de la noticia que, sencillamente, es ignorada a la hora de construir la mayor parte de los relatos informativos.

#### **4. En aras de la máxima comprensión**

Si se habla de escritura para el oído, no cabe duda que la claridad y la simplicidad en la exposición de las ideas deben ser los pilares básicos sobre los que se sustente cualquier redacción radiofónica. La claridad y la sencillez aseguran la comprensión del mensaje, al tiempo que agilizan su posterior transcripción oral (locución): “El principio del estilo radiofónico es ‘máxima comprensión por el oyente’. Esto implica un estilo oral (o escrito para ser leído) con las siguientes características generales: claridad y sencillez” (RTVE, 1980: 13).

En el terreno de la redacción, la claridad se logra, básicamente, respetando la lógica gramatical, es decir, procurando que los elementos que integran una oración sigan la estructura lineal de Sujeto+Verbo+Predicado. De hecho, esta estructura es la que predomina en nuestras conversaciones cotidianas y, además, contribuye a que las frases sean mucho más simples, concretas y directas, y es de esta manera como se refleja en las distintas guías de estilo estudiadas. Por otra parte, para asegurar la claridad es importante evitar la introducción de explicaciones (cláusulas) entre el sujeto y el verbo, así como no abusar de construcciones sintácticas muy complejas, ya que siempre acaban dificultando la comprensión de los textos hablados: “Simplifiquemos la expresión y hagamos frases normales” (ORTEGA, R., 2007: 16-17).

Por su parte, la simplicidad se consigue, en primer lugar, procurando construir oraciones simples, aunque sin caer en la escritura telegráfica, y, en segundo lugar, intentado exponer cada idea en una oración, de la forma más diáfana posible. “Como norma de trabajo debe procurarse que cada idea se exprese, si es posible, en una frase y que ésta sea breve. Una frase de más de 20 palabras es difícil de entender si, como sucede en radio, sólo se escucha una vez” (MADERO, F. y otros, 1996: 43). Como muy acertadamente recoge el manual de RNE, los libros de estilo norteamericanos recomiendan alternar la longitud de las frases en el párrafo, pues la similitud en el número de palabras hace las noticias monótonas: “Una frase breve, de muy pocas palabras, después de una descriptiva más larga, puede ser de gran efecto” (RTVE, 1980: 28).

Con independencia de la longitud de las oraciones, los libros de estilo recomiendan hacer uso de las denominadas técnicas de simplificación, especialmente de la comparación y del redondeo. La comparación es un recurso muy útil que permite al oyente visualizar con mayor claridad una idea compleja o abstracta. Al receptor le resulta mucho más fácil imaginar lo que le es más próximo, conocido o familiar, de forma que la asociación por comparación favorece siempre la comprensión. Por su parte, en la redacción radiofónica se acostumbra a redondear las cifras para minimizar las dificultades de comprensión que éstas generan, pero sobre todo para que el texto resulte mucho más simple.

Junto con las cuestiones tratadas, los signos de puntuación también influyen en la consecución de la sencillez que necesariamente debe caracterizar a la redacción, así como el léxico que se utilice; un léxico próximo al receptor, que huya de los tecnicismos y del lenguaje excesivamente culto. Recuérdese, como se encargan de subrayar las diferentes guías de estilo, que la audiencia de la radio destaca por su marcada heterogeneidad (oyentes de todas las clases sociales, con niveles de estudios muy dispares, de distintas edades, etcétera). “No se trata de plantear la típica dicotomía de corrección versus incorrección (la cual somete la lengua a la tiranía del diccionario), sino de ser sensibles a la expresión, a la claridad expositiva, a la proximidad con el oyente, a la explicación comprensible; en definitiva, a decir las cosas de una forma llana, natural y sencilla, sin perder en ningún momento la precisión y el rigor necesarios. Debemos asegurar que la comprensión del mensaje, por parte del oyente, es simultánea a la emisión, ya que lo que se dice por radio no se puede enmendar, ni se puede volver atrás. Por tanto, debemos tener bien claro qué mensaje queremos transmitir, así como saber cómo lo tenemos que escribir y redactar con la mejor de las correcciones posibles. Y finalmente leerlo para que todos lo entiendan” (ORTEGA, R., 2007: 8)

## **5. Locución, una competencia escasamente considerada**

A diferencia de lo que sucede con la redacción, a la que los libros de estilo dedican buena parte de su contenido –en este artículo sólo hemos destacado aquellos aspectos que consideramos más relevantes–, la locución se trata, en el mejor de los casos, de



forma muy superficial. Sin embargo, es bien sabido que una locución mal construida (por ejemplo, con pausas inadecuadas que rompen el sentido de los grupos fónicos, con un ritmo monótono, o con una entonación plagada de anti-cadencias, por citar algunos de los errores más comunes), puede eclipsar la brillantez de una redacción radiofónica impecable, del mismo modo que una deficiente transformación del texto en sonido, sobre todo en cuanto a dicción acústica se refiere, puede acabar complicando seriamente la comprensión y, en consecuencia, anular la eficacia comunicativa de unos mensajes caracterizados por una ínfima presencia en el tiempo: “Los errores de pronunciación despistan al oyente y restan credibilidad al mensaje informativo” (VV.AA., *Proyecto de normas de estilo, Cadena Ser*, 1989: 23).

Las escasas referencias a la locución que contienen los manuales no aportan prácticamente nada y, en ocasiones, inducen a la confusión, puesto que las características que se atribuyen a ciertos conceptos, como el tono, la entonación o el ritmo, no son adecuadas. Una prueba fehaciente de lo que aquí decimos se encuentra, por ejemplo, en la *Guía de estilo de Onda Cero*, donde se afirma que “debe procurarse ajustar el tono de la lectura o la palabra al programa y al contenido del mismo. Siempre se debe evitar la lectura monocorde y repetitiva. La entonación debe servir para mantener la atención del oyente” (MADERO, F. y otros, 1996: 84). No olvidemos que, en sentido estricto, el tono sólo puede ser grave o agudo, por lo que aquí resultaría mucho más conveniente que se hablara de actitud. Por otra parte, es difícil interpretar a qué se refiere realmente el texto al decir que la entonación debe servir para mantener la atención del oyente, que sería mucho más propio de un ritmo bien conseguido.

Otro ejemplo interesante lo encontramos en las *Normas de estilo de la Ser*, en las que se asegura: “El tono, en la Radio, depende, al menos de dos peculiaridades: 1) el tono general del programa informativo, que viene marcado por el director/presentador, quien lo impone al resto de periodistas con sus arranques. El tono es alto y vivaz en los espacios de la mañana y más pausado en los de tarde y noche. 2) Las características de la noticia: el texto no se dramatiza, se emplea un tono neutro y sólo se alza para comunicar noticias urgentes a la audiencia. El tono con el que se comienza una lectura se mantiene hasta el final.” (VV.AA., *Proyecto de normas de estilo, Cadena Ser*, 1989: 25)

Algo similar a lo que venimos comentando sucede con el *Manual de estilo para informadores de Rne*, un libro que, de las 105 páginas que contiene, sólo dedica una a este tema. Pero lo más sorprendente es que, salvo unos comentarios muy breves sobre la entonación y el ritmo, el resto son simples recomendaciones que poco tienen que ver con la locución en el sentido que nos ocupa: “En el locutorio, una voz tendrá que hacer siempre la presentación del tema o bloque [...] Cuando alguien se despide diciendo ‘buenas tardes’ hay que contestarle por corrección para agradecerle la conexión o emplazarle para la próxima [...] Hay que tenerle respeto al oyente. Por eso, es incorrecto y de mal efecto, cuando el locutor entabla conversación con un enviado especial, llamarle solamente por el nombre de pila, Manolo, Alberto, César. En todo caso, habrá que dar el apellido” (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de*

radio, 1980: 62-63).

Pensamos que no es pertinente que, bajo el epígrafe de locución, aparezcan consejos como los expuestos, que no denotan más que un claro desconocimiento de los parámetros que intervienen en la definición de la locución radiofónica y, especialmente, de los poderes que tiene la voz para transmitir, entre otras cosas, seguridad, confianza, naturalidad, credibilidad..., pero también alegría, tristeza, misterio, etc.: “En efecto, la radio genera una particular relación emisor/receptor; un contexto comunicativo único en el que la expresión sonora del locutor se dota de una especial significación. La especificidad que presenta el medio obliga al profesional a convertir su voz en un instrumento de trabajo perfectamente moldeable, capaz de estimular, en la mente del receptor, la recreación de cualquier imagen, cualquier sensación y/o cualquier emoción” (HUERTAS y PERONA, 1999: 93).

Cuando en el manual de RNE se habla de la entonación y del ritmo se hace en los siguientes términos: “la imparcialidad que debe caracterizar a todo informador afecta también, y a veces principalmente, a la entonación cuando se lee una noticia [...] la lectura debe ser rápida pero comprensible, sin énfasis, con naturalidad. Queremos un ritmo vivo” (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 63). Y nosotros nos preguntamos ¿qué se entiende por “ritmo vivo”? ¿qué relación existe entre rapidez de lectura y énfasis?

Sin lugar a dudas, estas afirmaciones redundan sobre la escasa importancia que se le concede a la locución en los manuales de estilo de las emisoras de radio, al tiempo que vuelven poner de manifiesto un claro desconocimiento de las características no vocales que acompañan a las palabras habladas. En el caso del ritmo se tiende a asociarlo simplemente con la velocidad, como sucede en gran parte de la bibliografía que aborda alguna cuestión relacionada con la locución audiovisual, cuando, en realidad, es un factor determinante en el campo de la sintaxis sonora. De hecho, en el terreno de la comunicación radiofónica, el ritmo, en tanto que resultado de una actividad perceptiva, es crucial para atraer y mantener la atención de los radioyentes, para describir los movimientos de la realidad que se está explicando, para recrear estados de ánimo o para transmitir diferentes sensaciones.

La palabra radiofónica presenta una estructura rítmica interna determinada por la duración de las sílabas, la longitud de los grupos fónicos y la duración de las pausas que separen dichos grupos fónicos. Por eso, en función de la sensación que se quiera despertar en el oyente, la simple manipulación de dicha estructura ya será suficiente para que, al sonorizar un texto, en la mente del receptor se genere, por ejemplo, una imagen de tranquilidad y sosiego (pausas largas, grupos fónicos extensos, etc.) o, por el contrario, una impresión de nerviosismo y tensión (PERONA, J.J., 1992).

Los manuales de estilo tampoco se refieren al valor expresivo de las principales características acústicas de la voz (tono, timbre e intensidad), que si bien no juegan un papel fundamental en la locución de noticias estrictas, sí lo pueden desempeñar a la

hora de verbalizar la información a través de otros géneros, como la crónica o el reportaje. No olvidemos, por ejemplo, que el tono interviene decisivamente en la construcción sonora de ambientes y escenarios (los tonos agudos se asocian con la luminosidad y los colores claros, y con todos aquellos conceptos que, de alguna forma, se relacionan con dicha asociación: brillo, día, sol...; por el contrario, los tonos graves tienden a asociarse con los colores oscuros). El tono sirve también para generar ilusiones espaciales. Así, en la descripción de un objeto con respecto a una determinada situación espacial, la agudeza del tono implica lejanía, mientras que la gravedad sugiere proximidad. De la misma manera, las asociaciones arquetípicas establecen una estrecha relación entre la audición de una voz grave y las sensaciones de tristeza, depresión, pesimismo, melancolía, etc. Por el contrario, la agudización del tono indica alegría, optimismo o sorpresa, pero también miedo, nerviosismo y tensión. Finalmente, los tonos bajos incentivan la imaginación y la creación de personajes sombríos, misteriosos y/o malévolos, mientras que los altos son más adecuados para la recreación de tipos joviales, cómicos, etcétera.

Sobre la intensidad de la voz, resaltaremos su capacidad para expresar también actitudes emocionales. Las variaciones de intensidad son muy adecuadas para representar estados de ánimo, así como el carácter de un determinado personaje: la agresividad, la cólera, el miedo, la tensión o el nerviosismo se ilustran con un volumen más alto que la tristeza, el cansancio, la debilidad o la depresión. Por otra parte, la intensidad ayuda a describir tamaños y distancias y, en combinación con la agudeza o gravedad del tono, refuerza la ilusión espacial de lejanía (volumen más bajo) o proximidad (volumen más alto). Finalmente, respecto al timbre destacaremos su capacidad de informar, más que cualquier otra cualidad acústica, sobre el aspecto del hablante (edad, atractivo, altura,...), por lo que se perfila como una señal que facilita la construcción de un determinado personaje o el retrato que del locutor radiofónico quiera éste que se hagan los oyentes, así como a reforzar la descripción de texturas (suavidad, rugosidad, etc.) e impresiones (sensualidad, fortaleza, etc.).

## **6. Informatización de las redacciones y uso de Internet**

Las fuentes de información es otro de los temas a los que se refieren la totalidad de los libros de estilo estudiados, que inciden en la comprobación, fiabilidad e identificación de las mismas, a la vez que recomiendan huir de expresiones atributivas vacías de contenido, como “fuentes competentes”, “fuentes fidedignas”, “fuentes de todo crédito” (MADERO, F. y otros, 1996: 47) o “fuentes de toda solvencia” (VV.AA., *Proyecto de normas de estilo, Cadena Ser*, 1989: 12). Con independencia de que el periodista está llamado a ser el principal suministrador de noticias, los manuales no pasan por alto el papel que en este ámbito desempeñan las agencias de noticias, los gabinetes de comunicación, los informes de empresas e instituciones, u otros medios de información, como la prensa o la televisión, en tanto que fuentes de información asiduamente utilizadas. No obstante, la insistencia en la necesidad de disponer de informaciones propias es una constante: “La redacción de Onda Cero debe intentar

ampliar cualquier despacho de agencia con datos propios. Nunca leeremos en antena un despacho de agencia tal y como nos llega” (MADERO, F. y otros, 1996: 50). “Hay que eliminar el teletipo en todo lo posible. Y, cuando se utilice, hay que reelaborarlo y perfeccionarlo siempre, sin limitarnos a copiar el primer párrafo. Las fotocopiadoras hacen eso mejor y más rápidamente. Las informaciones deben ser propias. Para eso tenemos a los reporteros, a las redacciones en provincias y a los corresponsales y enviados especiales en el extranjero. No os fiéis ciegamente de los teletipos. No hay que dar por buenos los errores que contengan” (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 64).

Puesto que ninguno de los textos ha sido revisado, los cambios experimentados como consecuencia de la informatización de las redacciones y el uso de Internet como fuente de información no aparecen reflejados, lo que evidencia, de nuevo, la necesidad que tienen los manuales de adaptarse a los requerimientos del actual entorno digital.

El sistema informático en las redacciones radiofónicas ha facilitado un acceso más rápido y más fácil, no sólo a las fuentes de información a través de la consulta de ficheros ya grabados o que vamos grabando en el disco duro, sino también, una sencilla e inminente comprobación de la información que obtenemos. Se simplifica el modo de elaboración de las noticias mediante softwares especiales y propios para cada cadena o emisora de radiodifusión, se permite la corrección de esas noticias, el lugar dentro del guión técnico, la maquetación o el diseño de la noticia, etc., son tareas mucho más sencillas y que podemos realizar de una manera más cómoda desde nuestra pantalla del ordenador (PEÑAFIEL, 2000)

La organización del trabajo en las redacciones, las conexiones en directo, el control central, el guión, el tratamiento de las grabaciones, o las señales básicas del locutor para comunicarse con los técnicos (mímica) son otras cuestiones que se abordan en los libros de estilo, pero, en tanto que cuestiones puntuales de cada emisora, no nos vamos a detener en su descripción.

## **7. Diccionarios de dudas: necesidad de actualización en estado puro**

Bajo el epígrafe *Diccionario de Dudas*, todos los manuales de estilo incorporan un capítulo cuyo objetivo es aclarar las dudas más frecuentes que se derivan del uso del castellano o de cualquiera de las otras lenguas oficiales del estado español (caso de COMRàdio con el catalán). En general, se trata de una serie de consejos y puntualizaciones para evitar confusiones y usos incorrectos de algunas expresiones, vicios lingüísticos y latiguillos, galicismos o anglicismos, tópicos, o errores de género, etc., así como para impedir la utilización de palabras inexistentes. Sin embargo, la no actualización de los libros de estilo implica que, en algunos casos, ciertas recomendaciones ya no tengan sentido y se precise, por tanto, de una revisión urgente. Así, por ejemplo, en 1996 Onda Cero alertaba sobre el uso de la palabra “reinserción”, en tanto que “no es un término aceptado por el DRAE. Digamos reintegración” (MADERO, F. y otros, 1996: 148). En la actualidad, el Diccionario de la Real Academia

Española define re inserción como “Acción y efecto de reinsertar”, es decir, “volver a integrar en la sociedad a alguien que estaba condenado penalmente o marginado”. Del mismo modo, en el manual de la Ser se subrayaba que no se podían utilizar palabras como “maximizar”, “optimizar” o “concretizar”, cuando ahora sí son válidas.

Como puede suponer el lector, la lista de aclaraciones que conforman este apartado es muy amplia en todos los manuales analizados, pero hay algunas que, dada su frecuencia de uso, merecen ser destacas:

-*Abertura, apertura*: No son términos sinónimos. La abertura es una grieta o hendidura. Apertura es la acción de abrir o iniciar algo. (MADERO, F. y otros, 1996: 117).

-*Alta calidad*: Dígase gran calidad, para evitar el galicismo o anglicismo. (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 81).

-*América, americano*: Dígase norteamérica (o Estados Unidos) y norteamericano, cuando hayamos de referirnos a este país y sus ciudadanos. (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 81).

-*Bajo el punto de vista*: Dígase desde el punto de vista (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 83).

-*Breves minutos*: Nótese que los minutos duran siempre 60”. Pueden ser pocos o muchos, pero nunca más breves o más largos (MADERO, F. y otros, 1996: 120).

-*Compensación*: mal usado como retribución, sueldo, salario o recompensa (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980:85).

-*Consenso*: Palabra de la que se está abusando. Téngase en cuenta que consenso no es sinónimo de acuerdo. Para que haya consenso se precisa de unanimidad. (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 85).

-*Ente*: italianismo absurdo. Dígase (aunque lo consagre alguna disposición) organismo, entidad, etc. (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 91).

-*Imam*: Es una palabra castellana. No debe usarse imán. Significa jefe religioso musulmán (MADERO, F. y otros, 1996: 133).

-*Modisto*: No debe usarse esta expresión, al igual que no se usa periodisto. (Madero, F. y otros, 1996: 139).

-*Querella*: todas las querellas son criminales, por lo tanto la expresión querella criminal es redundante (MADERO, F. y otros, 1996: 147).

-*Ser objeto de*: Se suele leer «X fue objeto de una agresión» (¿Por qué no «X sufrió una agresión»? (VV.AA., *Manual de estilo para informadores de radio*, 1980: 103).

-*Verdicto*: Es, fundamentalmente, la «definición sobre un hecho dictada por un jurado»; no debe desplazar a fallo o sentencia. (VV.AA., *Manual de estilo*

para informadores de radio, 1980: 105).

## 8. El lenguaje radiofónico: el gran ausente

Salvo en el caso de la Cadena Ser, donde se dedica un capítulo al montaje, “en tanto que instrumento fundamental que configura el lenguaje radiofónico en su expresión más contundente, mediante la mezcla de los elementos característicos del medio: palabra hablada, documentos sonoros, música y efectos” (VV.AA., *Proyecto de normas de estilo, Cadena Ser* 1989: 37), el resto de libros de estilo no incluye ninguna mención al lenguaje radiofónico, o al conjunto de formas sonoras y no-sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, “cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes” (BALSEBRE, 1994b: 27).

Aunque las noticias estrictas se basan en la palabra, la existencia de otros géneros informativos que sí se prestan a la incorporación de músicas, efectos sonoros y/o silencios debería ser condición suficiente para que el uso de estos componentes del lenguaje radiofónico fuera considerado en los manuales. Su inclusión evitaría, probablemente, que la mayoría de las piezas musicales que en ocasiones aparecen en un reportaje acaben convirtiéndose en simples elementos accesorios -sin valor comunicativo alguno-, que los efectos sonoros sólo sean usados en su función ornamental, o que el silencio dejara de ser un componente que, por los prejuicios que sobre él pesan, apenas se usa. Por otra parte, el mero hecho de que la música aparezca en función sintáctico-gramatical en los programas informativos clásicos justificaría también su tratamiento en los libros de estilo.

En radio se dice que la música es sintáctico-gramatical cuando ordena y distribuye contenidos y secciones, es decir, cuando tiene un carácter organizador. En esta función, la música se presenta en diferentes tramos de corta duración, lo que da lugar a que se pueda hablar de esos tipos de inserciones, como la *sintonía*, la *cortina*, la *ráfaga* y el *golpe musical*, que habitualmente encontramos en los espacios de noticias. Pero con independencia de la función sintáctico-gramatical, en el medio que nos ocupa la música desempeña otras funciones no menos importantes, como por ejemplo la descriptivo-expresiva, que aparece cuando la melodía, dadas sus características y a partir del contexto en el que se inserta, suscita un determinado clima emocional y crea una determinada atmósfera sonora, llegando a despertar verdaderas sensaciones y emociones en aquel que la escucha. Lo mismo sucede con los efectos sonoros, componentes de una gran riqueza expresiva que, en su función narrativa, por ejemplo, pueden marcar transiciones espacio/temporales, reconstruir acciones que no precisan de la palabra ni de la música, o resaltar alguna característica importante de un determinado personaje. Sin embargo, “la capacidad de los efectos para reconstruir ambientes no ha sido suficientemente apreciada por la radio informativa, que en su empeño por consolidar el índice de credibilidad ha huido de los matices subjetivos que



podiese aportar cualquier sistema sonoro que no fuese la palabra” (GUTIÉRREZ, M.E. y PERONA, J.J., 2002: 62).

Esta tendencia a no aprovechar las posibilidades expresivas de los componentes del lenguaje radiofónico choca de plano con las preferencias de uno de los pioneros del periodismo radiofónico, el norteamericano Edward R. MURROW, quien, en sus crónicas para la CBS elaboradas desde Londres durante la Segunda Guerra Mundial, no dudaba en incorporar los sonidos de la realidad al mensaje informativo. “Las crónicas de Murrow no sólo estaban hechas de palabras. El periodista concedió una gran importancia a los sonidos de la realidad. Murrow creía que el sonido de un bombardeo podía explicar mejor que cualquier palabra que el pudiera pronunciar cuál era la situación en la que se encontraba. Durante sus años de corresponsal de guerra en Londres, incluir sonidos en sus transmisiones era un motivo más para subir al terrado de la BBC cada noche: no sólo para ver dónde caían las bombas, sino para que los norteamericanos pudieran sentir directamente las bombas cayendo” (COMAS, E., 2006: 55).

En cuanto al silencio, un componente no sonoro con amplias capacidades expresivas, su uso es muy limitado en la radio –informativa o no-, ya que, al no estar familiarizado con sus códigos, el oyente ha tendido a considerarlo como una información no deseada, como un fallo técnico, como un “ruido” o como una interrupción de la comunicación. Y es que, en nuestra cultura, existe un marcado temor al silencio y, sobre todo, a aquellas situaciones en las que éste impera.

Sin embargo, como bien sostiene COMAS (2006) en una investigación sobre los recursos sonoros en los informativos, los sonidos de la realidad, así como también los silencios, llaman poderosamente la atención del oyente. Por este motivo, Murrow los utilizaba con frecuencia. “Además, sabía que el sonido, si está bien escogido y bien incluido en la narración, apela a la imaginación necesaria para que la audiencia pueda reconstruir mentalmente el escenario visual de los hechos” (COMAS, E., 2006: 70).

## **9. Nuevos contenidos informativos para una nueva sociedad**

Aunque los libros de estilo más recientes nacen con objetivos similares a los manuales más antiguos, en los primeros se observa una clara tendencia a profundizar en aquellos aspectos relativos al contenido de las noticias, dejando en un plano mucho más secundario todo lo que tenga que ver con cuestiones meramente normativas. En este sentido, resulta de especial interés el *Llibre d'Estil* de COMRàdio, donde, en consonancia con las particularidades de la sociedad actual y los fenómenos más recurrentes, aparecen distintas reflexiones sobre el tratamiento que deben recibir las informaciones relativas a la inmigración, el terrorismo, la justicia y los sucesos, o la violencia contra las mujeres.

Sobre el primero de estos temas, el *Llibre d'Estil* advierte de la necesidad de tratar la inmigración de la manera más humana posible, evitando los tópicos y los estereotipos sobre las personas que migran. “En primer lugar, se deberá observar

siempre si el contexto ayuda a saber de qué estamos hablando, y así, si ya tenemos expresiones como *patera* o *cruzar el estrecho*, podremos omitir siempre que convenga la palabra inmigrante. Es decir, preferimos una fórmula como ‘Hoy la Guardia Civil ha interceptado una patera con 20 personas a bordo’ en vez de ‘Hoy la Guardia Civil ha interceptado una patera con 20 inmigrantes a bordo’, cosa que quiere decir recordar un hecho que a menudo se olvida: se trata de personas, y siempre que podamos lo diremos así, personas” (ORTEGA, R., 2007: 23).

El texto puntualiza que el término inmigrantes, obviamente, no está prohibido, pero si se quiere decir alguna cosa más se puede optar por adjetivar sobre la procedencia (subsaharianos, ecuatorianos, etc.), prescindiendo de fórmulas como *irregular*, *ilegal*, etc. Por otra parte, también se aconseja sobre la necesidad de evitar emplear símbolos bélicos al hablar de la llegada de inmigrantes. “En ocasiones, malévolamente, hay quien habla de invasión, o dicen que vienen por tierra, mar o aire” (ORTEGA, R.: 2007: 23).

Por lo que respecta al terrorismo, se dice que se mirará de tratarlo independientemente del origen de los terroristas o de la fe que profesen. Por este motivo, se evitará adjetivar el terrorismo con gentilicios o con adjetivos relativos a religiones, ya que su uso lleva a generalizaciones gratuitas; “así, ya que no decimos ‘terrorismo vasco’ para hablar de ETA, no diremos ‘terrorismo islámico’ para hablar de Al Qaeda” (ORTEGA, R.: 2007: 23).

Sobre las noticias de justicia y sucesos, el *Llibre d’Estil* destaca, entre otras cosas, la necesidad de no dar el nombre de las víctimas de la violencia, por respecto a la intimidad de la persona y, sobre todo, para evitar que, con su nombre, se etiquete una determinada tipología de crimen: “Es lo que pasó con el «caso Alba», la niña maltratada de Montcada i Reixac (Barcelona). Todos los medios pusieron el nombre (y en algunos casos los apellidos) de la niña, y sólo días más tarde algunas voces se atrevieron a alertar de los excesos que el tratamiento de la información había comportado. Lo mismo se debe hacer con las víctimas de la violencia machista” (ORTEGA, R.: 24).

Finalmente, en relación con la violencia contra la mujer, el manual de COMRàdio rechaza el uso de la expresión de origen inglés *violencia de género* para designar las agresiones de un hombre contra su mujer, pareja, ex mujer o ex pareja, señalando que en lenguas como el castellano o el catalán el género es un accidente lingüístico y que, por tanto, género tienen las palabras, pero no las mujeres. Por eso, se deben emplear alguna de las alternativas conocidas: *violencia doméstica*, *violencia contra la mujer* y *violencia machista*. “La violencia doméstica es, literalmente, violencia «en casa» y consideramos que incluye las agresiones que pueda padecer la mujer en su hogar, pero también otros miembros de la familia, como por ejemplo los niños o los ancianos. En cambio, la violencia contra la mujer o violencia machista son conceptos mucho más amplios, e incluyen tanto las agresiones a mujeres fuera del ámbito doméstico como también otras formas de violencia. Por tanto, tenderemos al uso de *violencia contra la*

*mujer* para hablar de la problemática en general, pero mantendremos *violencia doméstica* para los casos circunscritos al ámbito familiar. En 1993 (diez años antes de que se instalara entre nosotros el sentido anglófono de *género*), las Naciones Unidas ya aprobaron la *Declaración sobre la eliminación de todas las formas de violencia contra la mujer*, mientras que en 1997 el Parlamento Europeo formuló la resolución *Tolerancia cero ante la violencia contra las mujeres.*” (ORTEGA, R., 2007: 24).

Por su parte, la Cope se manifiesta comprometida con la defensa de los derechos humanos y se inclina por los pobres y marginados, aunque respeta la generalidad de las personas. No considera extranjeros a los ciudadanos de América Latina, y se esfuerza por valorar los rasgos diferenciares de cada pueblo de España. Esta característica cobra especial importancia en la comunidad canaria por sus vínculos históricos con Hispanoamérica.

## 10. Conclusión

Los libros de estilo utilizados para la elaboración de este trabajo evidencian la importancia que las principales cadenas de radio españolas han venido otorgando al contenido de las informaciones y a las normas de redacción de las noticias, pero no así a la forma de transmisión de las mismas a través del sonido. Los manuales estudiados apenas abordan cuestiones clave de la comunicación radiofónica, como la locución o el uso expresivo de los componentes del lenguaje propio de la radio, lo que resulta muy preocupante si se tiene en cuenta la capacidad del medio para generar imágenes auditivas y, especialmente, para transmitir, mediante la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio toda esa información suplementaria que el receptor no puede “ver”.

Por otra parte, el análisis llevado a cabo pone de relieve la necesidad que tienen estos libros, sobre todo los más antiguos, de adecuarse a los retos del escenario comunicativo en el que estamos inmersos; un escenario caracterizado, entre otras cosas, por el uso de nuevas fuentes de información como consecuencia del desarrollo tecnológico, la emergencia de nuevos protagonistas de la actualidad, y la consolidación de nuevos hábitos de consumo radiofónico.

Los manuales se revelan, sin duda, como instrumentos necesarios y útiles en el seno de las redacciones, pero también es verdad que, para asegurar su eficacia, las emisoras deberían darlos a conocer ampliamente entre los periodistas, así como establecer planes de seguimiento para evaluar su aplicación real.

## 11. Referencias bibliográficas

BALSEBRE, Armand

1994a: *La credibilidad de la radio informativa*. Barcelona, Feed-Back Ediciones.

1994b: *El lenguaje radiofónico*. Madrid, Cátedra.

BASTANTE, Jesús

2007: “La Iglesia invita a ‘huir de los santones’ de las emisoras de radio”. En

ABC, 17 de mayo, sección Sociedad

COMAS, Eva

2006: *Els recursos sonors en els informatius radiofònics*. Tesis Doctoral. Barcelona, Universitat Ramon Llull.

GUTIÉRREZ, M.E. y PERONA, J.J.

2002: *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona, Bosch.

HUERTAS, A. y PERONA, J.J.

1999: *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona, Bosch.

MADERO, F. et al.

1996: *Guía de estilo de Onda Cero Radio*. Madrid.

RTVE

1980: *Manual de estilo para informadores de radio*. Madrid, RTVE-Radio Nacional de España.

ORTEGA, Rudolf

2007: *Document provisional de Llibre d'estil*. Barcelona, COMRàdio. Publicado el 12 de diciembre de 2008.

ORTEGA, Rafael

2000: "Para escuchar la radio". En *Alfa y Omega. Semanario católico de Información*. Núm. 210. 24/07/2000.

PEÑAFIEL, Carmen

2000: "La informatización en radio: un camino sin retorno". Comunicación presentada en las *XV Jornadas Internacionales de la Comunicación: Reinventar la radio*. Pamplona, Universidad de Navarra.

PERONA, Juan José

1992: *El ritmo en la expresión radiofónica*. Tesis de doctorado. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. UAB.

SOENGAS, Xose

2003: *Informativos radiofónicos*. Madrid: Cátedra.

VV.AA.

1980: *Manual de estilo para informadores de radio*. Madrid, RTVE-Radio Nacional de España.

1989: *Proyecto de Normas de estilo*. Madrid, Cadena Ser.