

# Caracterización de una correcta locución informativa en los medios audiovisuales

EMMA RODERO ANTÓN

era@upsa.es

Universidad Pontificia de Salamanca

Recibido: 30 de enero de 2007

Aceptado: 22 de mayo de 2007

## RESUMEN

La voz es nuestro principal vehículo de comunicación y la herramienta que en mayor proporción se emplea en los medios audiovisuales. Esto es especialmente evidente en radio, el medio por excelencia del sonido, pero también lo es, aunque en menor medida, en la televisión. Por eso, incluso en los manuales más básicos sobre medios audiovisuales se reconoce la importancia del correcto empleo de la voz en la transmisión de los mensajes. Sin embargo, años de escasa formación en este sentido han provocado que la locución actual no sea la más idónea ni la más correcta. Esta es la razón por la que nos proponemos realizar un compendio de recomendaciones y análisis de defectos en torno a la locución informativa, basándonos siempre en diferentes investigaciones empíricas realizadas en estos años.

**Palabras clave:** voz, prosodia, pronunciación, informativos, medios audiovisuales

## *Characterization of a presentation on audiovisual media*

## ABSTRACT

Voice is our main communication resource and the tool that it is used in greater proportion on audiovisual media. This is especially evident on radio, the sound media, but it is also used on television although to a lesser extent. So, even in the most basic bibliography about audiovisual media, the importance of the correct use of voice in the messages transmission is recognized. Nevertheless, years of little formation have caused the present presentation to be neither suitable nor correct. This is the reason for which we set out to realize a compendium of recommendations and defects analysis around the news presentation, based always on different empirical researches made in these years.

**Keywords:** Voice, Prosody, Pronunciation, News, Audiovisual Media.

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. Consideraciones generales sobre la locución informativa en los medios audiovisuales. 3. Resultados de investigaciones sobre la voz. 4. Resultados de investigaciones sobre prosodia y pronunciación. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

## 1. Introducción

Son muchos los autores que consideran que en los mensajes audiovisuales, la percepción y comprensión de la audiencia está determinada no sólo por el contenido sino especialmente por la forma de presentación. El manejo de la voz, como instrumento principal de transmisión del contenido explícito del texto, transporta toda la carga del sentido así como la dimensión afectiva del mismo.

“La imagen que atribuimos a un determinado personaje suele estar asociada con las condiciones de su voz, y muy especialmente, con su prosodia: como oyentes utilizamos indicios fónicos, en ocasiones diferentes e incluso opuestos a las claves del contenido del mensaje, para evaluar a nuestro interlocutor. La clasificación de una voz como suave o estridente, melodiosa o entrecortada, y el juicio que conlleva de su poseedor es el resultado de sumar las particularidades de dicción a las características prosódicas” (AGUILAR, 2000:89).

El manejo de la voz es, en definitiva, el que proporciona el marco referencial a todo lo que nos cuentan, especialmente en la radio, donde “en la oscuridad radiofónica, la imagen visual del emisor desaparece y su imagen pasa a ser el sonido de su voz” (RODRÍGUEZ BRAVO, 1989:29). Al mismo tiempo, debido a la naturaleza del contenido informativo, la voz cobra una importante dimensión como vehículo fundamental de transmisión de los datos. Por eso, la bibliografía existente sobre la materia, aunque escasa, siempre hace referencia a la necesidad de un adecuado entrenamiento de los locutores en el dominio de sus recursos vocales; especialmente, debido a la enorme repercusión e influencia que tienen los mensajes en la audiencia.

“Por tanto, los medios de comunicación en general, y mucho más los medios de comunicación audiovisual, por su mayor alcance, tienen la responsabilidad de usar bien la lengua, contribuyendo a que ésta sirva a todos los hablantes, en la comprensión y no en la confusión” (LUQUE y ALCOBA, 1999:32).

Y ese uso de la lengua también hace referencia a la forma de presentación de los mensajes. Debemos tener presente en todo momento que la disciplina que la estudia, la lingüística, también engloba la forma del mensaje. La entonación, el acento y el ritmo son también rasgos lingüísticos, estudiados por la Fonética y la Fonología. Por tanto, su incorrecto uso también representa una manera de emplear nuestra lengua de forma inadecuada.

Pero, a pesar de su importancia, la locución es uno de los aspectos menos tratados en la formación de los futuros periodistas y comunicadores; es más, tampoco en la escuela se aborda de manera amplia la formación necesaria en comunicación oral. Estos dos factores han provocado que la mayoría de los locutores que escuchamos habitualmente en la radio y en la televisión no posean un adecuado dominio sobre el manejo de su voz. En general, la mayoría de ellos aprenden a expresar sus mensajes en los medios audiovisuales por imitación, reproduciendo las formas expresivas que escuchan en sus compañeros; por tanto, adquiriendo los mismos vicios y defectos. A

los que comienzan su carrera en estos medios se les exige ‘que hablen como los periodistas’, es decir, que reproduzcan esa manera especial de contar en los medios audiovisuales, que no es precisamente la más natural, correcta o expresiva.

En este sentido, no estamos descubriendo nada nuevo, puesto que existe una amplia bibliografía, tanto de radio como de televisión, que continuamente recuerda y crítica estos defectos. Incluso desde un punto de vista teórico, resulta sencillo argumentar las razones por las que estas formas tan particulares de contar en los medios audiovisuales son incorrectas lingüísticamente y poco naturales desde el ángulo expresivo. Sin embargo, existen pocas investigaciones que se dediquen a averiguar en la práctica profesional cuáles son los principales vicios que se observan en la locución y cuáles de ellos son los que más aborrece la audiencia. Podría darse el caso de que, aunque teóricamente esa locución fuera incorrecta, el oyente la entendiera como adecuada. Por eso, es necesario acudir a la investigación empírica en el intento de basar todas nuestras afirmaciones en datos concretos, claros y fiables. Este es el propósito entonces que nos marcamos al inicio de estas páginas: basándonos en la teoría existente, encontrar en la práctica cuáles son los defectos de locución más extendidos en los mensajes de radio y televisión y comprobar de qué manera los percibe la audiencia.

## **2. Consideraciones generales sobre la locución informativa en los medios audiovisuales**

Antes de comenzar a analizar los principales problemas que se observan en la locución actual, es necesario partir de una pregunta: ¿la audiencia es consciente de los cambios en los elementos que determinan la locución o les pasan inadvertidos? Realizamos esta cuestión de partida porque su respuesta condiciona todo tipo de estudio. Por eso, en el primer apartado abordamos la percepción de la audiencia para después centrarnos en las consideraciones sobre el tipo de locución.

### **2.1. Sobre la percepción de la audiencia.**

Partimos de la siguiente consideración: en el caso de que la audiencia de radio o televisión no fuera capaz de percibir las variaciones en la locución, significaría que no son determinantes en la comprensión del mensaje; en consecuencia, no tendría sentido defender su importancia ni establecer determinados requerimientos entre los locutores. Sin embargo, varios de los estudios que hemos llevado a cabo demuestran que las modificaciones en los parámetros de locución influyen en la percepción que la audiencia tiene del mensaje. A pesar de que los individuos no son capaces de establecer los factores concretos a lo que es debido, cuando se les presentan mensajes con cambios en la locución, varía su manera de percibirlos. Claramente lo demuestra uno de los estudios en los que la muestra, compuesta por 126 personas, varía los calificativos asignados, según el tipo de locución que presentan varios informativos radiofónicos sometidos a su análisis (RODERO y ROMERA, 2006). En esta ocasión, la muestra debía valorar dos modelos reales de boletines radiofónicos frente a dos

modelos elaborados con una correcta locución. Para los programas con modelos de locución considerados como correctos –presentados tanto con voces femeninas como masculinas- los adjetivos, siempre positivos, más empleados son: *seguro, agradable, convincente, tranquilo, calmado o cercano*. En el caso de los informativos con modelos de locución considerados incorrectos, que correspondían con los modelos reales de informativos que podemos escuchar en la actualidad, la muestra hablaba de: *rápido, eufórico, acelerado, monótono o desagradable*.

También se observan diferencias de percepción en otra de las investigaciones, en la que los sujetos experimentales son capaces de argumentar, si bien con sus propias palabras, cuáles son las razones que les decantan por un determinado modelo sonoro propuesto, en función del tipo de locución empleado (RODERO, 2001). En esta investigación, los sujetos experimentales debían ordenar y valorar diferentes modelos de locución según les parecieran más o menos adecuados. Se realizaron diferentes pruebas: sobre voz, entonación, acento, ritmo y pronunciación, y se elaboraron ocho modelos para la prueba de voz y cinco para cada uno de los restantes. Sólo un modelo de cada prueba era considerado como correcto, mientras que los demás se elaboraron con los principales defectos de cada uno de los parámetros analizados. Al margen de que en todos los casos la muestra se decantó por el correcto, como preferente, en su razonamiento demuestran que son capaces de detectar y diferenciar cambios entre los elementos de la locución. Pudiera ocurrir que los sujetos experimentales sólo expresaran su molestia tras escuchar una grabación, aunque sin mostrar capacidad alguna para explicar las razones. En cambio, lo sorprendente es que, en todo momento, han sabido definir el defecto concreto que contenía cada modelo y argumentar cuál era el adecuado o el menos indicado. De esta manera, en la prueba de voz, para aquellas que no son de su agrado hablan de *vozes aburridas, nerviosas, sin fuerza, carentes de credibilidad o artificiales*. En las pruebas de entonación, acento, ritmo o pronunciación emplean afirmaciones como las siguientes: *el locutor canta, es ridículo, es monótono, es uniforme, exagerado, antinatural, pierde el sentido, es aceleradísimo, es incorrecto, no es lógico o es rimbombante*. En definitiva, estos estudios demuestran que la audiencia puede percibir variaciones en la locución, como lo prueba el hecho de que son capaces de calificarlas.

Esta primera conclusión nos conduce a otra consideración importante. Si son capaces de percibirlos es porque les conceden bastante relevancia. En consonancia con la bibliografía existente sobre la materia, uno de los estudios que hemos realizado demuestra que la locución es un factor determinante a la hora de calificar un producto radiofónico, de lo que podemos inferir la importancia de la voz. Cuando a una muestra determinada se le pide una calificación sobre un producto y no se le establecen factores de análisis previos, la mayoría de las consideraciones tienen que ver con la locución: con el tipo de voz, la entonación, el ritmo que emplea o la pronunciación, aunque no mencionen explícitamente estos elementos. Esta investigación no tenía relación alguna con la locución sino con la creatividad en los informativos de radio

(JIMÉNEZ, 2006). Se trataba de averiguar cuáles eran los factores que determinaban la creatividad en los informativos, sin tener en cuenta la voz, que no era objeto de este estudio. Sin embargo, el resultado es que la mayoría de los sujetos experimentales aluden a la locución a la hora de valorar los programas presentados. De esta manera, hablan de su preferencia clara por uno de ellos, con estas razones: *a la manera de contar las noticias, al ritmo de la locutora, a que habla más despacio, a la locución pausada de la presentadora, a la voz del locutor, a la manera de dar la información, al tono desenfadado o a que persuade con la voz.*

Quizá uno de los factores determinantes de que la audiencia conceda esta importancia a la locución es debida a que sus elementos favorecen o entorpecen la comprensión del mensaje. En una de las investigaciones que hemos llevado a cabo se establece que el informativo radiofónico que la audiencia valora como más comprensible es precisamente el que posee una locución correcta (RODERO y ROMERA, 2006). Un 91,1 por ciento de los sujetos experimentales decidieron que los informativos más inteligibles y claros eran los dos propuestos como correctos, frente a tan sólo un 8,9 por ciento que se decantó por los informativos que estaban basados en modelos reales. Por tanto, podemos concluir que la locución es un factor clave a la hora de favorecer la comprensión del mensaje.

Para colaborar en esa comprensión del mensaje, una de las cualidades más sobresalientes que destacan las muestras de las investigaciones ya citadas es la naturalidad; factor clave de una adecuada locución. Los sujetos experimentales valoran de forma importante el que la locución sea lo más natural posible. Los locutores radiofónicos no deben alejarse demasiado de la manera en que las personas de la muestra se expresan. Por tanto, cuando los modelos se asemejan más a esa forma de hablar, menos reclaman su atención y, en definitiva, más se concentran en el contenido. Esta característica se ha producido en todas y cada una de las pruebas que hemos realizado en los diferentes estudios. Los sujetos experimentales huyen de las exageraciones y, por consiguiente, son éstas las que, a menudo, ocupan las últimas posiciones. Al mismo tiempo, argumentan que esta es su preferencia, ya que de otra manera pierden el contenido del mensaje; por tanto, porque les aleja de la comprensión óptima del texto transmitido.

Junto a la naturalidad, el siguiente rasgo importante de una locución, relacionado no tanto con la comprensión sino con la atención de la audiencia, es la variación. Hemos observado en estos estudios que si existe un defecto que la audiencia no tolera bajo ningún concepto, es una locución aburrida. Este rasgo se pone de manifiesto también en consonancia con la bibliografía existente, en la que se recoge que la monotonía es el peor de los defectos que puede atribuirse a un locutor: “En un estudio de la prosa y la poesía presentado a los oyentes de dos maneras distintas, una con una entonación normal y la otra con una entonación monótona, se demostró que la monotonía provoca una pérdida de intelegibilidad” (BOLINGER, 1989:68). También KNAPP (1982) cita algunos estudios sobre este comportamiento. Determina que las

grandes variaciones de velocidad, fuerza, tono y calidad de la voz producen una gran retención de interés, en comparación con las de una voz monótona. Otros autores concluyen que la monotonía disminuye en más de un diez por ciento la comprensión del discurso. Asimismo, el estudio de la organización Gallup (GLASS, 1994:297) corrobora la importancia de la variación tonal. Al setenta y tres por ciento de los sujetos les molestaba mucho una voz monótona y aburrida frente al veintiséis por ciento a los que no disgustaba. En resumen, los sujetos experimentales exigen continuos reclamos de interés para no ‘aburrirse’, aunque esos cambios siempre se deben desarrollar de manera natural. Esto significa que se decantan por los modelos que presentan mayores variaciones y que resultan más dinámicos, que aquellos en los que sólo se producen ligeras modificaciones. Por eso, siempre con las peores valoraciones se encuentran aquellos modelos que pecan de monótonos o monorrítmicos. La explicación es bastante clara: la eficacia en la transmisión del mensaje se pierde por completo cuando no se reclama la atención de la audiencia. Se prefiere una locución un poco más llamativa, pero que no ‘duerma’, a una más lineal que resulte tan aburrida que no invite a prestar atención al contenido.

En definitiva, podemos concluir que la audiencia es consciente y se siente influida en la percepción y comprensión del mensaje por las variaciones en los diferentes elementos de la locución. En este sentido, valora de manera positiva que sea natural y que contenga variaciones, aunque siempre en su justo término. Ahora bien, ¿son estas las cualidades que podemos destacar entre los locutores de radio y televisión? Con esta pregunta, iniciamos el siguiente apartado.

## **2.2. Sobre el tipo de locución.**

Comencemos por centrarnos en las calificaciones que las muestras seleccionadas en diferentes investigaciones<sup>1</sup> atribuyen a la locución que pueden escuchar actualmente en la radio y la televisión. Antes de calificar esa locución como incorrecta, lo lógico es conocer la valoración de la audiencia. Pues bien, en todos los estudios realizados, donde el punto de comparación entre modelos de locución lo constituían grabaciones reales, la muestra siempre ha valorado mejor los programas propuestos, a los profesionales. También en aquellos donde sólo se presentan errores de locución detectados en los programas reales, éstos siempre han sido mal valorados. Esto significa que la audiencia, al contrario de lo que pudiera parecer, no se deja influir por los modelos de locución que están habituados a escuchar en la radio o en la televisión y que, lo más importante, no los consideran como los más apropiados, porque no cumplen con algunas de las características que hemos señalado anteriormente. Vamos a compendiar a continuación cuáles son las razones que apuntan a afirmar que la locución en radio y televisión no resulta la más idónea. En general, se observa que los

---

<sup>1</sup>. En este apartado, referimos de manera general los principales defectos de locución que después analizaremos con detenimiento y por separado en siguientes epígrafes, explicando cada una de las investigaciones de las que se han extraído.

profesionales no han tenido un entrenamiento vocal que garantice una buena técnica. Esto se manifiesta especialmente en la respiración de los locutores en radio y televisión y en el sobre esfuerzo que realizan algunos presentadores de televisión. Las inspiraciones casi siempre son muy sonoras y se detecta que no realizan una correcta dosificación del aire, por lo que se agotan al llegar al final de la frase. En los presentadores de televisión se pone de manifiesto, además, una tensión importante en el cuello, reflejo de un sobre esfuerzo vocal.

Por otro lado, cometen errores en cuanto al uso de la voz. En varias de las investigaciones aplicadas a la radio y a la televisión, hemos detectado que, en líneas generales, referente a la entonación, emplean pocas variaciones tonales y se valen de un tipo de entonación artificial y circunfleja que repite patrones comunes e incumple todas las funciones lingüísticas de este elemento prosódico. Por lo que respecta al acento, remarcan con demasiado énfasis las palabras o acentúan las menos importantes. En cuanto al ritmo, hablan a una velocidad excesiva para la comprensión, con pocas pausas y una atropellada articulación. En lo referente a la pronunciación, cometen omisiones o incorrecciones en la articulación de determinados fonemas.

En este sentido, resulta curioso acudir a las conclusiones de otro estudio que no tiene relación con los medios audiovisuales. En otra de nuestras investigaciones, realizamos un análisis sobre las voces de los políticos, en concreto, sobre la de José Luis RODRÍGUEZ ZAPATERO y Mariano RAJOY (RODERO, 2005a), que casualmente detecta los mismos defectos de locución que entre los comunicadores: escasa variedad tonal y rítmica, incorrecta pronunciación, velocidad excesiva sin apenas pausas, sobremarcas acentuales e inadecuada dosificación del aire con respiraciones audibles. Podemos concluir entonces que existe un determinado modelo de locución en las presentaciones públicas de locutores no entrenados que emplean tanto algunos comunicadores como algunos políticos.

Pero, sin embargo, resulta significativo que cuando acudimos a locutores profesionales –de publicidad o doblaje– para elaborar modelos de locución en nuestras pruebas, nos damos cuenta de que emplean una locución correcta, sin recibir instrucciones previas. Los locutores entrenados en técnica vocal son capaces de leer cualquier texto con una locución de calidad, empleando todos los parámetros vocales de forma correcta, sin haber recibido ninguna instrucción previa. Esta conclusión se pone de manifiesto en otra de nuestras investigaciones en la que varias voces de la publicidad y del doblaje, masculinas y femeninas, debían leer una misma noticia sin ninguna indicación de partida, es decir, como ellos quisieran (RODERO, 2006a). Los resultados del estudio revelan que estos locutores no producen tensión en su musculatura, dosifican correctamente el aire, emplean un tipo respiratorio correcto, no fuerzan la voz, su articulación es clara, emplean correctamente la intensidad, tono, timbre y duración de la voz, no presentan valores de voz patológica, varían el tono y su velocidad de lectura es comprensible. Por tanto, la conclusión que debemos extraer de este estudio es que la locución se aprende y que con un adecuado entrenamiento se



puede conseguir una presentación de calidad. Eso sí, al menos en el estudio realizado, se observa un mismo patrón de conducta a la hora de expresarse, por lo que casi todos ellos leen los textos de la misma manera. Esto significa que han aprendido a hacerlo de una determinada forma, lo que refuerza la idea de que se puede aprender a expresarse correctamente. Antes de finalizar el apartado, pongamos de manifiesto la relevancia de la locución en otra vertiente: su relación con la dimensión afectiva.

“La voz es la mejor compañía, incluso cuando se trata de un monólogo, para huir de la soledad: la palabra expresada (cuando narra historias) comunica mejor que ningún otro sentido el variado arco iris de sentimientos y emociones con que vibramos ante la vida y las personas” (ALMODÓVAR, 2003:21).

La locución posee una estrecha correspondencia con las sensaciones que un determinado locutor desea expresar en un mensaje. Y esto se pone de manifiesto especialmente en momentos de crisis. Por eso, otra de nuestras investigaciones (RODERO, 2007a) evidencia que se observan diferencias en la locución de un mismo presentador en función del carácter informativo de la jornada. En concreto, este estudio se propone analizar la locución de los informativos de la Cadena Ser durante los atentados del 11 de marzo en Madrid, desde el día 11 al 14. Según los datos observados en el análisis de los informativos, podemos concluir que en algunos parámetros se observa mayor nerviosismo en el informativo Hora 14 del 11 de marzo, en su comparación con el día 12 de marzo. En el primer caso, la variación tonal del locutor, aunque con poca diferencia, es mayor. También la velocidad es superior al programa del día 12 de marzo. Por tanto, en el 11 de marzo se percibe una locución más rápida y atropellada. Debido a la mayor improvisación de los datos, que imprime menos energía en la locución, la intensidad es menor en el 11 de marzo y, por la misma razón, se destacan menos palabras en el mensaje, es decir, existe un porcentaje menor de palabras acentuadas el día 11 de marzo frente al 12 de marzo.

El otro caso significativo es el del 14 de marzo, jornada de elecciones. En este caso, observamos que la variación tonal es muy superior en el informativo del 14 frente al 13 de marzo. El carácter de los datos que se ofrecen este día, resultados electorales, provoca que la intensidad también sea mayor y se remarquen muchas más palabras que el día 13 de marzo. La mayor tensión también provoca que la velocidad de locución sea mayor el día 14 que el día 13. En definitiva, podemos decir que la locución también se produce en consonancia con el carácter de los datos que se transmiten.

Una vez realizadas las consideraciones generales, analizamos con mayor detenimiento en los siguientes apartados los diferentes elementos de la locución, comenzando por la voz para finalizar con la prosodia y pronunciación.

### **3. Resultados de investigaciones sobre la voz**

“La voz es ese material expresivo: plástico, resistente y versátil con el que se configura la estructura central de la radio. Es el hormigón que sustenta la programación, el cemento que une músicas, sonidos y noticias configurando



informaciones; es la escayola que dibuja la forma final, la decoración que embellece o afea la superficie externa de cada idea que salta a las ondas. Pero la voz es, ante todo, un material delicado de uso difícil que exige conocimientos técnicos profundos, entrenamiento y pasión” (RODRÍGUEZ BRAVO, 2003:25).

Existe cierta controversia a la hora de afirmar de manera rotunda que podamos establecer un determinado tipo de voz para los medios audiovisuales. Sin embargo, al consultar la bibliografía, podemos comprobar que existen algunos parámetros en consonancia con las preferencias de la audiencia. De esta manera, en nuestras investigaciones hemos detectado que podemos generalizar algunas características atribuibles a las voces de los medios audiovisuales aplicadas a los informativos. Las vamos a definir en función de las propias cualidades de la voz: tono, timbre e intensidad.

En primer lugar, en cuanto al tono, los estudios relacionados con voz establecen que las más agradables son las que poseen un registro grave. La mayoría de las personas prefieren las voces graves porque ese tono suscita mayores sensaciones de credibilidad, seguridad y confianza. Esto resulta fácil de entender si las comparamos con las agudas, por ejemplo, la de un niño. Por esta razón RODRÍGUEZ BRAVO (1989:257) afirma que “cuanto más sube su tono modulador un locutor hacia los tonos agudos menos atractiva y más inmadura resulta la imagen de sí mismo que está construyendo”. Las voces agudas se asocian con lo infantil y, entonces, con la falta de confianza. Esta es la razón por la que la mayoría de los autores recomiendan emplear el tono grave en los mensajes audiovisuales, especialmente en informativos, donde la credibilidad es una de las cualidades más valoradas. Keith COHLER (1985:182) no deja lugar a dudas: “para los locutores de radio, el registro de voz más apreciado se encuentra en los dos tonos más graves, sea en un hombre o en una mujer. Lo sentimos por los sopranos y los altos pero esto funciona así”. Sin embargo, una afirmación más válida la encontramos en las apreciaciones de RODRÍGUEZ BRAVO, puesto que están basadas en la experimentación.

“El locutor construirá una voz mucho mejor aceptada por los oyentes siempre que procure hablar situándose acústicamente en torno a sus registros más graves. Es decir, siempre que sitúe el tono modulador en la zona más baja de su tesitura. Esta afirmación es válida tanto para las voces masculinas como para las femeninas” (RODRÍGUEZ BRAVO, 1989:258).

Todas estas referencias se encuentran en plena consonancia con las investigaciones que hemos realizado. La conclusión de todas ellas es que las voces más apropiadas para la radio y la televisión son aquellas que poseen un tono de voz grave, debido a las sensaciones de seguridad y credibilidad que suscitan. En concreto, uno de los estudios pedía a la muestra que escogiera las voces que consideraba más agradables para los informativos radiofónicos (RODERO, 2001). Tanto para las voces masculinas como para las femeninas, su preferencia fue hacia las de tono más grave. Su valoración se basa en que son voces más *convincientes, seguras, inteligibles, creíbles,*

*comunicativas, cercanas, directas, acogedoras, suaves, veraces, tranquilas y naturales.* En el extremo contrario se sitúan siempre las voces agudas, a las que se atribuyen estos calificativos: *frías, aburridas, nerviosas, sin autoridad, informales, aniñadas o poco seguras y creíbles.*

Esta consideración resulta válida tanto para las voces masculinas como femeninas, si bien para las masculinas supone una exigencia ineludible. Otro de los estudios realizados sobre el tono de la voz masculina y femenina (RODERO, 2002a) indica que el tono grave resulta determinante en las voces masculinas, pero sólo factor considerable en las femeninas. Al hombre se le exige un tono bastante grave en todos los casos, mientras la mujer puede emplear tonos no sólo graves sino también medios. Esta conclusión se extrae después de comprobar un alto grado de coincidencia a la hora de escoger las voces graves masculinas, mientras que en las femeninas los porcentajes se reparten entre las graves especialmente –aunque en menor medida que los hombres- y, en segundo lugar, las de tono medio. Estos datos pueden explicarse debido a la mayor gravedad natural de las voces masculinas frente a las femeninas.

En la mayoría de los casos, comprobamos en nuestros estudios que las voces con tonos graves suelen ser las habituales en los informativos, tanto en radio como en televisión, por lo que en principio cumplen con esta exigencia previa.

En lo que respecta al timbre de la voz, nuestros estudios indican que los más valorados son aquellos que poseen resonancia, brillantez y claridad, por cuanto se perciben más presentes y, con ello, más seguros. En el polo opuesto, la muestra aborrece las voces con timbres más apagados, las menos resonantes y más oscuras. Estas cualidades son las mismas que RODRÍGUEZ BRAVO (1989:256) destaca en su investigación donde afirma que “esta agradabilidad depende de forma importante de la armonicidad del timbre de la voz y de una actitud del locutor lo bastante tranquila y amistosa para que se consiga un sonido relajado y cálido”.

La cualidad de la intensidad o el volumen de la voz resulta menos determinante en los informativos audiovisuales, por cuanto los locutores cuentan con un micrófono que amplifica el sonido. No obstante, la misma investigación que venimos señalando destaca que deben ser voces con una intensidad enérgica, que transmita seguridad, ni demasiado elevada ni muy baja. En la línea de FERNÁNDEZ ASÍS (1986:291), “la radio es el vehículo intimista por excelencia. No obstante, en muchos países la radio es gritada, como si la audiencia fuera sorda o los informadores creyesen que la persuasión es un problema de volumen”.

Tras analizar los parámetros relativos a la voz, es momento en el siguiente epígrafe de detenernos en los elementos que afectan al manejo de la voz y que son determinantes en la configuración del sentido en el mensaje informativo: la prosodia y la pronunciación.

#### 4. Resultados de investigaciones sobre prosodia y pronunciación

Antes de comenzar a desgranar las investigaciones relativas a la prosodia y la pronunciación, creemos conveniente realizar una apreciación de partida. En todas las investigaciones relacionadas con la locución se entrevé una idea básica: la buena locución es aquella que pasa desapercibida. Puesto que pasa desapercibida, no reclama la atención sobre sí misma, con lo que la audiencia dirige todo su interés hacia el contenido de la información. En definitiva, es aquella que cumple las funciones lingüísticas y, con ello, refuerza el contenido del mensaje. Esta es la misma consideración que refuerza AGUILAR cuando afirma que “es un hecho reconocido desde la oratoria clásica que debe haber coherencia entre el contenido del mensaje y los rasgos prosódicos que se utilizan para expresar dicho contenido, siempre que el hablante quiera transmitir credibilidad” (AGUILAR, 2000:140).

Esta idea resulta fácil de comprender. Cuando la forma es la correcta, pasa inadvertida, ya que se encuentra reforzando y apoyando el contenido. Por tanto, no llama la atención y la audiencia se concentra en el mensaje. En cambio, cuando comienza a incumplir determinadas funciones, se produce un desajuste y entonces forma y contenido van por caminos distintos. Como se provoca una contradicción, las personas quedan sorprendidas, preguntándose por qué ‘ese señor’ habla de esa determinada manera. Por tanto, la primera regla básica consiste en que la locución siempre acompañe al contenido.

A continuación, analizamos las características concretas para el primero de los elementos: la entonación.

##### 4.1. Aplicaciones a la entonación.

La entonación es una de las variables más importantes en la locución por cuanto contiene el sentido del mensaje. Tal es su relevancia entonces que, según la forma que adopta, es habitual que en el oyente ejerza una influencia más poderosa que el mismo contenido.

La entonación se manifiesta siempre en los denominados grupos fónicos o melódicos, es decir, las unidades de sentido oral delimitadas por pausas o por los movimientos tonales. Resulta entonces de especial importancia que, puesto que segmentos de sentido oral, el locutor no divida interiormente los grupos fónicos, si pretende mantener el significado el texto.

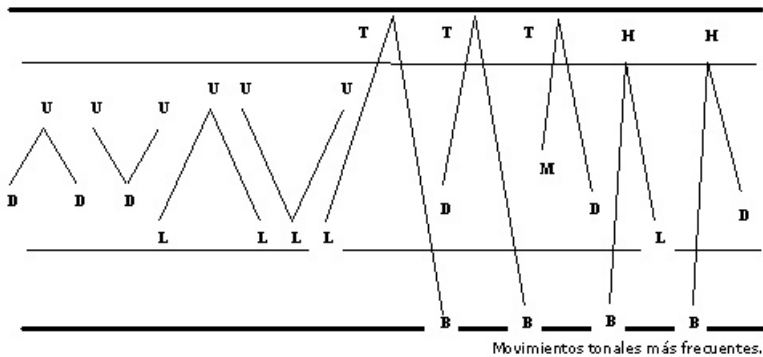
“Ciertas agrupaciones de palabras no admiten la presencia de pausa en su pronunciación. No debe aparecer silencio detrás de una palabra átona, ni entre elementos con un alto grado de cohesión sintáctica y semántica. Sin embargo, en los discursos de los medios de comunicación hallamos numerosos casos en que se viola tal restricción” (AGUILAR, 2000:103)

En efecto, en nuestras investigaciones hemos comprobado esta tendencia de los locutores a romper las unidades melódicas, con lo que el sentido del mensaje queda afectado. En un estudio aplicado a los informativos en televisión (RODERO y CAMPOS,

2005), se ha comprobado que los presentadores rompían como media un veinte por ciento de las unidades melódicas, incluso uniendo aquellas que están divididas por un punto. Esta práctica resulta más grave aún, si tenemos en cuenta que la percepción de la audiencia y, con ello, su comprensión, se basa fundamentalmente en esas unidades fónicas.

“Se ha establecido que los grupos melódicos son de una importancia capital en las fases de percepción y procesamiento de la cadena de sonidos del habla en enunciados, y que el oyente se basa principalmente en estas (y posiblemente en otras) unidades fonológicas para la decodificación del mensaje, y no en la estructura sintáctica de las oraciones” (SOSA, 1999:35).

Pero quizá el defecto más evidente entre los locutores de radio y televisión es el empleo de una entonación circunfleja, que acústicamente produce la denominada ‘cantinela’ de informativos. El defecto consiste en repetir de manera regular una determinada melodía, que se sucede de forma independiente al contenido. Por tanto, las subidas y bajadas de tono se producen a intervalos regulares, independientemente de la palabra que se esté pronunciando en este momento. Como es lógico, si hemos partido de la premisa de que contenido y forma han de ir de la mano, entendemos que esta práctica no tenga ningún sentido. La investigación que hemos aplicado a los informativos en televisión no deja lugar a dudas (RODERO, 2006b). En ella hemos demostrado que la gran mayoría de las combinaciones tonales que emplean los presentadores de informativos en televisión, al comienzo, en el medio y al final de sus frases, presentan una entonación de forma circunfleja, si bien varía el nivel tonal al que se produce. Esta sería la representación de los movimientos tonales más frecuentes, en la que podemos observar que todos ellos poseen una forma circunfleja:



Movimientos tonales más frecuentes.

Fuente: Rodero, Emma (2006): «Analysis of intonation in news presentation on television», en BOTINIS, Antonis: *Experimental Linguistics*. Athens, University of Athens, p. 212.

Contra lo que pudiera parecer, la audiencia es consciente de este defecto y tiende a rechazar esta peculiar manera de entonar las noticias.

“Hay otros casos, como los que se suelen denominar peyorativamente ‘tonillo’, en que el hablante marca indebidamente todos los finales de grupo fónico como ascendentes o con una pauta característica (por ejemplo,

ascendente-descendente), independientemente de su naturaleza. Y esta es la razón de que los oyentes reciban estas variaciones con rechazo: no sirven para identificar el tipo de grupo fónico dentro de su pauta de entonación” (GARRIDO, 1994:188).

De esta manera, en dos de las investigaciones llevadas a cabo sobre la información (RODERO, 2001 y RODERO y ROMERA, 2006), la muestra valoraba de forma negativa esta práctica y la calificaba de: *tipo de entonación que no es seria, cantada, como un pregón, es un cántico, un soniquete, un tonillo, es ridícula*.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es el nivel tonal en el que se expresa el locutor, que debe estar también en consonancia con el tipo de mensaje que se transmite.

“Podría hablarse “en cierto modo, de ‘preplanificación’ tonal en el oyente, durante el proceso de comprensión y en forma de ‘hipótesis’ sucesivas: eso explicaría cómo ya en el comienzo de una entonación enfática, por ejemplo, de sorpresa y alegría, el oyente comparte los gestos de alegría con el hablante, pues en el comienzo de la entonación hay suficiente información entonativa como para que el oyente pueda elaborar su hipótesis y ‘preplanificar’, anticipar su propia audición” (CANTERO, 2002:83).

En este sentido, la falta de concordancia entre el nivel y el tipo de texto se considera como uno de los defectos más graves de la entonación (RODERO, 2001).

En definitiva, el modelo que ha preferido la audiencia en las dos investigaciones referidas ha sido un tipo de entonación más natural, acorde siempre con el contenido del mensaje; por tanto, que cumple con las funciones lingüísticas de este elemento prosódico, ya que favorece la atención y comprensión. De esta manera, modifica los niveles tonales según la función sintáctica, semántica del discurso y por la intención comunicativa del hablante. Esta recomendación es especialmente importante si no se quiere que se produzcan tremendas contradicciones entre la forma y el contenido, que dificulten la asimilación de este último. Pero junto al sentido del mensaje, la entonación aporta al oyente una importante carga afectiva:

“Tiene un valor afectivo intencional. Las variaciones en el tono empleado transmiten un determinado mensaje, señalan las intenciones y el estado de ánimo de quien habla. Por ello, quien escucha presta incluso más atención a las curvas melódicas que al contenido del mensaje. Así, si alguien dice algo amable pero en todo sarcástico, se interpreta negativamente (IRIBARREN, 2005:104).

La entonación nos traslada pues una información estética, en la mayoría de los casos de percepción inconsciente, que resulta clave en el reconocimiento de las emociones y concluyente a la hora de suscitar una determinada impresión en la audiencia; incluso en mayor medida que la propia significación semántica y sintáctica, como pone de manifiesto ASTESANO (1999) en sus estudios.

Por esta razón, en otra de las investigaciones (RODERO, 2005b), hemos comprobado que existen modelos de entonación que para la muestra representan claramente una determinada emoción que trata de sugerirse. En este caso, se trataba de analizar el

empleo y significación de los niveles tonales y los tonemas de la entonación, en un estudio práctico en el que se adscriben determinados patrones tonales a distintas sensaciones, establecidas en dos grandes categorías: emociones positivas y emociones negativas. La principal conclusión es que tanto el tono medio como el contorno melódico se revelan como variables representativas a la hora de expresar las emociones. En las sensaciones que se sirven de niveles graves, el tono medio resulta más relevante que la curva de entonación. En las emociones que se sirven de niveles más agudos, el nivel tonal necesita como complemento del contorno melódico para ser significativo. Por otro lado, las curvas de entonación más valoradas son aquellas que se suceden de forma más natural. En definitiva, aunque el estudio no está aplicado a los informativos, revela que el dominio de la entonación resulta fundamental para generar en el oyente la sensación que el tipo de mensaje debe transmitir.

Una vez puestos de manifiesto los principales problemas en cuanto a la entonación, nos detenemos ahora en otro rasgo prosódico: el acento.

#### 4.2. Aplicaciones al acento.

Entendemos el acento como el énfasis que colocamos en una determinada palabra para revelar su mayor importancia con respecto al resto. De esta manera, ateniéndonos a esta definición, resulta sencillo entender que la acentuación correcta es aquella que destaca sólo las palabras que son determinantes en la comprensión del mensaje. Así lo es, al menos en las investigaciones realizadas (RODERO, 2001 y RODERO y ROMERA, 2006), en las que la muestra la ha valorado como el modelo más adecuado porque dota de sentido al texto. Los sujetos experimentales hablan de: *una acentuación que marca lo importante, da más sentido, es natural y equilibrada, es normal, el locutor acentúa donde debe o pone énfasis en la clave.*

Sin embargo, comprobamos que los locutores suelen emplear un tipo de acentuación alejada de lo natural, marcando excesivas palabras –con la sensación de ‘hablar a golpes’ que ello conlleva-, sobreacentuando algunas de ellas o bien enfatizando aquellas que no aportan significado al mensaje (como pronombres, preposiciones o artículos).

“El español nunca enfatiza palabras funcionales como artículos, preposiciones, posesivos, ordinales, etc., sino que sólo enfatiza con la entonación los nombres y los verbos, es decir, las llamadas palabras de contenido. Tampoco se aplica énfasis a una sílaba átona de una palabra con el fin de contrastarla con otra” (IRIBARREN, 2005:122).

Por tanto, además de incorrecta, esta manera de acentuar produce rechazo en la audiencia, como lo demuestran varios de los estudios realizados (RODERO, 2001 y RODERO y ROMERA, 2006). En ellos se concluye que, después de seleccionar el modelo correcto, la muestra prefiere que no se marque ningún acento a que se realicen demasiados. Por eso, para ellos el peor defecto consiste en acentuar dos veces una misma palabra ya que *no tiene sentido, es exagerado y antinatural.* El siguiente defecto es el modelo que acentúa las palabras vacías de significado porque *marca lo*

que no es relevante, es antinatural y se pierde el sentido. Por último, el otro defecto valorado consiste en marcar demasiadas palabras. La muestra concluye que es exagerado, antinatural y poco equilibrado.

Estos son pues los principales defectos en cuanto al acento. En el siguiente epígrafe nos detenemos a analizar el ritmo.

#### 4.3. Aplicaciones al ritmo.

En este apartado, analizamos la velocidad de lectura y las pausas que los locutores realizan en sus presentaciones. En principio, es evidente que una locución con una velocidad de lectura demasiado rápida y sin apenas pausas afecta de forma negativa a la comprensión del mensaje, mientras que una velocidad lenta y con demasiadas pausas incide de manera negativa en la atención del oyente. Es necesario pues buscar el término medio y, sobre todo, variar el ritmo en función del significado de cada parte del mensaje. En consonancia con esta idea, las pruebas que hemos realizado (RODERO, 2001 y RODERO y ROMERA, 2006) demuestran que la audiencia prefiere este tipo de ritmo porque es *ligero y justo, en el que no se pierde el sentido y se hace comprensible y normal*.

Frente a ello, observamos que los locutores emplean una velocidad de lectura demasiado rápida y sin apenas pausas, que dificulta la comprensión del mensaje y da la sensación de ser atropellada. No debemos olvidar que a partir de las 170 palabras por minuto, comienza a dificultarse la comprensión. Varias son las investigaciones que revelan estos datos. En particular, una de ellas (RODERO, 2007b) se centra en determinar la velocidad empleada en los informativos de radio y de televisión. Los resultados, en cuanto a la media de velocidad de lectura en los informativos de mediodía y noche, fueron los que se muestran en las siguientes tablas:

RADIO	Palabras por minuto			
	SER	COPE	ONDA CERO	RNE
MEDIODIA	209,7	210,3	221,3	<b>200,4</b>
NOCHE	<b>188,5</b>	<b>190,4</b>	<b>206,4</b>	<b>180,0</b>

TELEVISIÓN	Palabras por minuto		
	ANTENA 3	TELE CINCO	TVE
MEDIODIA	190,5	200,6	<b>220,4</b>
NOCHE	<b>172,0</b>	<b>182,9</b>	<b>205,4</b>

La primera conclusión que cabe extraer de este estudio es que todos los locutores hablan a una velocidad demasiado elevada. Todos los espacios analizados, tanto en radio como en televisión, superan esta cifra y se mueven en torno a las 200 palabras por minuto, exceptuando el informativo de noche de Antena 3 Televisión.

“Resulta extremadamente grave que la velocidad de lectura en los informativos sea tan elevada, mucho más que la de otro tipo de mensajes. El carácter conceptual y racional de los informativos y las consecuencias que la información tiene en el conocimiento humano aconsejan precisamente una



velocidad de pronunciación más lenta o al menos similar a la de otros mensajes menos relevantes, en beneficio de la claridad expositiva y, a la postre, de la comprensión” (MERAYO, 2000:114).

En general, las cifras son muy similares tanto en radio como en televisión, aunque quizá podríamos decir que, con alguna excepción, emplean una velocidad de lectura más elevada los de radio frente a los de televisión. Este dato entra en contradicción con la lógica. Puesto que la televisión cuenta con el recurso de la imagen, es más sencillo comprender un mensaje leído de manera rápida.

Si analizamos los datos referentes a la radio, encontramos que es RNE la emisora en la que los locutores leen a una velocidad más lenta en comparación con el resto, tanto en los informativos de mediodía (200 palabras por minuto) como en la noche (180). A esta emisora, le sigue la Cadena Ser con 209 en mediodía y 188 por la noche. Tras la Ser, la Cadena Cope con 210 palabras por minuto en el de mediodía y 190 por la noche. Por último, Onda Cero presenta los valores más elevados, demasiado elevados para la comprensión: 221 en mediodía y 206 por la noche.

En lo que respecta a la televisión, es Antena 3 la emisora en la que los presentadores leen a una velocidad menos elevada: 190 al mediodía y 174 por la noche, seguida de Tele Cinco, 200-mediodía y 182-noche y, por último, TVE, que obtiene los valores más elevados, muy cercanos a los de Onda Cero: 220 en el mediodía y 205 por la noche.

En conjunto, podemos concluir que es Antena 3 la única emisora que se acerca a valores cercanos a la comprensión mientras que en el extremo opuesto se encuentra Onda Cero, aunque seguida muy de cerca por TVE. En definitiva, valores demasiado elevados que inciden directamente en la comprensión de la audiencia.

Una vez analizado el ritmo, nuestro último apartado está dedicado a la pronunciación.

#### 4.4. Aplicaciones a la pronunciación.

Según nuestras investigaciones (RODERO, 2001), la naturalidad es la cualidad más sobresaliente a la hora de valorar una agradable pronunciación. Y junto con la naturalidad, la claridad. Bajo ningún concepto la muestra admite una pronunciación muy remarcada, ya que les resulta *rimbombante y pedante*. Por lo tanto, reclaman siempre la naturalidad y la fluidez en la pronunciación. Pero, al mismo tiempo, reclaman claridad. El mensaje se debe comprender perfectamente. Junto a ello, se exige que sea correcta. En este sentido, hemos demostrado que la audiencia es capaz de detectar errores de pronunciación, que consideran incompatibles con el trabajo profesional de un locutor. Cuando observan incorrecciones, su apreciación es de ser un *mal locutor*.

Es cierto, y todos los manuales lo recogen, que un locutor de informativos debe poseer una clara dicción.

“La fugacidad y la no retornabilidad que caracterizan al mensaje radiofónico evidencian la necesidad que tiene el locutor de expresarse con claridad. La

radio, más que cualquier otro medio, necesita de una pulcritud en cuanto a la dicción acústica se refiere, por lo que se impone un esmerado cuidado de la vocalización y la articulación” (HUERTAS y PERONA, 1999:95).

Sin embargo, en el estudio llevado a cabo sobre pronunciación en los boletines radiofónicos (RODERO, 2002b) nos hemos encontrado con que no siempre es así. Estos locutores cometen una media de cuatro errores de pronunciación por programa informativo. En el análisis de las diferentes emisoras ha sido Radio Nacional de España la que menos defectos de pronunciación comete, seguida de la Cadena Ser, Onda Cero y, en último lugar, la Cadena Cope.

Los errores más comunes que se detectan entre los locutores de boletines son los siguientes, por orden de mayor a menor importancia:

- Modificación de consonantes, especialmente, /d/ por /z/.
- Supresión de vocales cuando la palabra termina en una de ellas y comienza por vocal.
- Tendencia a la supresión de consonantes líquidas cuando forman sinfonos.
- Supresión de la vocal inicial de una palabra cuando la que le precede termina en esa vocal.
- Omisión de las consonantes cuando se repiten.
- Supresión de la /d/.
- Supresión de la /n/.

En definitiva, a la vista de estos datos, podemos concluir que los locutores de boletines informativos, no dominan una parte esencial de la locución, como es la pronunciación. Mientras se supone que deben estar entrenados en este aspecto, cometen una media de cuatro errores por cada programa que emiten, aún cuando en todos los manuales de radio se les exige una dicción perfecta.

## 5. Conclusiones

La locución resulta un factor clave en la transmisión de los datos informativos en los medios audiovisuales, que no siempre se tiene en especial consideración, como hemos venido comprobando en estas páginas:

- Las variaciones en la locución son percibidas de manera clara por los oyentes e influyen en la comprensión del mensaje informativo. Por tanto, la audiencia concede bastante importancia en todo lo referente al manejo de la voz.
- La audiencia valora de manera positiva que la locución sea natural y contenga variaciones, aunque siempre en su justo término. Además, la correcta locución es aquella en que contenido y forma van unidos, para facilitar la comprensión del mensaje. Sin embargo, estas características no son siempre las que encontramos en el mundo profesional.
- La locución puede aprenderse y con un adecuado entrenamiento vocal se pueden eliminar todo tipo de defectos. De esta manera, se observa una importante diferencia entre los locutores entrenados en técnica vocal y expresión –como

por ejemplo los de publicidad y doblaje- con respecto a aquellos que no han recibido formación.

- La locución presenta un importante componente afectivo. Por tanto, el dominio de la voz se convierte en una herramienta esencial a la hora de dotar de la adecuada expresividad a cualquier tipo de mensaje, también al informativo.
- Las voces preferidas por la audiencia son las que tienen un tono grave, un timbre resonante y claro y una intensidad enérgica, ya que resultan más convincentes, seguras, inteligibles, creíbles, comunicativas, cercanas, directas, acogedoras, suaves, veraces, tranquilas y naturales.
- Los principales defectos que se detectan entre los locutores son: en cuanto a entonación, que emplean pocas variaciones tonales y un tipo de entonación circunfleja que repite patrones comunes e incumple todas las funciones lingüísticas de este elemento prosódico. Por lo que respecta al acento, remarcan con demasiado énfasis las palabras, acentúan las menos importantes o sobreacentúan algunas de ellas. En relación con el ritmo, hablan a una velocidad excesiva para la comprensión, con pocas pausas y una atropellada articulación. Por último, en cuanto a la pronunciación cometen omisiones o incorrecciones en la articulación de determinados fonemas.
- Las principales recomendaciones, basadas en la percepción de la audiencia, son: emplear una entonación natural en la que los movimientos tonales se sucedan de acuerdo al contenido del mensaje, acentuar en el texto sólo aquellas palabras que son determinantes en su comprensión, emplear un ritmo que mantenga una velocidad menos elevada y más variada, con más pausas, y poseer una buena dicción.

En definitiva, tras contrastar la bibliografía con los datos analizados sobre la locución en los informativos audiovisuales y la percepción de la audiencia, podemos afirmar que debería existir una mayor formación entre los locutores que garantice una mejora de la locución.

## 6. Referencias bibliográficas

AGUILAR, Lourdes

2000: "La prosodia" en ALCOBA, Santiago: *La expresión oral*. Barcelona, Ariel Practicum, pp. 89-113.

ALMODÓVAR, Pedro

2003: "La voz humana" en GARCÍA, Lidia: *Tu voz, tu sonido*. Madrid, Díaz de Santos.

ASTESANO, C.

1999: *Rythme et discours: invariation et sources de variabilité des phénomènes accentuels en français*. Tesis doctoral, Aix-en-Provence, Université de Provence.

BOLINGER, Dwight

1989: *Intonation and its uses*. Great Britain, Edward Arnold.

CANTERO, Francisco José

2002: *Teoría y Análisis de la Entonación*. Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona.

FERNÁNDEZ DE ASÍS, Victoriano

1986: *Radiotelevisión, información y programas. Las incógnitas de los medios electrónicos*. Madrid, Servicio de Publicaciones del Ente Público RTVE.

GARRIDO, Joaquín

1994: *Idioma e Información. La lengua española de la Comunicación*. Madrid, Síntesis.

GLASS, Lillian

1994: *Cómo expresarse correctamente*. Barcelona, Paidós.

HUERTAS, Amparo y PERONA, Juan José

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

IRIBARREN, Mary C.

2005: *Fonética y Fonologías Españolas*. Madrid, Síntesis.

JIMÉNEZ, Silvia

2006: *La creatividad en el proceso de elaboración de informativos radiofónicos*. Salamanca, Tesis Doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca.

KEITH COHLER, David

1985: *Broadcast Journalism. A guide for the presentation of radio and television news*. New Jersey, Prentice-Hall.

KNAPP, Mark L.

1982: *La comunicación no verbal*. Barcelona, Paidós.

LUQUE, Susana y ALCOBA, Santiago

1999: “Comunicación oral y oralización” en ALCOBA, Santiago: *La oralización*. Barcelona, Ariel Practicum, pp. 15-44.

MERAYO, Arturo

2000: *Para entender la radio: Estructura del proceso informativo radiofónico*. Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

RODERO ANTÓN, Emma

2001: “Los principales errores que debe evitar todo locutor de informativos radiofónicos: un estudio práctico”, en MARTÍNEZ COSTA, Pilar (ed.): *Reinventar la Radio*. Pamplona, Ediciones Eunat, pp. 307-315.

2002a: “El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo”, en *Mujeres, Hombres y Medios de*

- Comunicación*, Valladolid, Junta de Castilla y León, Tomo II, pp. 319-331.
- 2002b: “La pronunciación como variable determinante en la comprensión de los mensajes audiovisuales: Principales errores entre los locutores de radio y televisión”, en *Encuentro Nacional sobre el español en los medios de comunicación*, Salamanca, mayo.
- 2003: *Locución Radiofónica*. Madrid, IORTV.
- 2005a: “La voz de los políticos: Análisis comparativo entre la expresión de José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy”, en *Revista Zer*, 18, Pamplona, pp. 83-104.
- 2005b: “Sensaciones tonales: empleo y significación de los niveles y tonemas en la entonación”, en *Actas del II Congreso da Sociedade de Acústica Forense. A importancia da fonetica no desenvolvemento da cultura e da sociedade no século XXI*. Santiago de Compostela, Facultad de Filología de la Universidad de Santiago de Compostela, octubre.
- 2006a: “La técnica vocal en locutores entrenados”. Texto inédito.
- 2006b: “Analysis of intonation in news presentation on television”, en BOTINIS, Antonis: *Experimental Linguistics*. Athens, University of Athens, pp. 209-213.
- 2007a: “Análisis de la locución en los informativos de la Cadena Ser durante los atentados del 11 de marzo de 2004”. Texto inédito.
- 2007b: “La velocidad de lectura en los informativos principales de radio y televisión”. Texto inédito.
- RODERO, Emma y CAMPOS, Gloria  
2005: “Las voces de los presentadores de informativos en televisión”, en *Revista Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, Sevilla, 25, noviembre.
- RODERO, Emma y ROMERA, Celia  
2006: “Análisis comparativo de la locución en informativos reales y propuestos en radio”. Texto inédito.
- RODRIGUEZ BRAVO, Ángel  
1989: *La construcción de una voz radiofónica*. Barcelona, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- RODRIGUEZ BRAVO, Ángel  
2003: “La voz”, en RODERO, Emma: *Locución Radiofónica*. Madrid, IORTV, p. 25.
- SOSA, José Manuel  
1999: *La entonación del español. Su estructura fónica, variabilidad y dialectología*. Madrid, Cátedra Lingüística.