

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN



EL PROCESO DE COMPRENSIÓN AUDITIVA.
ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS APLICABLES
A LOS BOLETINES HORARIOS.

TESIS DOCTORAL

AURORA PÉREZ MAÍLLO

Directores:

Dra. D.^a EMMA RODERO ANTÓN

Dr. D. ARTURO MERAYO PÉREZ

2005

A Javier, a Claudia y a mis padres por su amor.

A mis amigos por estar siempre a mi lado.

A Emma por su dedicación y amistad.

INTRODUCCIÓN	4
1. Motivaciones personales	4
2. Justificación de la investigación	6
3. Objetivos	8
4. Metodología	10
5. Contenido	11
6. Futuras líneas de investigación	14
7. Agradecimientos	14
CONTEXTO. La comprensión auditiva como rasgo esencial de la comunicación radiofónica	18
CAPÍTULO I. EL PROCESO DE COMPRENSIÓN AUDITIVA	30
1. Acotación del concepto	30
2. El proceso de comprensión auditiva	33
2.1. El estímulo sonoro	45
2.1.1. El sonido, la fuente sonora y el objeto sonoro	48
2.1.2. Cualidades del sonido	50
2.2. Fases de procesamiento y habilidades de la comprensión auditiva ...	52
2.2.1. El proceso periférico: la audición	52
2.2.2. Habilidades de decodificación	59
2.2.3. El proceso central: la escucha	68
2.2.4. El proceso lingüístico: la comprensión	73
2.3. Procesos superiores: la atención y la memoria	99
2.3.1. La atención	99
2.3.2. La memoria	119
CAPÍTULO II. EL MENSAJE INFORMATIVO RADIOFÓNICO	146
1. La información en la radio	146
2. Los programas informativos	165
a) Flash informativo	171
b) <i>Avance o boletín resumen</i>	172
c) Servicio principal de noticias, diario hablado o radiodiario	173
d) Informativo especial o monográfico	178
e) Informativo especializado	180

3. El boletín horario	180
3.1. Definición	180
3.2. Características	188
a) Periodicidad	188
b) Duración	194
c) Géneros	197
d) Estructura	205

CAPÍTULO III. LA COMPRESIÓN AUDITIVA EN EL BOLETÍN RADIOFÓNICO 221

1. La comprensión del oyente radiofónico	222
2. La necesidad de establecer estrategias comunicativas	233
3. Estrategias comunicativas derivadas del proceso de comprensión auditiva	239
4. Aplicación de estrategias comunicativas a la comprensión del boletín radiofónico	253
4.1. La estrategia de coherencia en el boletín horario	253
4.1.1. Coherencia externa: la estructura y presentación del boletín horario	256
4.1.2. Coherencia interna: la estructura de los géneros informativos y los documentos sonoros	278
4.2. La estrategia de cohesión en el boletín horario	306
4.2.1. La cohesión externa: las transiciones entre informaciones contiguas	307
4.2.2. La cohesión interna: la unión entre oraciones contiguas	324
4.3. La estrategia de adecuación en el boletín horario	360
4.3.1. La adecuación externa: la sintaxis	366
4.3.2. La adecuación interna: el léxico	390

CAPÍTULO IV. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA: CONTRASTE ENTRE DOS MODELOS DE BOLETÍN HORARIO 403

1. Introducción	403
1.1. Presentación de la prueba	403
1.2. Revisión bibliográfica	405
1.3. Hipótesis de trabajo	406

2. Método de la investigación	407
2.1. La constitución del corpus de la prueba	408
2.2. La obtención del corpus	420
2.3. La selección de la muestra	421
2.4. El cuestionario de la prueba	423
2.5. La realización de la prueba	430
3. Resultados	432
3.1. Índices de comprensión global	433
a) Índice de comprensión global: total de aciertos	435
b) Índice de comprensión global: total de errores	438
c) Índice de comprensión global: total de "no contesta"	439
d) Índice de comprensión global: A-(E/3)	440
3.2. Índices de comprensión de cada una de las noticias	442
3.3. Índices de comprensión por preguntas	462
4. Conclusiones	469
4.1. Conclusiones sobre los índices de comprensión global	470
4.2. Conclusiones sobre los índices de comprensión de cada una de las noticias	472
4.3. Conclusiones sobre los índices de comprensión por preguntas	474
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES	476
BIBLIOGRAFÍA	489
ANEXO	501

INTRODUCCIÓN.

1. Motivaciones personales.

Cuando determiné el objeto de estudio de esta tesis doctoral, tenía claros dos aspectos: primero, que el tema debía estar vinculado a la radio —un medio que me apasiona— y, segundo, que debía tener una aplicación práctica y útil en el ámbito de mi profesión, la enseñanza del medio radiofónico.

Una vez tomada esta decisión, me situé en el día a día de las clases de producción de programas informativos y comprobé cómo muchas de las cuestiones que planteaban los alumnos a la hora de elaborar un programa de radio demandaban respuestas difíciles de contestar desde la única perspectiva de la comunicación radiofónica.

La mayoría de estas preguntas se referían al modo en que estos alumnos debían redactar para la radio. Poco a poco me fui dando cuenta de que, en el fondo, todas ellas tenían que ver con el modo de comprensión del mensaje radiofónico, determinante para su correcta elaboración. Por tanto, la raíz de las explicaciones debía sustentarse en la propia percepción de la audiencia.

Pocas respuestas encontré a estas cuestiones en los manuales de radio y casi todas similares. En la búsqueda de respuestas convincentes, surgió la necesidad de acudir a otras disciplinas como la psicología, la psicoacústica o la lingüística. Como cabía esperar, en la

mayoría de los casos, no encontré una aplicación directa al medio radiofónico. La investigación requería entonces un planteamiento interdisciplinar, de forma que aunara en un mismo estudio fuentes procedentes de distintas ciencias. Éste fue pues el punto de partida de mi tesis doctoral.

El siguiente paso consistió en delimitar aún más el objeto de estudio. De nuevo pensé en las lagunas bibliográficas que antes mencionaba, en las clases de radio, en las preguntas de los alumnos y reflexioné sobre la conveniencia de investigar sobre el “hermano pobre” del proceso comunicativo radiofónico: el oyente y, más en concreto, sobre los procesos psicológicos que intervienen durante el proceso de recepción de un mensaje radiofónico. La decisión no fue casual, estaba convencida de que un acercamiento al comportamiento perceptivo de la audiencia radiofónica podría aportar nuevos puntos de vista y nuevos elementos que ayudaran al comunicador a elaborar mensajes adaptados a la atención y comprensión del oyente radiofónico.

De todos es sabido, que la percepción radiofónica está sometida a ciertos condicionamientos físicos y psicológicos que dificultan en un alto grado la comprensión del mensaje. Por eso, el comunicador radiofónico debe volcar todos sus esfuerzos en facilitar este proceso si realmente desea que le escuchen. Sólo si se alcanza la comprensión se puede concluir que la comunicación se ha establecido en sentido pleno. Por todo ello, la tesis debía abordar el estudio del proceso comprensión auditiva como base para llevar a cabo la caracterización psicológica de un “oyente-tipo” que intenta comprender un mensaje sonoro.

En segundo lugar, había que delimitar el mensaje sonoro objeto de comprensión. Por mi formación y mi ámbito docente, acoté el ámbito de aplicación en el mensaje informativo y, más en concreto, en el programa informativo radiofónico por excelencia: el boletín radiofónico.

No podemos olvidar que el boletín horario es el programa más extendido en la radio de todo el mundo, es el más antiguo desde el punto de vista informativo, es el que mejor se adapta a las características de la radio, en el que la personalidad del emisor queda más diluida que en otros programas —lo que permite suponer que la atención que se presta al mensaje no tiene tanta relación con el conocimiento que se tiene del periodista—, tampoco se somete a la improvisación sino que previamente se escribe, —lo que nos hace pensar que el proceso de elaboración textual es más ponderado— y, por último, resulta la fórmula más pura de información en la que no tienen cabida otros géneros que no sean informativos.

Estas fueron entonces las razones que me llevaron a emprender una investigación sobre la comprensión auditiva aplicada después al boletín informativo radiofónico.

2. Justificación de la investigación.

La necesidad de plantear un estudio de este tipo se deriva de dos razones fundamentales: la escasez de investigaciones sobre este ámbito aplicadas al medio radiofónico y el papel fundamental de la comprensión como determinante de todo el proceso comunicativo.

En primer lugar, después de realizar una extensa revisión por las fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas relacionadas con nuestro objeto de estudio, hemos comprobado que existen pocas investigaciones sobre la comprensión del oyente aplicadas a la radio y, en concreto, al boletín informativo. Podemos encontrar algunas referencias en los manuales de radio pero basadas más en las características del medio que en las condiciones perceptivas de la audiencia. Gran parte de ellas, además, son de carácter intuitivo sin sustento teórico.

Por otro lado, la mayor parte de los trabajos de investigación en psicología perceptiva se ocupan principalmente de la percepción visual, tratando de un modo secundario la audición. Resultan entonces bastantes escasos los estudios interdisciplinarios y específicos sobre la comprensión de la información radiofónica.

La segunda de las razones que justifica esta investigación tiene que ver con la relevancia que concedemos a la comprensión del oyente como objetivo fundamental en el proceso comunicativo radiofónico. Sólo cuando se logra la comprensión del mensaje por parte de la audiencia es cuando podemos afirmar que se ha cerrado con éxito el proceso de la comunicación, es decir, hemos alcanzado nuestro propósito. Todo intercambio comunicativo radiofónico debería siempre manifestarse en el proceso de recepción con la comprensión auditiva por parte del oyente. Esto implica concebir al destinatario no sólo como el elemento clave de este proceso sino como un sujeto activo que participa plenamente, condicionando el significado y el sentido de la comunicación radiofónica.

Si el receptor es el condicionante, el emisor es la figura en quien recae la responsabilidad de elaborar un mensaje adecuado a la audiencia a la que se dirige. Esto significa que la comprensión no sólo depende de las condiciones de recepción del destinatario sino de la habilidad del propio emisor en la construcción de su mensaje. Por tanto, consideramos que el comunicador debe plantear una serie de estrategias comunicativas que se adapten, por un lado, a las condiciones perceptivas del oyente y, por otro, a los condicionamientos expresivos del canal radiofónico. Encontrar estas estrategias comunicativas constituirá entonces el principal objetivo de esta investigación.

3. Objetivos.

El objetivo general de la tesis consiste entonces en determinar los elementos que favorecen la comprensión auditiva del oyente radiofónico en el boletín informativo. De este objetivo general, se extraen otros específicos:

- Reivindicar el papel determinante del oyente en el proceso de comunicación radiofónica como elemento que ayuda a configurar un mensaje comprensible.
- Explicar en qué medida la comprensión de la información es el principio básico de una comunicación radiofónica eficaz.
- Demostrar que, además de los condicionamientos que impone el canal radiofónico, también los procesos psicológicos que

intervienen en el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva condicionan la elaboración de los mensajes radiofónicos.

- Estudiar los procesos psicológicos que intervienen en el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva para derivar de ellos las estrategias comunicativas que debe aplicar el comunicador radiofónico en la elaboración del boletín informativo.
- Formular esas estrategias comunicativas desde un punto de vista interdisciplinar tomando fuentes desde distintas ciencias.
- Medir, a través de un estudio de laboratorio, la diferencia de comprensión que existe entre un boletín horario sometido a la aplicación de estrategias comunicativas y otro que no las sigue.

De esta manera, la tesis que aquí se presenta se ha orientado a partir de las siguientes hipótesis:

Hipótesis teórica general.

- Las estrategias comunicativas, derivadas del ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva y de los condicionamientos expresivos del canal radiofónico, favorecen la comprensión del mensaje radiofónico.

Hipótesis teóricas derivadas.

- Las condiciones de recepción y perceptivas del oyente y las características expresivas del medio radiofónico son determinantes en la elaboración de mensajes radiofónicos comprensibles.
- La aplicación de las estrategias comunicativas de coherencia, cohesión y adecuación, consecuencia de ambos condicionantes, facilitan la comprensión de los boletines horarios.

4. Metodología.

Para elaborar el estudio teórico de esta tesis se ha empleado un procedimiento descriptivo y lógico-deductivo que ha servido para recopilar y sistematizar diversas teorías y estudios procedentes de distintas disciplinas —principalmente la psicolingüística y la comunicación radiofónica— a partir de las cuales se han formulado las estrategias comunicativas encaminadas a favorecer la comprensión de los boletines horarios.

Posteriormente, se ha comprobado la eficacia de combinar dichas variables, a través de un diseño experimental *pos-test* en el que se han aplicado técnicas de análisis con significación estadística.

Para cumplir el objetivo de nuestro trabajo, hemos revisado y tenido en cuenta los experimentos, leyes y teorías más relevantes

procedentes de la comunicación radiofónica, la psicolingüística, la psicoacústica, la fonología y la gramática.

También nos han sido de gran utilidad los **libros de estilo** de las diferentes emisoras de radio españolas, así como las conversaciones mantenidas con **periodistas** que trabajan diariamente en redacciones de informativos elaborando boletines horarios. Ellos han aportado el punto de vista de quienes construyen a diario la información radiofónica.

Además, hemos realizado un profundo **seguimiento de los boletines** que se emiten hoy en día en las cadenas de radio españolas con el fin de aportar e ilustrar la teoría con ejemplos del mundo profesional.

5. Contenido.

La tesis consta de cuatro grandes capítulos. En líneas generales, éstos son los pasos que hemos seguido para estructurar el presente trabajo:

En primer lugar se elabora un **contexto** donde se centra el tema de la tesis y se explican las razones que evidencian la importancia de la comprensión auditiva como condición esencial de una comunicación radiofónica eficaz.

En el primer capítulo, **la comprensión auditiva**, se explica con detalle cómo funciona el ciclo de procesamiento de la comprensión

auditiva. Para ello, se acota el concepto de comprensión y se describen cada uno de sus elementos, fases, procesos y habilidades que intervienen en el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva. Se estudia entonces el *estímulo sonoro*, las fases de procesamiento —*audición, escucha y comprensión*—, las habilidades de descodificación —*la detección, el reconocimiento, la selección, la interpretación, la anticipación, la inferencia y la retención*, y los procesos superiores que ponen en marcha el ciclo —*atención y memoria*—. Todo esto, nos permite elaborar una primera aproximación de lo que podría ser la caracterización psicológica o el comportamiento auditivo de un “oyente-tipo” que intenta comprender un mensaje sonoro. Precisamente éste es el punto del que debe partir el comunicador radiofónico, si quiere que sus mensajes sean comprendidos por el receptor.

En el segundo capítulo, **el mensaje informativo radiofónico**, se realiza un rápido recorrido por las características de la información radiofónica, las peculiaridades del mensaje derivadas de los condicionamientos técnicos del canal radiofónico y la tipología de programas informativos en la radio, que desembocan en la definición y características del boletín radiofónico. Este capítulo nos ayuda a entender las peculiaridades informativas del medio necesarias para adaptar los mensajes al canal en que se transmiten.

El tercer capítulo, **la comprensión auditiva en el boletín radiofónico**, realiza una caracterización del tipo de escucha al que se somete el oyente radiofónico, para después definir y determinar cada una de las estrategias comunicativas —*coherencia, cohesión y adecuación*— que deberá emplear el comunicador a la hora de

elaborar un boletín informativo de fácil comprensión para la audiencia. En este apartado, se pone de relieve la necesidad de concebir el boletín horario en función de las características que determinan la conducta perceptiva de los oyentes pero también de los condicionamientos informativos del canal radiofónico. Por eso, en este punto confluyen ambas consideraciones y se explica, de forma muy detallada, cómo debe construirse el boletín radiofónico en función de estos dos condicionantes.

En el cuarto capítulo, **investigación empírica: contraste entre dos modelos de boletín horario**, se someten a prueba las estrategias comunicativas derivadas del ciclo de procesamiento de comprensión auditiva aplicadas en la construcción de un boletín horario. Mediante una prueba de laboratorio, se comparan las diferencias significativas, en términos de comprensión, que obtienen dos grupos después de escuchar dos modelos de boletín distintos —uno de ellos elaborado en función de las estrategias comunicativas propuestas y el otro no—. Con los resultados que aporte el análisis estadístico de estos datos se intenta mostrar la eficacia de las estrategias comunicativas a partir de las cuáles se ha construido el boletín de referencia.

En este capítulo se aportan, entre otros, los detalles del diseño de la prueba, la constitución del corpus de la prueba, la selección de la muestra, los guiones de los dos modelos de boletín horario sometidos a la prueba, los cuestionarios y los resultados obtenidos que pretenden dar respuesta a la hipótesis empírica y aportar, cuanto menos, nuevos puntos de partida para la reflexión.

El trabajo de investigación se completa con las **conclusiones generales**, las **fuentes** consultadas y un **anexo** donde se detallan las tablas con los resultados estadísticos de alguna de las mediciones efectuadas en la investigación empírica.

6. Futuras líneas de investigación.

Este trabajo constituye sólo un primer paso para la investigación de la comprensión de la información radiofónica de actualidad. Pero el estudio también apunta futuras líneas de investigación:

Sería conveniente profundizar en el estudio del comunicador que trabaja hoy en día en las redacciones de informativos para conocer cómo se enfrenta ante la construcción de los programas informativos, cuáles son sus objetivos o, por ejemplo, para conocer cuáles son los recursos que emplea para mejorar la comprensión de los mensajes que elabora.

Igualmente sería apropiado realizar, en un futuro, un análisis de contenido de los boletines horarios de la radio actual para examinar si se aplican o no estrategias comunicativas de cara a una mayor comprensión de la audiencia.

7. Agradecimientos.

Siempre he considerado fascinante el hecho de que un programa de radio pueda congrega a tanta gente. Algo similar ocurre con las tesis. Aunque se trata de un trabajo que aparentemente se

realiza en soledad, al final, resulta impregnado de múltiples aportaciones personales y profesionales, y lo que es más curioso, su proceso de elaboración va unido paralelamente a la vida del autor. Así, cualquier doctorando sabe que, aparte de ser un trabajo de investigación, la tesis se asemeja a un diario cuyo significado sólo puede ser interpretado en la mente de su escritor. Me explico: los lectores de este trabajo pueden conocer únicamente aquello que está impreso sin embargo, en cada capítulo, en cada página o en cada párrafo se esconden momentos cruciales de la vida del autor, al menos, así ocurre con la autora de esta tesis.

Las páginas que vienen a continuación suponen, por tanto, el resultado de años de esfuerzo y renuncia, y bien es cierto, que aunque la tesis proporciona grandes satisfacciones, su elaboración no ha sido un camino fácil ni para su autora ni para los que la han rodeado. Por eso, es justo hacer constar mis más sinceros agradecimientos a todas aquellas personas, que de una u otra forma, han colaborado en este proyecto.

En primer lugar quiero dar las gracias a Emma Rodero por animarme personal y académicamente, por regalarme su tiempo y porque sin su dedicación y sin su apoyo hubiera sido imposible la conclusión de este trabajo. Gracias, Emma, por dar “coherencia, cohesión y adecuación” a esta tesis cuando más lo necesitaba. Muchas gracias también a Arturo Merayo, quien me ayudó a poner en marcha el trabajo que aquí se presenta, sus consejos y aportaciones han resultado fundamentales a lo largo de esta investigación. Gracias, Arturo, por tu paciencia y cariño durante todos estos años.

También quisiera hacer expreso mi agradecimiento a todos los amigos, compañeros y profesores de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca con los que he compartido inquietudes y preocupaciones. En especial a los docentes de las asignaturas relacionadas con el mundo de la radio: a Emma Rodero, a Alejandro Salgado y a Gloria Campos por prestarme sus voces para la realización del experimento, a mis compañeras y amigas Ana Tamarit y Chelo Sánchez por estar siempre a mi lado, gracias, amigas.

Mi agradecimiento también a José David Urchaga por sus nociones de estadística y consejos metodológicos y, sobre todo, por su paciencia, disposición y por su implicación en este trabajo.

Tampoco sería justo olvidar en este espacio de agradecimientos a los alumnos de segundo curso de la promoción 2002/03 de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca por prestarse con gran cordialidad a la realización del experimento que presentamos en este trabajo. Igualmente me gustaría dedicar un agradecimiento muy sincero a los periodistas anónimos que realizan boletines informativos y con quienes he tenido la oportunidad de contrastar opiniones sobre el tema que tratamos en este trabajo; sus testimonios aportan la visión de quienes, día a día, construyen realmente el lenguaje radiofónico.

Gracias especialmente a lo más importante de mi vida: mi familia. A mis padres, por creer en mí ciega e infinitamente y por hacerme sentir su amor desde la distancia. A mi único y querido

hermano, Juan Luis, a Nuria, a Juan, a Andrés y a Carmen. A Javier — mi marido— por su amor, su respeto, su ánimo, su paciencia y por ayudarme a conseguir lo que me parecía imposible. Y gracias a mi hija Claudia, testigo de excepción de este trabajo; gracias por ayudarme, sin saberlo, a concluir esta tesis.

 Mi más sincero agradecimiento a todos vosotros, por estar ahí siempre que os necesito. Gracias infinitas.

CONTEXTO.

La comprensión auditiva como condición esencial de la comunicación radiofónica.

En sentido general, la comunicación se concibe como el proceso de transmisión de un mensaje a través de un determinado canal en el que un emisor lo codifica y envía a un receptor que lo descodifica e interpreta. Aplicando este sencillo esquema a la comunicación radiofónica, el proceso se entiende como la transmisión de un mensaje sonoro a través del canal radiofónico en el que un comunicador-locutor lo codifica y envía a un receptor-oyente que lo descodifica e interpreta.

Según este planteamiento, el proceso comunicativo nunca se cierra hasta que no alcanza el último estadio en la fase de recepción. Se trata entonces del momento más importante en el intercambio comunicativo por cuanto es el instante en que el emisor y el receptor establecen contacto. Ahora bien, no se trata de una mera recepción de datos sino que el objetivo último debe ser la comprensión del mensaje por parte del receptor. En el caso de la comunicación radiofónica, esta comprensión es estrictamente auditiva debido a que el canal se basa únicamente en la transmisión de sonido. Sólo entonces, si se cumple este objetivo, es cuando el proceso comunicativo cobra sentido pleno. No olvidemos que

toda comunicación se realiza siempre con la intención de suscitar una respuesta. Así, cuando tratamos de establecer contacto comunicativo con un receptor mantenemos una pretensión. Por eso, toda comunicación está determinada por un propósito. Esa pretensión, objetivo o propósito exige, como condición *sine qua non*, la comprensión del mensaje por parte del receptor, como requisito imprescindible en cualquier establecimiento de comunicación. En conclusión, todo intercambio comunicativo radiofónico debería siempre manifestarse en el proceso de recepción con la comprensión auditiva por parte del oyente.

Lo que tengo muy claro es que si el oyente no nos entiende, nuestro trabajo no sirve para nada. Aunque el ejercicio es difícil, procuramos no contar las noticias hasta que nosotros mismos las hayamos entendido. Cuando enviamos a un periodista a cubrir un acto informativo, por ejemplo, le exigimos primero que sea capaz de enterarse de qué ha sucedido y, segundo, que sea capaz de traducir el lenguaje común de la calle aquello sobre lo que se ha estado hablando en ese acto, seguramente con un lenguaje distinto y más complejo. No tiene sentido hablar con gran precisión y propiedad si, a la vez, somos incapaces de hacer que la audiencia se entere de las cosas¹.

Según esta idea, la comunicación se mantiene así vinculada necesariamente a un individuo receptor que determina el cumplimiento del propósito comunicativo. Cuando el oyente escucha, se convierte en un

¹ SÁNCHEZ VICENTE, Consuelo, cit. en BALSEBRE, Armand: *La credibilidad de la radio informativa*, Feed-Back, Barcelona, 1994, pp. 73-74.

elemento dinámico que participa en el proceso de comunicación, determinando las condiciones de recepción e interpretando y asimilando el contenido del mensaje. Por eso, concebimos al destinatario no sólo como el elemento clave de este proceso sino como un sujeto activo que participa plenamente, condicionando el significado y el sentido de la comunicación radiofónica. Es la misma idea que destaca Eco cuando afirma que “el receptor se halla, pues, ante un mensaje, comprometido en un acto de interpretación que consiste esencialmente en una descodificación”². De la misma manera, Balsebre, afirma que es preciso considerar al oyente “como el elemento en la cadena significativa que asigna significado al mensaje sonoro en el proceso interactivo de la comunicación radiofónica”³.

Así, en primer lugar, el oyente guarda plena capacidad de decisión sobre las condiciones de la escucha. Él es quien decide dónde, cómo, cuándo y a quién quiere escuchar. Pero, además, en segundo lugar, la interpretación del mensaje que realiza se convierte en un proceso subjetivo que depende de sus distintas habilidades e intereses. Así lo pone de manifiesto Orozco con un ejemplo aplicable a la radio:

Cuando la audiencia interacciona con la televisión lo hace a partir de sus esquemas mentales y sus repertorios. Es en este sentido

² ECO, Humberto: *Apocalípticos e integrados*. Lumen, Barcelona, 1981, p. 110.

³ BALSEBRE, Armand: *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1994, p. 26.

que ninguna audiencia se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco aunque tampoco se llena arbitraria o espontáneamente⁴.

Por eso, el oyente ejerce un papel esencial en el proceso comunicativo. Primero porque para escuchar los mensajes tiene que prestar atención y, segundo, porque ha de interpretarlos. En este sentido, la semiótica postestructuralista, que centra sus estudios en la relación texto-receptor⁵, coincide con la perspectiva relativista que considera al oyente como un sujeto activo capaz de dotar de sentido al mensaje:

El mensaje no se impone por sí sólo porque el receptor de entrada se resiste y proyecta simétricamente sus propias formas y contenidos culturales; el receptor alimenta la comunicación que recibe con su propia experiencia acumulada. Desde este punto de vista, el receptor está concebido como un actor de la comunicación, de tal suerte que el mensaje finalmente transmitido e interiorizado está en función de su propio contenido y de la actividad del receptor⁶.

⁴ Cit. en GUINSBERG, Enrique: "¿Qué buscan los receptores? Una perspectiva psicológica y psicoanalítica", *Telos*, Fundesco, Madrid, nº 48, diciembre 1996-febrero 1997, p. 31.

⁵ Sobre las aportaciones al debate en torno a los efectos cognitivos de la comunicación social y, en concreto, de la relación *texto-receptor* pueden citarse los trabajos de autores como: Morley (1989 y 1994), Olle Findhal y Birgitta Hoijer (1981,1985), Barrie Gunter (1980,1981,1987), Doris Graber (1990), John P. Robinson y Mark Levy (1986) y Hans Bern Brosius (1991). Cit. en VV.AA.: *Manual de prácticas de redacción periodística. La noticia*. UPSA, Salamanca, 2000, p. 14.

⁶ BLANCH, Margarita: *Cómo se miden las audiencias en radio*. CIMS, Barcelona, 1998, pp. 41-42.

Pero, también, autores como Rodríguez Bravo avanzan aún más en esta línea y reconocen que el oyente, además de interpretar lo que escucha, es capaz de recomponer formas sonoras nuevas:

El receptor, el oyente, parte del dominio profundo de sus propios automatismos perceptivos y de la acumulación de una larga experiencia vital en asociar formas sonoras y sentido, para conducir activamente su propia escucha. El oyente decide activamente en cada ocasión cómo debe oír y luego interpreta lo que oye para darle sentido. Pero este sentido no tiene por qué estar en repertorios prefijados, puede ser un sentido nuevo: modificado, recompuesto, o recién descubierto⁷.

Así pues, debemos ser conscientes de que los mensajes radiofónicos serán recogidos por un receptor que los oír, los escuchará, los percibirá, los asumirá y, en definitiva, los dotará de significado. Sólo en esa última fase, el oyente podrá determinar la utilidad de ese intercambio comunicativo, es decir, sólo cuando alcance a comprender el mensaje radiofónico comenzará a utilizar esa información dependiendo de sus intereses. "El servicio, por tanto, hay que enclavarlo en áreas más amplias que la de la inmediata satisfacción. Servicio es utilidad, pero la utilidad es subjetiva, ni se mide, ni se pesa"⁸.

⁷ RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós, Barcelona, 1998, p. 198.

⁸ DÍEZHANDINO NIETO, M^a Pilar: *Periodismo de servicio: la utilidad como complemento informativo en Time, Newsweek y U.S. News and World Report, y unos apuntes del caso español*. Bosch, Barcelona, 1994, p. 84.

El mensaje, una vez comprendido puede llegar a ser utilizado, no importa cuándo, ni cómo; quizá simplemente la información sirva únicamente para que el oyente reflexione sobre lo que le han dicho; si es así, la comunicación ya sirve para algo, ya presenta una utilidad.

De todo ello se deduce entonces que no es suficiente con que el emisor radiofónico se limite a lanzar información: el mensaje tiene que ser recibido y los contenidos tienen que ser, no sólo entendidos, sino también aceptados e incorporados a la vida diaria del receptor. En definitiva, se trata de hacer de la comunicación habitual un instrumento útil para la vida del oyente. Es justamente lo que Pilar Díezhandino señala cuando define el “periodismo de servicio” como aquel que aborda la información con un objetivo añadido al de la simple difusión. Ese objetivo es que se puedan extraer de ella efectos útiles para el receptor:

(...) Información, ofrecida oportunamente, que pretende ser del interés personal del lector-oyente-espectador; que no se limita a informar sobre sino para; que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor, psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y el alcance de esa utilidad. La información cuya meta deja de ser ofrecer datos circunscritos al acontecimiento, para ofrecer respuestas y orientación⁹.

⁹ *Ibidem*, p. 89.

La comunicación, en general, y la radiofónica, en particular, necesitan cumplir con su fin último, que es el de proporcionar a los ciudadanos su derecho a estar informados, a conocer su entorno social y a compartirlo por medio de mensajes comprensibles. Se trata, en última instancia, de sumarnos al pensamiento de que la comunicación, y dentro de ella la información, no son fines en sí mismos:

La causa final de la información es la relación interpersonal entre informador y el informado para el mejoramiento cultural y del entorno y, por tanto, para el mayor progreso humano en cuanto avance y perfección y no como fin en sí mismo¹⁰.

Igualmente, reconocer la importancia de la utilidad de la comunicación refuerza la idea de que existe un destinatario que es activo:

Un nuevo, en fin, estilo periodístico que implique no sólo lo que apuntaron a comienzos de los ochenta Dennis e Ismach, el paso del "newspaper" al "userpaper", sino a la definitiva consideración de la utilidad de la información y el conocimiento. Un periodismo que parta sin ambages, de la consideración del lector como consumidor, del suyo como un producto y un bien que pueda usarse y conservarse, según la circunstancia. Un periodismo para el que pueda quedar lejana la idea del lector pasivo, extraño, sin nombre y apellido¹¹.

¹⁰ BRAJNOVIC, Luka: *El ámbito científico de la información*. Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1991, pp. 57-58.

¹¹ DÍEZHANDINO, M^a Pilar: *Op. cit.*, pp. 45-46.

Por tanto, plantear la comunicación radiofónica de forma comprensible, no sólo cumple con la pretensión última del proceso comunicativo sino que supone proporcionar al oyente la posibilidad de que pueda utilizarla en algún momento, lo cual la convierte en última instancia en uno de los reclamos con que cuenta el emisor para llegar a la mayor parte de los receptores.

Pero, además, la utilidad de la comunicación se traduce en la comprobación real de que se ha producido una interacción eficaz entre emisor y receptor. En esta línea, autores como Palacios Mejía manifiestan que la relación entre emisor y destinatario ha de ser necesariamente útil ya que entre ellos se produce una permuta de significados: "La interacción se puede considerar como un fenómeno comunicativo de gran importancia puesto que por su mediación se establece una relación efectiva y útil entre emisor y receptor"¹².

Por eso, entendemos que el significado del mensaje no sólo depende del oyente, sino de las interacciones que se establecen entre el emisor y el receptor, así como de las mediaciones que intervienen en el proceso comunicativo. Tanto en el proceso productivo del habla como en el proceso receptivo de la escucha se intercambia activamente significado: se crea sentido en común. Es necesario pues, entender la comunicación radiofónica como un proceso dinámico en el que se produce la interacción

¹² PALACIOS MEJÍA, Luz Amparo: *La comunicación humana. Teoría, elementos, bases*. E. Paulinas, Bogotá, 1983, p. 15.

entre el emisor de un mensaje y el receptor del mismo, como pone de manifiesto Balsebre:

*Si Isaac Asimov reivindicaba para la ciencia una función estética, no utilitaria, con principio y fin en la satisfacción de la curiosidad, yo reivindico para la radio una función estético-comunicativa, que empiece en la belleza de lo sonoro y termine en la interacción comunicativa emisor-receptor*¹³.

En este proceso de interacción, la intención del emisor debe coincidir con la del receptor para evitar que se produzca lo que define Umberto Eco como “decodificación aberrante” pues genera “un verdadero problema cuando no se decodifica en función del mismo marco de referencia o códigos que los utilizados por el emisor”¹⁴.

En consecuencia, aun reconociendo el papel determinante del oyente en el proceso comunicativo radiofónico, creemos que la responsabilidad primera que determina la comprensión, descansa en quien elabora y emite el mensaje. Todo el proceso comunicativo se pone así al servicio del propósito último de la comprensión. El objetivo del emisor es siempre conectar con el receptor por encima de cualquier otra satisfacción. La orientación del comunicador debe ser siempre hacia el oyente. El emisor elige un código, selecciona un contenido y trata el mensaje teniendo en cuenta el canal y el receptor al que se dirige. Por

¹³ BALSEBRE, Armand: *El lenguaje...*, p. 26.

¹⁴ Cit. en GUINSBERG, Enrique: *Op. cit.*, p. 32.

eso, el comunicador debe estar continuamente atento a las señales de comprensión que manifieste el receptor y transformar su mensaje de acuerdo con ellas. De esta manera, la comprensión no sólo depende de las condiciones de recepción del destinatario sino de la habilidad del propio emisor en la construcción de su mensaje. En definitiva, el comunicador debe plantear una estrategia comunicativa para construir un mensaje adaptado a las condiciones perceptivas del oyente y a los condicionamientos expresivos del canal radiofónico.

Precisamente, el estudio de las características técnicas del canal confluye siempre en un aspecto esencial que condiciona la mayor parte de las particularidades del proceso de comunicación radiofónica: la radio es un medio exclusivamente sonoro. Esta condición influye de manera decisiva no sólo en la forma de construir los mensajes, sino también en las condiciones en las que el oyente los recibe.

En primer lugar, la propia naturaleza del canal condiciona la forma de elaborar los mensajes para hacerlos comprensibles.

La radio posee unas características propias que condicionan la elaboración de los mensajes. La naturaleza sonora, la naturalidad y fluidez del diálogo que establece entre sus actores, el permanente presente en el que transcurren sus mensajes haciéndolos inmediatos y efímeros, así como la estructura lineal de sus textos, obligan a la construcción de un relato que renueve de

*forma permanente el interés para captar y mantener la atención del oyente*¹⁵.

La condición de medio estrictamente sonoro implica que en la radio los mensajes se presentan de forma fugaz y en tiempo presente. Por tanto, el comunicador radiofónico tiene que tener siempre muy en cuenta que el oyente se ve obligado a escuchar la información en el momento, en el orden y al ritmo que establece el emisor.

Junto a ello, la naturaleza sonora del canal radiofónico también es determinante en las condiciones de recepción del mensaje. La recepción radiofónica, en tanto que auditiva, no siempre implica una concentración plena por parte del oyente. Puesto que la recepción radiofónica suele compaginarse con la realización de otras actividades, el comunicador radiofónico debe conocer y tener presente los hábitos de escucha del oyente a la hora de elaborar su mensaje: “La radio se halla en el hogar como un huésped permanente y, como tal, no necesita ceremonial alguno: la vida sigue su curso como si ella no existiera”¹⁶.

En conclusión, las condiciones de recepción y perceptivas del oyente así como los condicionamientos expresivos del canal radiofónico determinan la estrategia comunicativa que debe guiar al emisor en la elaboración de mensajes radiofónicos que favorezcan la comprensión auditiva por parte del oyente. Sólo si se alcanza este propósito último

¹⁵ MARTÍNEZ COSTA, M^a Pilar (coord.): *Reinventar la radio. Actas de las XV jornadas internacionales de la comunicación*. Eunate, Pamplona, 2001, pp. 117-118.

¹⁶ ARNHEIM, Rudolf: *Estética radiofónica*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980, p. 158.

podremos concluir que la comunicación se ha establecido en sentido pleno. Por eso, resulta imprescindible, en primer lugar, abordar el estudio de la comprensión auditiva como determinante de todo el proceso comunicativo radiofónico, del cual se derivan las estrategias que han de guiar la elaboración del discurso, delimitadas, por último, por las características y condicionamientos expresivos del canal radiofónico. Esta es la estructura que guiará toda la exposición.

CAPÍTULO I.

EL PROCESO DE COMPRENSIÓN AUDITIVA.

1. Acotación del concepto.

Una vez revisadas las definiciones que proponen distintos autores sobre el concepto de comprensión, observamos que éstas son muy similares y hacen referencia a los mismos condicionantes. Pero primero vamos a plantear cuáles son esas concepciones que se han formulado desde distintas disciplinas.

En primer lugar, para el **DRAE** “la comprensión significa la acción de comprender. Facultad, capacidad o perspicacia para entender y penetrar las cosas”. En este sentido, el DRAE define el término comprender como “abrazar, ceñir, rodear por todas partes una cosa. Entender, alcanzar, penetrar (...)”.

Desde una **perspectiva psicológica**, la definición de Gallego López considera la comprensión como un *proceso* en el que se relaciona la

información proveniente del texto con la almacenada en la mente del sujeto receptor:

Un proceso activo por el que el sujeto construye un modelo mental del referente transmitido en el significado del mensaje a partir de las representaciones proposicionales de un uso lingüístico. Éstas se construyen a partir de indicios fonológicos, léxicos, sintácticos y semánticos contenidos en el propio enunciado que interactúan de diversos modos, de indicios que proporciona el contexto lingüístico, cognitivo y situacional y de información implícita que se extrae mediante la realización de inferencias. El proceso de comprensión implica extraer la información semántica compleja contenida en una señal acústica que impresiona nuestros sentidos¹.

Por tanto, la primera idea clara que extraemos de la definición de este autor es que la comprensión es un proceso complejo compuesto por distintas fases.

Ese proceso, se entiende para la **psicología cognitiva**, como una forma de cognición en tanto que este término hace referencia a todos los procesos mediante los cuales el ingreso sensorial es transformado, elaborado, almacenado, recuperado o utilizado². En definitiva, se entiende la comprensión como un proceso cognitivo.

¹ Cit. en GALLEGO LÓPEZ, Carlos: "Lenguaje", en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Psicología básica. Introducción al estudio de la conducta humana*. Pirámide, Madrid, 1995, p. 386.

² Cfr. NEISSER, Ulric: *Procesos cognitivos y realidad. Procesos e implicaciones de la psicología cognitiva*. Marova, Madrid, 1981.

Desde un punto de vista **lingüístico**, Cooper define la comprensión como “el proceso de elaborar el significado por la vía de aprender las ideas relevantes del texto y relacionarlas con las ideas que ya se tienen: es el proceso a través del cual el lector interactúa con el texto”³. Es decir, este autor hace hincapié en la interacción entre el emisor y el sujeto receptor, como, de hecho, hemos planteado ya.

Pero a la hora de concebir la comprensión, además de la perspectiva psicológica y lingüística, nos interesa especialmente la dimensión **acústica**, puesto que ya hemos advertido que nuestro objeto de estudio es la radio, y por tanto, la comprensión auditiva. En este sentido, Rodríguez Bravo, explica que la comprensión es el resultado de un proceso en el que se asigna sentido a una forma sonora:

*Comprender es, pues, ir más allá de la identificación de la forma y de la fuente, es producir un nuevo nivel de sentido a partir de la interpretación de aquello que estamos oyendo en función del contexto perceptivo y de nuestra propia experiencia auditiva*⁴.

En definitiva, las definiciones de comprensión que presentan los distintos autores, aún provenientes de distintas disciplinas, no contienen grandes diferencias. De hecho podemos encontrar aspectos comunes e

³ COOPER, David. J.: *Cómo mejorar la comprensión lectora*. Visor, Madrid, 1990. p.19.

⁴ RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós, Barcelona, 1998, p. 202.

incluso complementarios de todos ellos, que son los que resumimos en los puntos siguientes:

- La comprensión auditiva es un proceso complejo compuesto por distintas fases.
- La comprensión auditiva es una forma de cognición.
- La comprensión auditiva se manifiesta en la interacción entre un emisor y un sujeto receptor.

Partiendo de estas ideas iniciales básicas, nuestra tarea consiste ahora en caracterizar la comprensión como proceso cognitivo interactivo.

2. El proceso de comprensión auditiva.

Una vez definida la comprensión auditiva, vamos a analizar ahora cómo se produce ese proceso que transcurre desde la detección del estímulo sonoro hasta la atribución de significado por parte del oyente.

Las distintas disciplinas cuyo objeto de estudio es la comprensión como la psicología cognitiva, la lingüística, la teoría de la comunicación o la filosofía del lenguaje —entre otras—, se han mostrado incapaces de describir un modelo común. Primero, como ya advertíamos, porque se trata de un proceso complejo y, segundo, porque existe una falta de integración entre las distintas disciplinas que deriva en resultados experimentales contradictorios. Esta circunstancia provoca que haya

multitud de modelos —en opinión de Gallego López— “en general parciales, limitados a un solo componente, a una sola modalidad, un solo subproceso, etc”⁵. En realidad, y como señala este autor, el único acuerdo que existe es que este proceso comprende varios componentes o niveles, pero no se aporta un modelo consensuado.

En este sentido, se observa una falta de coincidencia entre aquellos vocablos y conceptos con los que se intenta explicar este proceso. Así, dependiendo del autor, un mismo término, puede ser catalogado como un proceso, como una habilidad, como un mecanismo, como un nivel de procesamiento o como una operación intelectual. Por ejemplo, para Neisser “el término percepción se aplica propiamente al ciclo completo y no a cualquier parte separada de él”⁶ mientras que para otros autores — como hemos visto anteriormente— el término hace referencia más a una fase perceptiva que al fenómeno completo de la audición. Lo mismo ocurre con el término *reconocer*, que para algunos constituye una habilidad y para otros supone una fase del proceso de comprensión.

Y no sólo existen diferencias terminológicas, también encontramos discrepancias muy importantes a la hora de explicar conceptos básicos, como *sensación* y *percepción*. Por poner un ejemplo, mientras que para algunos investigadores aún persiste la diferencia establecida por la

⁵ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: “Lenguaje”, en PUENTE FERRERAS, Anibal (coord.): *Op. cit.*, p. 386.

⁶ NEISSER, Ulric: *Op. cit.*, p. 42.

psicología clásica entre estos dos términos, para otros autores ambos conceptos son equivalentes y pertenecen al mismo fenómeno.

Esta ausencia de consenso nos obliga entonces a establecer como primer paso en nuestra investigación, la búsqueda de elementos comunes que nos ayuden a configurar un modelo de funcionamiento del proceso de comprensión auditiva. Como punto de partida, vamos a analizar entonces las distintas concepciones en torno a este proceso.

El proceso de comprensión puede considerarse desde dos perspectivas: en *sentido extenso* y en *sentido limitado*. En primer lugar, en sentido extenso se entiende como un proceso que comprende desde el momento de la recepción de la señal acústica hasta la construcción del significado por parte del oyente, mientras que en un sentido más *limitado*, estaría constituido únicamente por los procesos específicamente lingüísticos.

De estas concepciones se extraen dos modelos distintos de análisis de la comprensión: *modelos interactivos* y *modelos modulares*. Mientras los primeros son partidarios de un modelo de procesamiento en un sentido amplio, es decir, reconocen la influencia de otros procesos cognitivos sobre el procesamiento léxico, sintáctico y semántico, los *modulares* consideran el sistema de procesamiento lingüístico como autónomo, con niveles de procesamiento y operaciones específicas. Vamos a explicar con detalle cada uno de ellos.

Podríamos considerar partidarios de un **modelo interactivo** a autores como Studdert-Kennedy. Para este investigador, el proceso de comprensión auditiva debe basarse en el proceso de percepción del habla, un fenómeno que —según sus palabras— “consta de varios estadios que transcurren desde el momento de percepción de la señal acústica hasta que el oyente comprende el significado del mensaje transmitido”⁷.

Por tanto, los autores del modelo interactivo defienden que el proceso de comprensión se inicia con el análisis de las características del sonido, que implica la transformación del *input* auditivo, y finaliza con la activación del significado.

En este sentido, Gallego López propone la siguiente clasificación de procesos implicados en el modelo⁸:

1. *Procesos periféricos*. Incluyen los procesos de entrada y salida de información y de codificación/decodificación de la señal lingüística. Serían: La producción, la percepción del habla, la percepción (visual) lectora y la producción (manual) escrita.
2. *Procesos específicamente lingüísticos*: Integraría los procesos que determinan la comprensión y la producción del lenguaje en el

⁷ Cit. en BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Procesos psicológicos básicos*. Editorial Universitas, Madrid, 1998, p. 575.

⁸ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: “Lenguaje”, en PUENTE FERRERAS, Anibal (coord.): *Op. cit.*, p. 398.

sentido más estricto: procesamiento fonológico, léxico, sintáctico y semántico.

3. *Procesos cognitivos no lingüísticos*. Son los procesos de nivel superior sin cuya participación resulta imposible la comprensión/producción del lenguaje natural. Por ejemplo, la memoria activa y semántica, la conceptualización, la inferencia, las imágenes mentales o el procesamiento del contexto. Junto a los *procesos no lingüísticos* propuestos por Gallego López, nosotros añadimos, como aspecto igualmente cognitivo, la atención por tratarse de un proceso psicológico fundamental en el proceso de comprensión.

También Schaeffer concibe el procesamiento del lenguaje como un proceso amplio. Pero propone otro modelo distinto —en concreto del proceso de comprensión auditiva— a partir de la aplicación de cuatro mecanismos de escucha diferenciados: *Oír* o percibir con el oído; *escuchar* o prestar atención al sonido y voluntad de interpretarlo; *reconocer*, que supone identificar su forma y asociarla a una fuente, y *comprender* que implica extraer información mediante la interpretación⁹.

En esta línea, desde una perspectiva puramente periodística y atendiendo al carácter social de la adquisición del lenguaje, Van Dijk describe el proceso de comprensión de noticias como la consecución de

⁹ SCHAEFFER, Pierre: *Tratado de los objetos musicales*. Alianza, Madrid, 1996, pp. 61-66.

seis etapas en las que se combinan una serie de componentes lingüísticos y no lingüísticos: 1) percepción y atención; 2) lectura; 3) decodificación e interpretación; 4) representación en la memoria episódica; 5) formación, usos y actualización de modelos situacionales y 6) usos y cambios del conocimiento social general y de las creencias¹⁰.

Otros autores explican el proceso de comprensión atendiendo a una combinación de procesos muy diferente, en este caso de *procesos no lingüísticos* “inferiores”. Para Cassany el proceso de comprensión de textos sonoros consiste en la consecución de distintas etapas como: el reconocimiento, la selección, la interpretación, la anticipación, la inferencia y la retención¹¹. Coincidiendo con este autor, Cabello, también recoge la mayor parte de dichos procesos —que denomina habilidades— explicando así el proceso de comprensión auditiva:

*El proceso de comprensión pone en marcha un complejo engranaje de habilidades que van desde el **reconocimiento** de elementos de la cadena acústica (identificación, discriminación y segmentación de las unidades significativas que componen el discurso), pasando por la **selección** de los sonidos, palabras, expresiones e ideas reconocidas para agruparlas en unidades coherentes y significativas hasta la **interpretación** de todos estos elementos para darles una estructura sintáctica y un valor comunicativo. Además el oyente **anticipa** el discurso que el*

¹⁰ VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1990, pp. 201-202.

¹¹ Cfr. CASSANY, Daniel: *Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*. Paidós, Barcelona, 1997.

hablante va emitiendo, puede **inferir** significados a través de elementos no lingüísticos o paralingüísticos o **retiene** información que se pueda considerar relevante para guardarla en la memoria y luego poderla utilizar para interpretar otros fragmentos del discurso¹².

En esta misma línea, desde un punto de vista psicoacústico, Gurlekian distingue diferentes funciones y procesos auditivos que forman parte del procesamiento de los sonidos del habla, entre los más importantes destaca la detección, la discriminación y la identificación¹³.

En nuestro caso, nos parecen muy interesantes las aportaciones de estos autores en tanto que esas habilidades son fácilmente reconocibles en el proceso de comprensión que tratamos de describir. Pero antes de aunar posiciones, vamos a explicar primero el segundo de los modelos de comprensión, que es el **modular**.

Dentro de este modelo, podemos incluir a aquellos autores que describen el procesamiento del lenguaje haciendo coincidir los niveles o subprocesos en los que se divide con los componentes lingüísticos o estructurales del lenguaje.

¹² CABELLO, Maite: "La comprensión y expresión oral". *Cervantes*, nº 0, marzo de 2001, pp. 69-70.

¹³ GURLEKIAN, Jorge. A.: "La percepción auditiva", cit. en BUSTOS SÁNCHEZ, Inés (coord.): *La percepción auditiva. Un enfoque transversal*. ICCE, Madrid, 2001, pp. 66-67.

Por tanto, para estos autores resulta fundamental la idea del lenguaje como elemento central del proceso de comprensión puesto que está presente en todas las actividades de la vida cotidiana. De hecho, el ser humano tiene que comprender continuamente mensajes lingüísticos que otros sujetos emiten:

Las acciones que son lenguaje o se realizan a través de él son innumerables: conversar, escuchar un noticiario, escribir una novela, leer unas instrucciones, dictar una conferencia, verbalizar un problema con el fin de resolverlo, contar chistes, dar órdenes, describir objetos, informar sobre hechos, relatar una historia, mentir, saludar, rezar y muchas otras¹⁴.

Prácticamente la totalidad de las acciones que ejecutamos los individuos implican una actividad lingüística. La parte esencial de esta actividad la constituyen los procesos que realiza el sujeto bien para generar la información lingüística —proceso de producción— bien para procesar la generada por otros —proceso de comprensión—. El acento se coloca, por tanto, en el procesamiento de la información considerando al individuo como un sujeto activo y al lenguaje como pieza clave del proceso cognitivo.

Esta dinámica, que se repite constantemente a lo largo de la existencia de un individuo, se realiza de forma automática y aparentemente sin ningún tipo de esfuerzo cognoscitivo. Pero en contra de

¹⁴ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: "Lenguaje", en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Op. cit.*, p. 367.

esta supuesta sencillez, para comprender cualquier tipo de enunciado el individuo ha de poner en marcha una gran cantidad de operaciones. Y para hacerlo, según explica Gallego López, “es necesario usar una gran cantidad de conocimiento sobre el lenguaje y sobre el mundo, almacenado en la memoria”¹⁵. De la misma opinión es Balboni quien considera que el proceso de comprensión lingüística o procesamiento lingüístico depende de tres factores: la competencia comunicativa del individuo receptor, la competencia fonológica, la gráfica, la morfosintáctica, la semántica, la textual, la pragmática, la socio-cultural, la extralingüística y semiótica, el conocimiento del mundo y el conjunto de procesos cognitivos implicados¹⁶.

Por eso, Gallego López explica el procesamiento de la comprensión atendiendo única y exclusivamente a los aspectos estructurales del lenguaje, sin tener en cuenta otros procesos cognitivos. Es decir, establece una correspondencia entre las etapas de la comprensión con los niveles en los que se manifiesta el lenguaje: fonético-fonológico, morfológico, sintáctico, semántico y pragmático y describe el proceso de comprensión en tres niveles o etapas: reconocimiento de las palabras, procesamiento sintáctico y procesamiento del significado¹⁷. En la misma línea Gárate Larrea, recogiendo los estudios de Just y Carpenter, Kintsch,

¹⁵ *Ibidem*. p. 384.

¹⁶ BALBONI, P. E.: *Tecniche didattiche e processi d'apprendimento lingüístico*. Padova, Liviana Editrice, 1991. Cit. en HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Miriam: “La comprensión auditiva en L2”. *Glosas didácticas*, nº. 6, marzo de 2001.

¹⁷ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: “Lenguaje”, en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Op. cit.*, p. 386.



Rumelhart y Mc Clelland y Van Dijk y Kintsch¹⁸, pone de manifiesto que la comprensión se produce por la interacción de tres procesos fundamentales: el reconocimiento de las palabras, el análisis sintáctico y el análisis semántico.

Como puede deducirse a partir de las descripciones de los dos modelos, el proceso de comprensión es sumamente complejo ya que parece atravesar una serie de fases y necesitar de la participación de una serie de recursos cognitivos. Debido a esa complejidad, tampoco se ha llegado a un acuerdo en concretar cuáles son esas fases, qué recursos intervienen, ni cuál es la terminología utilizada para describirlos.

A pesar de estas diferencias, desde nuestro punto de vista, todos los modelos que hemos expuesto son razonablemente válidos, pero incompletos, ya que casi ninguno de ellos aglutina todos los procesos que consideramos deben estar implicados en el ciclo de la comprensión. Por tanto, la explicación del proceso que aquí proponemos no se presenta como una alternativa a los modelos que hemos revisado, sino como un modo de hacerlos coherentes entre sí y, sobre todo, de obtener un modelo fácil de aplicar a nuestro objeto de estudio, es decir, a la comunicación radiofónica.

Partiendo de los aspectos comunes de los modelos propuestos vamos a elaborar un *modelo interdisciplinar* que explique, lo que —aplicando la

¹⁸ GÁRATE LARREA, Milagros: *La comprensión de cuentos en los niños. Un enfoque cognitivo y sociocultural*. Siglo XXI de España Editores, Madrid, 1994, p. 4.

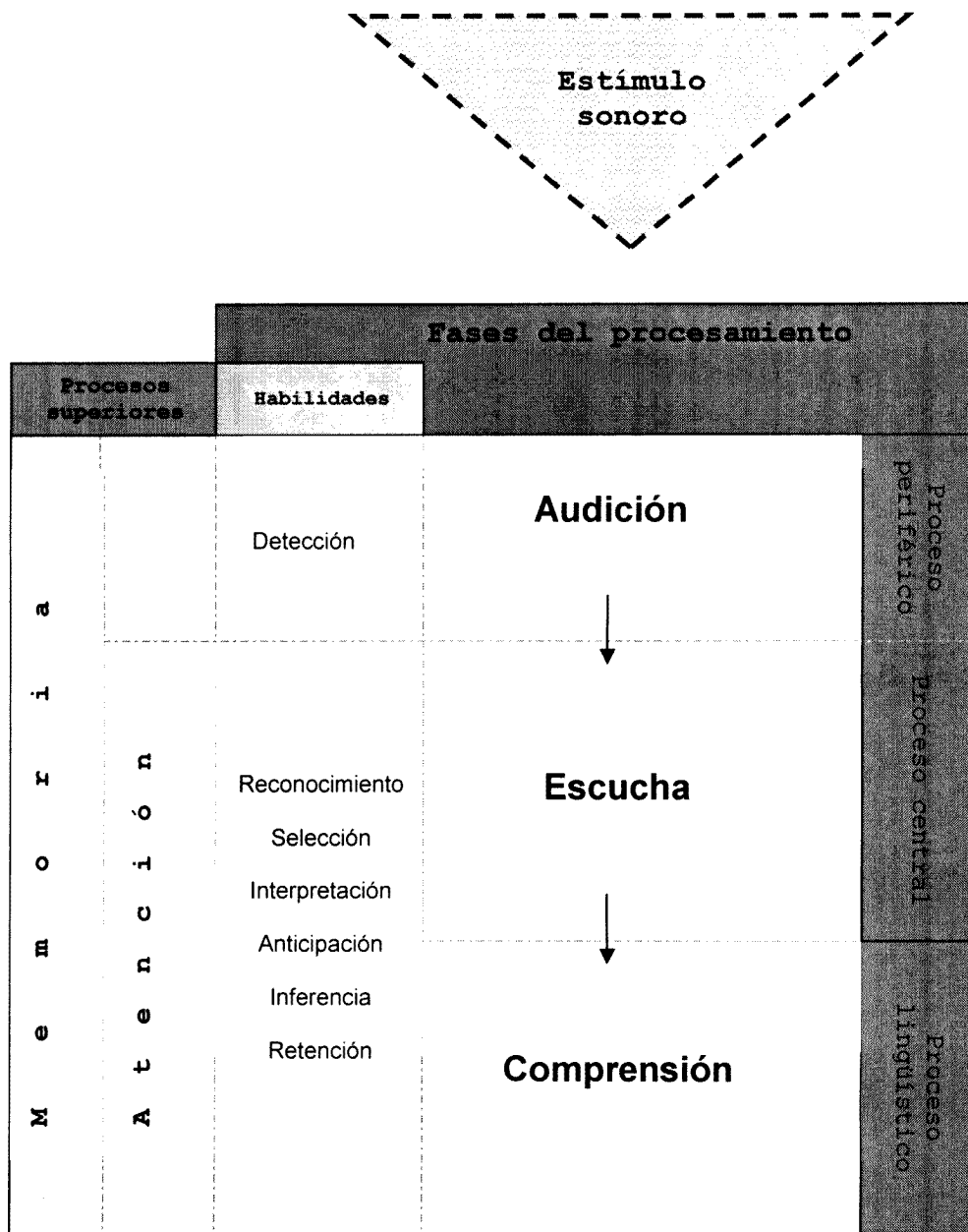
terminología de Neisser¹⁹— podríamos llamar el *ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva*. Este modelo integral se desarrollaría teniendo en cuenta las aportaciones del modelo interactivo y del modular.

A nuestro juicio, el proceso de comprensión auditiva se produce de la siguiente manera: se inicia cuando un sujeto receptor se expone ante un *estímulo sonoro* a través de un proceso periférico de entrada de información que denominamos *audición*. Ya en este paso, el individuo necesita ayudarse de uno de los procesos superiores que controlan el ciclo de comprensión: la *memoria*. Si ese estímulo resulta de interés para el oyente, junto a la memoria se activa el segundo de los procesos superiores, es decir, la *atención*. Una vez que se ha comenzado a prestar atención al estímulo sonoro, es cuando se pone en marcha el proceso central de la *escucha* gracias a una serie de habilidades de decodificación que son la *detección*, el *reconocimiento*, la *selección*, la *interpretación*, la *anticipación*, la *inferencia* y la *retención*. El oyente realiza entonces un proceso complejo de categorización de dicho sonido a través de un análisis o procesamiento fonológico, un procesamiento léxico, un procesamiento sintáctico y un procesamiento semántico, lo cual desemboca en la fase última de la *comprensión*.

El siguiente cuadro trata de clarificar el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva que acabamos de describir.

¹⁹ En este caso, nos parece muy acertado aplicar el término de “ciclo perceptivo” acuñado por NEISSER. Aunque nosotros lo emplearemos de manera distinta, hemos querido recoger su significado, NEISSER Ulric: *Op. cit.*, p. 42.

CICLO DE PROCESAMIENTO DE LA COMPRENSIÓN AUDITIVA



Ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva. Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en la ilustración, una vez detectado el estímulo sonoro, las fases de procesamiento de la comprensión auditiva serían la *audición* —como proceso periférico—, la *escucha* —como proceso central— y la *comprensión* —como proceso lingüístico—, impulsadas por las distintas habilidades de decodificación. Pero siempre sin olvidar que se encuentran activadas, en todo momento, por los procesos superiores, es decir, por la memoria, que ya actúa desde la audición, y la atención, que está presente en la escucha y en la comprensión.

Por tanto, este es el orden de explicación que consideramos más lógico y claro a la hora de desarrollar estos conceptos en los siguientes epígrafes. Al margen de comenzar el análisis por el estímulo sonoro, nos guiaremos por las fases de procesamiento —*audición, escucha y comprensión*— y cerraremos el capítulo con los procesos superiores —*atención y memoria*—, aunque siempre siendo conscientes de que se producen de manera simultánea al desarrollo de las fases de procesamiento.

2.1. El estímulo sonoro.

El estímulo, en general, es un concepto clave en cualquier proceso cognitivo, y más concretamente, en el proceso sensorial. El estímulo se puede definir como “aquella energía física que afecta a un receptor”²⁰.

²⁰ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 51.

Lahey completa esta definición describiendo el estímulo como “cualquier aspecto del mundo externo que influye directamente en nuestro comportamiento o en nuestra experiencia consciente”²¹. Es decir, prácticamente cualquier elemento que excite una célula receptora puede ser considerado como un estímulo. Sin embargo, no podemos percatarnos de un estímulo si las células receptoras no lo *transducen*, es decir, si no traducen la energía sensorial a energía neuronal para que el cerebro inicie el proceso de comprensión.

Por tanto, un requisito imprescindible para que se ponga en marcha el proceso de comprensión es que la estimulación sea lo suficientemente intensa como para que pueda ser detectada por las células sensoriales receptoras. Para ello, el estímulo ha de manifestar un nivel de intensidad óptimo, denominado *umbral*. Se distinguen dos tipos de umbrales: *absoluto* y *diferencial*. El primero hace referencia al valor mínimo que ha de tener un estímulo para que sea detectado por el individuo. La medición del *umbral absoluto* resulta muy complicada debido a que este valor es diferente para cada persona e incluso la sensibilidad varía de un momento a otro; una circunstancia que obliga a que el valor del *umbral absoluto* se establezca estadísticamente. Así, se admite como *umbral absoluto*, aquel valor del estímulo que ha sido detectado la mitad de las veces. El segundo umbral, el *umbral diferencial*, sería —en palabras de Lahey— “la diferencia mínima entre dos estímulos que puede captarse la mitad de las veces”²².

²¹ LAHEY, Benjamín B.: *Introducción a la psicología*. McGraw-Hill, Madrid, 1999, p. 114.

²² *Ibidem*, p. 116.

También este tipo de umbral es diferente entre las personas e incluso puede ser diferente en cada momento.

Un fenómeno muy habitual en los procesos sensoriales es el de la *adaptación sensorial*, es decir cuando el estímulo es constante, la sensación que produce disminuye progresivamente debido principalmente a que las células receptoras se fatigan. En palabras de Ballesteros Jiménez y García Rodríguez el fenómeno de la *adaptación sensorial* consiste en lo siguiente:

Cuando un determinado estímulo alcanza un valor desacostumbrado, los organismos hacen ajustes que les permiten adaptarse a él. Estos ajustes se centran fundamentalmente en el hecho de que después de un determinado tiempo de exposición ante un estímulo, el sistema sensorial pierde sensibilidad, llegando incluso a perder por completo la sensación que tal estímulo produce²³.

Éste será, como veremos después, un rasgo determinante que se ha de tener presente en la adecuada construcción del mensaje radiofónico.

²³ A modo de ilustración, mostramos un buen ejemplo que explica el fenómeno de la adaptación sensorial y que recogen las dos autoras citadas. Cuando entramos en un lugar en el que hay un olor fuerte, por ejemplo a amoníaco, notamos el olor rápidamente, pero si seguimos en ese lugar, pasado un tiempo, no nos parece tan intenso. Sin embargo si salimos de esa habitación y entramos de nuevo, al cabo de un rato, volvemos a tener la sensación de un fuerte olor. BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, pp. 54-55.

Una vez explicado el concepto de estímulo desde un punto de vista general y los fenómenos más importantes que lo determinan, el siguiente paso para desarrollar un modelo coherente del proceso de comprensión auditiva será definir los conceptos básicos que afectan a nuestro objeto de estudio, es decir, a la comunicación radiofónica. Por eso analizamos a continuación el *sonido*, la *fente sonora* y el *objeto sonoro*.

2.1.1. El sonido, la fuente sonora y el objeto sonoro²⁴.

Hoy en día se denomina sonido tanto al fenómeno físico con sus propiedades objetivas como a la sensación que el estímulo sonoro produce con sus propiedades subjetivas. Rodríguez Bravo define el *sonido* como “el resultado de percibir auditivamente variaciones oscilantes de algún cuerpo físico, normalmente a través del aire”.

El sonido se origina cuando las moléculas de un cuerpo pierden su posición originaria por distintas circunstancias, e inmediatamente, tratan de recuperar dicha posición. La vibración que se produce se propaga por un medio transmisor —normalmente el aire— y se recibe por un sujeto receptor que capta las ondas sonoras. De la misma manera Gallego López señala que los *sonidos lingüísticos* “son ondas de presión producidas por desplazamientos de moléculas en el medio aéreo”²⁵.

²⁴ El contenido de este apartado se basa principalmente en las aportaciones de RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *Op. cit.*, pp. 45-50 y de SCHAEFFER, Pierre: *Op. cit.*, pp. 163-164.

²⁵ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: “Lenguaje”, en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Op. cit.*, p. 401.

Otro concepto muy relacionado con el sonido es la noción de *fente sonora*. Rodríguez Bravo la define —introduciendo una dimensión temporal— como “cualquier objeto físico mientras está emitiendo un sonido”. Este mismo autor señala la necesidad de concretar aún más los sonidos que hacemos objeto de nuestro estudio. Por ello propone el concepto de *objeto sonoro* y lo define como “cualquier sonido que aislamos físicamente o con instrumentos conceptuales, acotándolo de una forma precisa para que su estudio sea posible”. De la misma manera, Chion define el objeto sonoro como:

Todo fenómeno sonoro que se perciba como un conjunto, como un todo coherente, y que se oiga mediante una escucha reducida que lo enfoque por sí mismo, independientemente de su procedencia o significado²⁶.

Como conceptos vinculados a los anteriores, Rodríguez Bravo también habla de *suceso sonoro*, *forma sonora* y *ente acústico*. Este autor define el *suceso sonoro* como “cualquier sonido acotado en el tiempo”. Por *forma sonora* entiende “cualquier sonido identificable y reconocible a través de alguna de sus características acústicas”, y el concepto *ente acústico* hace referencia a cualquier forma sonora que habiendo sido separada de su fuente original, es reconocida por el receptor como una fuente sonora concreta que está situada en algún lugar del espacio sonoro”.

²⁶ CHION, Michel: *El sonido*, Paidós, Barcelona, 1999. p. 300.

En definitiva, se trata de conceptos que son esenciales para delimitar la condición sonora de la radio y, por tanto, para definir esta primera fase del ciclo del procesamiento de la comprensión. Junto a ellos, es necesario describir las cualidades del sonido porque sus características determinarán que el proceso de audición se inicie en condiciones óptimas.

2.1.2. Cualidades del sonido.

Las cualidades que se distinguen en el sonido son el tono, la intensidad, la duración y el timbre²⁷.

El *tono* a la *altura* es la cualidad que depende del número de vibraciones de las ondas sonoras por segundo, lo que determina que un sonido se escuche más agudo o más grave. Al número de vibraciones por segundo de la onda sonora se le denomina frecuencia. Los sonidos agudos corresponden a las frecuencias elevadas y los graves a las frecuencias bajas. El oído humano puede captar frecuencias entre 16 y 20.000 hertzios, aunque los límites son imprecisos.

La *intensidad* de un sonido es la amplitud originada en la vibración de la onda sonora, lo que determina el volumen del sonido y, por tanto, que unos se escuchen más alto y otros más bajo. Si la intensidad es muy leve no se produce apenas sensación auditiva, mientras que si es demasiado elevada puede incluso dañar el oído.

²⁷ Cfr. RODERO, Emma: *Locución Radiofónica*. IORTV y Universidad Pontificia de Salamanca, Madrid, 2003, pp. 40-45.

La *duración* es la cualidad por la que los sonidos se extienden durante un período de tiempo, lo que los convierte en perceptibles. Si el sonido dura menos de una milésima de segundo, o bien no se percibe, o bien sólo oímos un sonido inidentificable. Por tanto, para que un sonido sea percibido con todos sus atributos debe sonar durante, al menos, sesenta milisegundos.

Por último, el *timbre* es la cualidad que permite diferenciar los sonidos con el mismo tono y la misma intensidad, pero de diversa procedencia o fuente sonora. Esta cualidad depende entonces del grado de complejidad del movimiento vibratorio que origina el sonido. Un cuerpo que vibra según las leyes del movimiento armónico simple produce un sonido puro, pero la mayoría de los sonidos provienen de movimientos vibratorios complejos, como ocurre con los sonidos de la radio.

En definitiva, para que un sonido sea perceptible debe reunir unas mínimas características definidas por las cualidades del tono, la intensidad, la duración y el timbre, a fin de que se produzca la detección y la audición del estímulo sonoro en condiciones óptimas de recepción.

2.2. Fases de procesamiento y habilidades de la comprensión auditiva.

2.2.1. El proceso periférico: la audición.

El proceso periférico de la audición supone el punto inicial del procesamiento de la comprensión auditiva, una vez que se ha percibido el estímulo sonoro. Se trata entonces de la primera operación que interviene en cualquier proceso cognitivo. Por tanto, la audición es un proceso periférico —de entrada de información— que permite detectar los estímulos del medio, por lo que está considerada como un paso previo y necesario para el desarrollo del resto de los procesos implicados en el ciclo de procesamiento de la comprensión. En definitiva, el sujeto receptor tan sólo se expone al estímulo en una fase muy primaria.

La audición se pone en marcha a través de la habilidad de la detección que Casanova entiende como “la capacidad de percibir la presencia o ausencia de sonido”²⁸.

La detección se produce cuando la información auditiva, en forma de ondas sonoras, llega a nuestros oídos. El sujeto descubre ese estímulo a través de las ondas sonoras y realiza un primer análisis de las cualidades acústicas relevantes de tono, intensidad, duración y timbre, lo que le permite distinguir unos sonidos de otros. A este proceso inicial, también

²⁸ CASANOVA, Cori: “La audición humana: puerta abierta a la comunicación”, en BUSTOS SÁNCHEZ, Inés (coord.): *Op. cit.*, p. 66.

llamado análisis auditivo, están sometidos todos los sonidos, sean verbales o no.

En este punto, resulta conveniente destacar que, a efectos de este estudio, —siguiendo las teorías estudiadas por autores como Goldstein o Guski— entendemos los conceptos de sensación y percepción como sinónimos de audición y, por tanto, integrantes de un único proceso —en este caso, ya que tratamos lo sonoro—, el de la percepción de la señal acústica. Empecemos pues por definir qué es percepción en general —aplicada a cualquiera de los sentidos— y después nos centraremos en la percepción auditiva o audición por tratarse del sentido del oído.

En primer lugar, el DRAE define la percepción como “aquella sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos”. Por tanto, a través del proceso perceptivo, las sensaciones visuales, auditivas, táctiles, olfativas o gustativas que inciden sobre los receptores sensoriales se transforman en experiencias sobre objetos, melodías, rugosidades, olores o sabores.

Todo proceso de percepción, independientemente del estímulo que se trate, necesita de la participación de unos recursos cognitivos. En primer lugar, tienen que estar presentes los estímulos apropiados y con la suficiente intensidad para que sean detectados. En segundo lugar, tiene que existir un receptor, y por último, una transmisión a través de las fibras nerviosas hasta el cerebro donde se produce la sensación y la entrada en la conciencia de la impresión sensorial. Así, el proceso de percepción

podría explicarse de la siguiente manera: los órganos que reciben los estímulos —órganos sensoriales—, a través de las células sensoriales receptoras, reciben formas externas de energía (luz, vibraciones o calor) y las traducen a impulsos neuronales que pueden transmitirse al cerebro para su interpretación y dotación de sentido. La traducción de energía sensorial a neuronal se denomina *transducción*.

Ésta pues sería la definición de percepción aplicada a todos los sentidos. En el momento en que la adscribimos al sentido del oído, es cuando podemos hablar propiamente de percepción de la señal acústica o audición. El DRAE define la audición como “la acción de oír”. Para Schaeffer, oír “es percibir con el oído. Por oposición a escuchar, que corresponde a una actitud más activa, lo que oigo es lo que me es dado en la percepción”²⁹. Por tanto, oír es el primer nivel de la audición que consiste en recibir sonido sin prestar una atención activa. Esta circunstancia hace que —en palabras de Bravo— “aunque no prestemos atención a los estímulos sonoros, nunca dejaremos de oírlos”³⁰.

La audición tiene lugar cuando el oído capta un estímulo sonoro, es decir, cuando detecta las ondas sonoras. De ahí que Gribenski describa la audición como “la acción y proceso de percibir los sonidos mediante los órganos de los oídos”³¹. Desde una perspectiva puramente sensorial, Casanova define la audición como “un mecanismo sensorial que

²⁹ SCHAEFFER, Pierre: *Op. cit.*, p. 62.

³⁰ RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *Op. cit.*, p. 199.

³¹ Cit. en CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual: Concepto, técnica expresión y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, p. 69.

presupone una integridad anatómica y fisiológica del aparato auditivo (oído externo, medio e interno) y de sus vías neurológicas así como del área auditiva del cortex cerebral³². Para Lahey, “el sentido del oído o audición es el sentido que permite detectar los cambios vibratorios del aire conocidos como ondas sonoras³³”. Este proceso puede describirse de la siguiente forma:

El oído transduce las propiedades físicas de las ondas sonoras a mensajes neuronales que pueden enviarse al cerebro. Los mensajes neuronales de los oídos se interpretan en primer lugar en el área auditiva de los lóbulos temporales, para reenviarse a otras partes del cerebro donde se interpretarán complementariamente³⁴.

Precisamente, durante el proceso de audición, el oído aporta al sujeto gran cantidad de datos sobre la fuente sonora. Para Rodero éstos son los principales³⁵:

- a. *La naturaleza de la fuente sonora.* Gracias a este dato, el receptor puede identificar el sonido que escucha con la realidad que representa. De ahí la importancia de que los sonidos reproduzcan con precisión la fuente que el emisor quiere proyectar en el oyente.

³² CASANOVA, Cori: *Op. cit.*, p. 39.

³³ LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, p. 130.

³⁴ *Ibidem.*

³⁵ RODERO, Emma: *Producción Radiofónica*. Cátedra, Madrid, 2005, pp. 27-29.

- b. *El espacio donde se ubica la fuente sonora.* Una información que se reconoce por la resonancia que produce el reflejo de las ondas sonoras en el lugar donde se encuentra la fuente.

- c. *De la distancia en la que se sitúa la fuente sonora.* Una información que puede se puede obtener a través de la intensidad y el intervalo de tiempo que transcurre hasta que la fuente es percibida por el oído.

Ahora bien, el oído nos informa de la naturaleza, espacio y distancia de una fuente sonora pero lo hace atendiendo a unas condiciones que definen la audición. Podemos decir, en este sentido, que la audición es selectiva, sincrónica y es biaural.

- La audición es selectiva. Gracias a esta cualidad, el oído capta la realidad sonora y de ella puede seleccionar lo que le afecta en función de sus propios intereses y motivaciones.

- La audición es sincrónica. Es decir, el oído capta los sonidos de forma simultánea³⁶ pero lo hace siempre con un límite.

³⁶ Uno de los fenómenos más característicos que puede afectar a la audición es el llamado *enmascaramiento auditivo*. Este fenómeno se produce cuando se presentan simultáneamente dos estímulos sonoros y la presencia de uno de ellos (el sonido enmascarador) hace difícil o imposible detectar el otro estímulo (sonido enmascarado).

- La audición es biaural. Por lo que la audición se realiza simultáneamente con los dos oídos. Para Gurlekian³⁷ las ventajas de esta característica son: a) La posibilidad de juzgar la dirección de la fuente de un sonido en el aire comparando las señales de ambos oídos; b) El umbral de audición mejora 3 dB con respecto a la audición monoaural; c) En condiciones de ruido ambiente la localización del sonido permite rescatar la señal de ruido.

Además de todas estas cualidades podemos considerar el valor de la audición estableciendo una oposición al sentido de la vista. Nos apoyamos para ello en las aportaciones de Rodero Antón³⁸:

- La vista accede directamente al objeto mientras que el oído capta la onda sonora que produce la vibración de esa fuente.
- Los objetos visuales no necesitan del movimiento para ser percibidos mientras que los sonoros sólo se pueden percibir cuando se mueven o modifican.
- El sentido de la vista puede descansar a lo largo del día, el sentido del oído no, permanece activo las veinticuatro horas del día.

³⁷GURLEKIAN, Jorge. A.: "La percepción auditiva", cit. en BUSTOS SÁNCHEZ, Inés (coord.): *Op. cit.*, pp. 70-71.

³⁸RODERO, Emma: *Op. cit.*, pp. 31-32.

- La vista no depende de un período temporal mientras que la audición de cualquier objeto sonoro tiene un principio y un fin.

El proceso de la audición puede desencadenarse a través de distintos factores. Podemos diferenciar factores externos y factores internos. Entendemos por *factores externos* aquellos estímulos provocados por cualquier elemento ajeno a la intención del sujeto preceptor que provenga de la realidad exterior, por ejemplo, el estímulo provocado por el sonido de una llamada telefónica inesperada. En este sentido, según Guski, en la mayoría de manuales de psicología la percepción se concibe como la acogida de información externa³⁹. Por *factores internos*, entendemos aquellos estímulos desencadenados por la propia intención del sujeto preceptor, porque como ya hemos explicado antes el proceso de audición es selectivo y cada individuo reconoce y selecciona el contenido sonoro que se encuentra cercano a su interés. Por ejemplo, el estímulo causado por una información referente al equipo de fútbol preferido de un determinado aficionado:

Factores externos, que aportan información sobre los sonidos, y/o por elementos internos según los estímulos anatómicos y el funcionamiento y el estado fisiológico y psicológico del propio receptor. La percepción de la realidad informativa es el resultado de la combinación de estos factores y además de las disposiciones

³⁹ GUSKI, Rainer: *La percepción. Diseño psicológico de la información humana*. Biblioteca de psicología, Barcelona, 1992, p. 9.

*atencionales, motivacionales y valores culturales de cada perceptor*⁴⁰.

Una vez analizada la primera frase del ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva, estudiamos ahora la escucha y la comprensión, pero antes debemos detenernos en las distintas habilidades que afectan a estos dos procesos.

2.2.2. Habilidades de descodificación.

Para comprender un estímulo sonoro, por muy sencillo que sea, el sujeto debe realizar un conjunto complejo de habilidades que activan y controlan el funcionamiento del proceso de la escucha y de la comprensión. Estas habilidades son el reconocimiento, la selección, la interpretación, la anticipación, la inferencia y la retención. Cuando el oyente escucha un discurso en su mismo idioma, realiza todas estas habilidades de descodificación de una forma automatizada, y por tanto, inconsciente. Estas destrezas se encuentran íntimamente relacionadas entre sí y son muy difíciles de delimitar. A pesar de ello, vamos a intentar explicarlas de forma independiente.

Reconocimiento.

Después de detectar las ondas sonoras, el siguiente proceso es el de reconocimiento. Para Sánchez Bravo, reconocer un sonido supone:

⁴⁰ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Op. cit.*, p. 66.

Identificar su forma y asociarla a una fuente sonora. O bien, supone encontrar dentro de nuestra memoria auditiva una forma sonora similar a la escuchada que nos da la clave del origen de ésta que ahora estamos escuchando⁴¹.

En el caso de las formas sonoras de la lengua, el reconocimiento implica por un lado, el análisis fonológico o fonémico, mediante el cual el sujeto clasifica los sonidos como alguno de los fonemas —veinticuatro en el caso del castellano— que compone la lengua y por otro, la identificación, discriminación y segmentación de cada una de las unidades significativas que componen el discurso. Tal y como explica Rodríguez Bravo, en este segundo proceso, el sujeto realiza una asociación de sentido muy básica:

En el caso de las formas sonoras lingüísticas, el reconocimiento supone solamente una primera asociación simple de sentido, al mismo nivel que la identificación de la fuente en los ruidos. Reconocer la palabra árbol, supone conectarla con su primer origen, con su primer sentido simple. Pero cuando esa palabra aparece en el contexto de una frase y de un discurso, y pronunciada con una actitud sonora determinada, el tipo de producción de sentido que genera no se alcanza con el simple reconocimiento, sino que es el resultado de una interacción compleja de informaciones que exige ya de la comprensión⁴².

⁴¹ RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *Op. cit.*, p. 203.

⁴² *Ibidem*.

A través del reconocimiento, el sujeto otorga un significado al estímulo que ha recibido. Para ello, intenta relacionar el mensaje sensorial que le ha llegado con alguna experiencia significativa previa o esquema perceptivo semejante que se encuentre almacenado en su memoria. La búsqueda se produce a través de los sistemas de almacenamiento que utiliza el ser humano para archivar la información que recibe y recuperarla cuando le sea necesario. Precisamente, cuando se da una coincidencia entre la información recibida y alguno de los conocimientos adquiridos previamente por el sujeto, surge el reconocimiento.

Para Balsebre, el reconocimiento es la operación cognitiva más importante de todo el proceso de comprensión, ya que según él, es en este punto donde se encuentra la clave del “fenómeno imaginativo—visual de la percepción radiofónica”⁴³. De ahí que el comunicador esté obligado a facilitar al oyente el reconocimiento de las formas sonoras a través de una correcta adecuación al código radiofónico y una estructura fácilmente identificable por el sujeto.

Selección.

Mediante este proceso, el sujeto selecciona los sonidos, las palabras, las expresiones y las ideas que ha reconocido previamente para agruparlas en unidades coherentes y significativas. En esta operación, el oyente extrae los aspectos fundamentales del mensaje —los rasgos

⁴³ BALSEBRE, Armand: *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1994, p. 198.

esenciales de la información recibida— e ignora aquellos que no considera relevantes e incomprensibles. De ahí que, Belinchón, Igoa y Rivière, sostengan que comprender exija “olvidar y abstraer, entresacar lo esencial de lo accesorio”⁴⁴.

Interpretación.

Antes de explicar este proceso es necesario aclarar la diferencia que existe entre comprensión e interpretación, dos conceptos aparentemente similares, pero con diferentes matices. Para Ladevéze, tanto una como otra, son actividades diferenciadas y complementarias. La diferencia estriba en que “se comprenden las unidades de significado. Se interpretan las unidades significativas en sus contextos”⁴⁵.

La interpretación es el proceso mediante el cual, el receptor atribuye un sentido determinado a las unidades significativas extraídas en el proceso de selección. La interpretación de los elementos seleccionados tiene como finalidad —según Cabello— “darles una estructura sintáctica y un valor comunicativo”.⁴⁶ Así pues, la descodificación del mensaje que se produce en esta operación exige del oyente una postura activa y profunda

⁴⁴ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Psicología del lenguaje. Investigación y teoría*. Estructuras y procesos, Madrid, 1992, p. 501.

⁴⁵ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Teoría y práctica de la construcción del texto. Investigación sobre gramaticalidad, coherencia y transparencia de la elocución*. Ariel, Barcelona, 1993, p. 152.

⁴⁶ CABELLO, Maite: *Op. cit.*, p. 70.

para introducirse en el campo del código propuesto por el emisor, conocerlo y examinar su dimensión referencial.

En una de sus acepciones, el DRAE define el término interpretar como “explicar o declarar el sentido de una cosa, principalmente el de textos faltos de claridad”. Otro de sus significados describe el verbo interpretar como “explicar, acertadamente o no, acciones, dichos o sucesos que pueden ser entendidos de diferentes modos”.

Precisamente, debido a la pluralidad de significados atribuibles al mensaje, Guillermo Orozco asegura que “los significados de los discursos no son unívocos sino polisémicos, es decir susceptibles de ser percibidos de múltiples maneras por la audiencia”⁴⁷. De esta manera, el sentido que otorga el receptor al mensaje puede coincidir o no con el significado deseado por el emisor debido a las diferencias de modelos mentales entre uno y otro.

En consecuencia, se podría afirmar que una de las principales preocupaciones de la comunicación en general es el “significado” que se asigna al mensaje, único componente común a la fuente, al emisor y al receptor. Esta preocupación es lógica ya que no siempre existe coincidencia entre lo que quiere decir el emisor y lo que interpreta el receptor:

⁴⁷ Cit. en GUINSBERG, Enrique: “¿Qué buscan los receptores? Una perspectiva psicológica y psicoanalítica”, *Telos*, Fundesco, Madrid, nº 48, diciembre de 1996-febrero de 1997, p. 31.

Hay que tener en cuenta que, desde un punto de vista semántico el contenido que difunde el emisor radiofónico no siempre coincide con el que capta el receptor al término del proceso comunicativo. Existen diferentes grados de recepción: no es lo mismo recibir lo que dice el emisor —plano morfológico— que recibir lo que quiere decir el emisor —plano lógico—, ni esto tiene que coincidir con el hecho de recibir lo que el emisor quiere significar —plano psicológico—⁴⁸.

La interpretación es, en definitiva, un proceso muy personal y subjetivo. En ella intervienen factores externos, tales como las condiciones de recepción, pero también lo hacen aspectos internos: entre otros, el conjunto cognitivo del individuo, su propia personalidad, sus valores, sus necesidades, sus expectativas o, por ejemplo, sus actitudes.

Anticipación.

Mediante esta habilidad, el oyente es capaz de prever una situación y, por tanto, puede prestar una mayor atención e interés sobre lo que va a escuchar a continuación. De esta forma, el comunicante —conocedor de esta destreza propia del sujeto receptor— puede trabajar con las anticipaciones, es decir, puede utilizar en sus discursos aquellos recursos lingüísticos y no lingüísticos que preparen y dispongan al oyente para escuchar algo sobre lo que se quiere incidir.

⁴⁸ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender la radio*. Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000, p. 125.

Puede anticipar el tema, los distintos apartados y la estructura del texto, puede explicar sus intenciones, puede preparar al oyente para explicar lo que vendrá después. En resumen, puede seguir la máxima clásica según la cual, en un discurso, primero se dice de qué hablará, luego se habla de ello y, al final, se dice de qué se ha hablado⁴⁹.

Según Neisser, todos los oyentes realizan anticipaciones esquemáticas de los sonidos estructurados del lenguaje, debido a que dichos sonidos se escuchan como palabras distintas y separadas. Según este autor “desarrollamos tales anticipaciones en el curso de la escucha de una frase individual; de ahí que —citando a Miller, Heise y Lichten— podamos identificar con mayor facilidad las palabras en un contexto que aisladamente”⁵⁰.

Cuando el emisor favorece la anticipación, colabora para que el oyente reciba la información con más fluidez y para que comprenda mejor y con más rapidez el discurso.

Inferencia.

Este proceso se refiere a la habilidad que posee el individuo para percibir más información de la que se le ofrece explícitamente en el

⁴⁹ CASSANY, Daniel: *Op. cit.*, p. 46.

⁵⁰ NEISSER, Ulric: *Op. cit.*, p. 46.

mensaje. De hecho, comprender, implica inferir ideas implícitas de forma constante. A través de este proceso, el oyente puede efectuar deducciones a partir de lo que ha escuchado.

Para Swinney y Osterhout atendiendo al grado de complejidad de los procesos de inferencia que tienen lugar durante la comprensión, pueden distinguirse dos tipos de inferencias: las “inferencias perceptivas” y las “inferencias cognitivas”. Éstas son sus diferencias:

Las primeras se caracterizan por ser automáticas, obligatorias y de realización inmediata durante el procesamiento perceptivo del lenguaje, en tanto que las segundas no se derivan de forma inmediata y se hallan bajo control cognitivo⁵¹.

Dicho de otro modo, las “inferencias perceptivas” son procesos que tienen lugar en las primeras etapas del procesamiento del estímulo —por ejemplo, durante el procesamiento sintáctico—. De ahí que sean consideradas por Belinchón, Igoa y Rivière como “independientes de las variables extralingüísticas que puedan influir en la comprensión del enunciado”⁵². En cambio, para estos mismos autores las “inferencias cognitivas” surgen en las fases más avanzadas del proceso, —en concreto durante el procesamiento semántico y pragmático—, son más lentas, y mucho más elaboradas.

⁵¹ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, pp. 460-461.

⁵² *Ibidem*, p. 461.

Y es que, las inferencias, no sólo se producen a partir de las formas sonoras lingüísticas, también pueden surgir a partir de las interpretaciones que el sujeto receptor elabore de las formas no lingüísticas y, por supuesto, de los rasgos prosódicos que conforman la voz del comunicante. De ahí, que mientras que un oyente escucha un discurso “puede inferir significados a través de elementos no lingüísticos o paralingüísticos”⁵³.

Por tanto, el comunicante debe ser conocedor de la capacidad que posee el individuo para inferir significados no explícitos en el discurso. Una vez más, la presentación de los textos deberá tener en cuenta dicha habilidad.

Retención.

Según Cabello, a través de este proceso el oyente “retiene información que se pueda considerar relevante para guardarla en la memoria y luego poderla utilizar para interpretar otros fragmentos del discurso”.⁵⁴ Nos referimos a la habilidad que posee el sujeto para conservar en la denominada memoria a corto plazo —MCP— aquellos datos que considera importantes y necesarios para continuar con la descodificación del mensaje. Si quiere que su mensaje sea comprendido, el comunicante deberá entonces confeccionar sus discursos teniendo en cuenta la capacidad limitada de este tipo de memoria. Esta parte se

⁵³ CABELLO, Maite: *Op. cit.*, p. 70.

⁵⁴ *Ibidem.*

explicará con mayor detalle en el apartado dedicado al proceso superior de la memoria.

2.2.3. El proceso central: la escucha.

Una vez que se ha percibido el estímulo sonoro y puesto en marcha el proceso periférico de la audición y las habilidades de descodificación, es cuando se activa el proceso central de la escucha. Se trata entonces de la segunda fase del procesamiento de la comprensión auditiva que se diferencia de la audición, como acto puramente sensorial e involuntario, en que supone un acto intencional que necesita de la atención para que pueda llevarse a cabo.

De esta manera, el DRAE concibe el acto de escuchar como “aplicar el oído para oír. Prestar atención a lo que se oye”. Por eso Casanova sostiene que en el campo auditivo, “la atención es lo que transforma la audición en escucha activa”⁵⁵. De la misma opinión es Rodríguez Bravo quien define el acto de escuchar como “prestar atención al sonido con voluntad de identificarlo o interpretarlo”⁵⁶. También Schaeffer sostiene que escuchar es “prestar oído, interesarse por algo. Implica dirigirse activamente a alguien o a algo que me es descrito o señalado por un sonido.”⁵⁷

⁵⁵ CASANOVA, Cori: *Op. cit.*, p. 40.

⁵⁶ RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *Op. cit.*, p. 200.

⁵⁷ SCHAEFFER, Pierre: *Op. cit.*, p. 62.

Así, mientras que para llevar a cabo la audición el sujeto ha de actuar en un nivel puramente fisiológico, para establecer la escucha requiere la activación de un proceso superior: la atención, que estudiaremos en su epígrafe correspondiente. Nos referimos, por tanto, a la escucha como una actividad que se desarrolla en “un nivel atencional, una actitud de voluntariedad que puede verse entorpecida por muchos factores”⁵⁸. Por tanto, mientras que oír es un fenómeno estrictamente orgánico, el acto de escuchar implica una actividad psicológica indispensable para establecer cualquier proceso comunicativo.

Escuchar significa prestar atención a algo, estar atento a lo que se quiere oír con la intención de oír mejor o de comprenderlo. De ahí que se pueda decir: “le he oído a pesar mío, sin haber escuchado, pero no he comprendido lo que oía”⁵⁹. También para Steil, Summerfield y More escuchar implica ir un paso más allá de lo que supone practicar la simple audición:

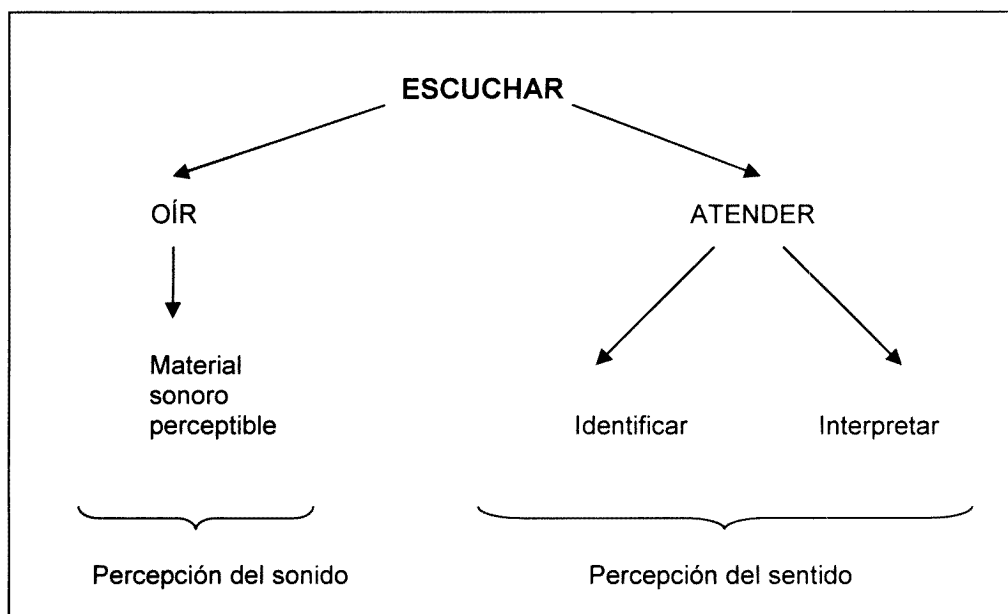
Escuchar es algo más que oír. Oír es sólo la primera parte, la parte física, en la que el oído siente las ondas sonoras. Hay otras partes que son igualmente importantes. Es la interpretación de lo oído, que lleva a su comprensión o a su incomprensión. A continuación viene la fase de evaluación, en la que uno valora la información y

⁵⁸ CASANOVA, Cori: *Op. cit.*, p. 39.

⁵⁹ SCHAEFFER, Pierre: *Op. cit.*, p. 83.

decide cómo emplearla. Por último, basándose en lo oído y lo evaluado, uno reacciona. Todo eso es escuchar⁶⁰.

El cuadro que se expone a continuación registra las diferencias esenciales y los pasos que implican los actos de la audición y la escucha.



La escucha implica la consecución de dos pasos que se encuentran íntimamente relacionados. En un primer estadio, con el objetivo de percibir el sonido, el sujeto efectúa la audición del material sonoro preexistente

⁶⁰STEIL, L., SUMMERFIELD, J., De MORE, G.: *Cómo escuchar bien y entender mejor*. Deusto, Bilbao, 1989, p. 147.

mediante el sentido del oído. En un segundo nivel, el oyente adopta una actitud de atención hacia el sonido con el propósito de percibir su sentido, es decir, de identificarlo e interpretarlo. Por eso, “la escucha debe concebirse como un medio de conocimiento y no como la mera percepción del fenómeno sonoro”⁶¹.

Algunos autores sostienen que existen distintas formas de escuchar. Por ejemplo, Chion —basándose en las aportaciones de Schaeffer— plantea en sus obras tres tipos de escucha. Para ello, parte de la idea de las impresiones que se dan cuando los sujetos han de hablar sobre lo que escuchan, y afirma que existen, por lo menos, tres actitudes diferentes de escucha: la *escucha causal*, la *escucha semántica* y la *escucha reducida*⁶², que se relacionan entre sí en la imagen audiovisual.

Según este mismo autor, la *escucha causal* es la que recurre al sonido mismo para obtener información sobre su procedencia.

*La escucha causal se interesa, a través del sonido, por todos los indicios susceptibles de informar al oyente sobre su causa: cuál es el objeto, el fenómeno o la criatura que produce el ruido; en dónde se encuentra; cómo se comporta o se desplaza; etc.*⁶³.

⁶¹ FARABET, René: “Palabras y sonidos en el éter. Escribir con sonidos”. *Telos*, nº 60, julio-septiembre 2004, www.campusred.net/telos/home.asp?idRevistaAnt=60.

⁶² CHION, Michel: *Op. cit.*, pp. 298-299.

⁶³ *Ibidem*, p. 298.

La segunda actitud de escucha —la *escucha semántica*— es la que se emplea para interpretar un código, por ejemplo, el lenguaje hablado. Para este autor, tanto la *escucha causal* como la *semántica* pueden darse simultáneamente, es decir, “pueden ejercitarse paralela e independientemente en una misma cadena sonora. Oímos a la vez lo que alguien nos dice y cómo lo dice”⁶⁴. En este tipo de escucha suelen pasar inadvertidos los rasgos más significativos de la pronunciación, situándose en un primer plano la atención sobre la información que transporta el sonido:

*El sonido mismo como fenómeno físico muy a menudo suele ser completamente ignorado por el receptor. Y esto ocurre hasta el punto de que el lenguaje cotidiano tiende a sustituir los sonidos por aquello de lo que informan*⁶⁵.

El tercer tipo de actitud, denominada por Schaeffer como la *escucha reducida*⁶⁶, es aquella que se centra en el propio sonido como objeto de análisis, despojándolo de sus causas y significados. Es decir:

Aquella que afecta a las cualidades y las formas propias del sonido, independientemente de su causa y de su sentido, y que toma el sonido —verbal, instrumental, anecdótico y cualquier

⁶⁴ CHION, Michel: *La audición. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós, Barcelona, 1993, p. 36.

⁶⁵ RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *Op. cit.*, p. 200.

⁶⁶ SCHAEFFER, Pierre: *Op. cit.*, p. 165.

otro— como objeto de observación, en lugar de atravesarlo buscando otra cosa a través de él⁶⁷.^o

Independientemente de que la escucha sea *causal, semántica o reducida*, la acción de escuchar, es un acto consciente que tiene lugar cuando un oyente presta atención a algo que le interesa con el fin intentar comprender el mensaje. Por eso, la siguiente y última etapa que cierra el ciclo es el proceso de la comprensión. Vamos a estudiarlo en el siguiente epígrafe.

2.2.4. El proceso lingüístico: la comprensión.

El fenómeno de la comprensión es el último proceso que cierra el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva. Una vez que el sujeto ha escuchado el mensaje, es decir, le ha prestado atención y, por tanto, ha mostrado su voluntad para interpretarlo, podemos decir que ya se encuentra en condiciones de extraer su información semántica, es decir, de comprenderlo.

Para comprender cualquier enunciado, por muy sencillo que sea, el sujeto debe realizar además un conjunto complejo de habilidades —que explicábamos anteriormente— que regulan el funcionamiento específico de la comprensión a nivel fonológico, nivel léxico, nivel sintáctico, nivel semántico y nivel pragmático. Por tanto, el fenómeno de la comprensión

⁶⁷ CHION, Michel: *Op. cit.*, p. 36.

se manifiesta a través del reconocimiento y comprensión de todas las unidades significativas que componen la secuencia acústica: fonemas, palabras, oraciones y discurso.

Procesamiento fonológico. Reconocimiento de los fonemas.

El reconocimiento de los fonemas que componen las sílabas y las palabras de una lengua se lleva a cabo mediante un procesamiento básico o primario. Para Belinchón, Igoa y Rivière en esta etapa los rasgos fonéticos (tono, intensidad, duración, timbre) que se detectaron en una etapa anterior son convertidos en segmentos fonológicos, es decir, “en representaciones abstractas de los sonidos que se someten a reglas combinatorias para formar unidades superiores tales como sílabas o palabras”⁶⁸.

El procesamiento de los fonemas o sonidos que componen las palabras constituye el punto de partida para el oyente sea capaz de extraer el significado de la lengua.

Procesamiento léxico. Reconocimiento y comprensión de palabras.

El reconocimiento y comprensión de palabras implica según Gallego López que “el oyente debe segmentar la cadena semicontinua del habla

⁶⁸ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 327.

en sus constituyentes léxicos⁶⁹: Por ejemplo, si el oyente escucha la frase, el perro de San Roque no tiene rabo, la fraccionará, mediante este procesamiento, en sus ocho constituyentes léxicos: *el/perro/de/San/Roque/no/tiene/rabo*. Aunque este mismo autor advierte de la posibilidad, aunque no muy frecuente, de que se pueda producir una ambigüedad fonética. Es decir, las unidades situadas al final de la palabra pueden formar palabras con los segmentos que aparecen al principio de la siguiente palabra. Tal es el caso de las clásicas adivinanzas infantiles. *Oro parece, plata no es (plátano)*.

Una vez segmentada la cadena acústica, el paso siguiente consistirá en acceder al conjunto de representaciones de las palabras que existen en la memoria permanente. Para Belinchón, Igoa y Rivière, el proceso de identificación léxica se puede definir del siguiente modo:

Un proceso de 'activación' de conocimientos almacenados en un supuesto 'diccionario mental' o memoria de palabras, a partir de una entrada sensorial dotada de ciertas características. Este proceso consiste pues, en acoplar o hacer corresponder una entrada sensorial o perceptiva a un conocimiento o información del que ya dispone⁷⁰.

⁶⁹ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: "Lenguaje", en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Op. cit.*, p. 387.

⁷⁰ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 371.

Así pues, para identificar el léxico el oyente deberá efectuar una búsqueda activa dentro del *lexicón* interno —un diccionario mental donde se almacena todo el vocabulario que conoce cada persona— para recuperar, de entre todas las representaciones de las palabras existentes, aquella que se corresponde con la palabra que el oyente acaba de escuchar y que intenta comprender.

La organización del *lexicón* interior es muy eficaz debido a que el sujeto tiene que acceder a él con mucha rapidez. Su estructura es similar a la de un diccionario, una analogía que se utiliza porque además de la palabra en sí, existen unas “entradas léxicas” que recogen otro tipo de información adicional. Así, cada entrada del “diccionario mental” ha de incluir los siguientes elementos recogidos por Belinchón, Igoa y Rivière⁷¹:

1. Una *representación fonológica*, similar a la pronunciación figurada que aparece en los diccionarios, en la que se especifica la estructura segmental de la palabra (secuencia de fonemas con sus rasgos distintivos), organizada en unidades silábicas y con un patrón de acentuación.
2. Una *representación ortográfica* compuesta por una secuencia de letras con rasgos visuales.

⁷¹ *Ibidem*, p. 372.

3. Una *representación morfológica* que refleja la estructura derivativa de la entrada léxica y, a veces, su categoría gramatical (nombre, adjetivo...).
4. Una *representación sintáctica* que establece la categoría gramatical de la entrada léxica, así como sus marcos de subcategorización, es decir, los contextos estructurales en que puede aparecer.
5. Una *representación del significado* de la palabra, consistente en un agregado de rasgos primitivos, semánticos o en un enunciado-definición como los de un diccionario.
6. Una *lista de términos o conceptos asociados* a la entrada léxica por su significado.

Los psicólogos coinciden en señalar varias formas de explicar cómo se accede al significado de las palabras. Tres de las más importantes son el *modelo de búsqueda*, de Forster, el *modelo de "cohorte"* de Marslen y Wilson y el *modelo del logogén* de Morton.

A grandes rasgos, el *modelo de búsqueda*, explica el acceso léxico organizado de forma serial en dos etapas. En la primera, se realiza un proceso de comparación que consiste en una búsqueda serial de la entrada léxica; una vez localizada —y ya en la segunda etapa— se accede a otro archivo denominado *archivo central o principal* donde se

encuentran representadas las propiedades sintácticas y semánticas de las palabras.

El segundo enfoque, el *modelo de "cohorte"* postula que el acceso léxico se realiza a través de dos etapas ordenadas secuencialmente: la activación y la selección. Para Ballesteros Jiménez y García Rodríguez, el estadio de activación produce la estimulación de varios candidatos (activación múltiple) y el estadio de selección consiste en un procedimiento de evaluación que opta por el candidato más apropiado. Es decir, el modelo funciona del siguiente modo⁷²:

1. Nada más que se ha presentado oralmente un estímulo se activan todas las palabras del léxico cuyos sonidos iniciales coinciden con la secuencia de sonidos escuchados. Cuando el sistema identifica, por ejemplo, el sonido /p/ se activa un gran "cohorte" de palabras que empiezan por este sonido tales como: padre, pana, pata, pena, pera, pinta, pluma, pomada, primo, prueba, etc.
2. Las palabras activadas inicialmente se eliminan de modo gradual si no son compatibles con la secuencia de sonidos que van llegando, o si no se ajustan al contexto de la frase. Si a continuación se identifica por ejemplo el sonido /e/, se eliminan

⁷² BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, pp. 579-580.

todas las palabras menos aquellas que contienen la /e/: *pera* y *pena*.

3. El procesamiento termina cuando se llega al punto en que sólo queda una palabra del conjunto inicial. Por ejemplo, si el tercer sonido que llega es /n/, solamente se mantendrá *pena*.

Lo esencial de este modelo es que según su teoría, el reconocimiento de palabras se produce gracias a la coordinación de dos informaciones diferentes: la que proviene de la información sensorial y la información derivada del contexto. Ésta última favorece la selección de las palabras ya que ayuda a discriminar los restantes aspirantes de la “cohorte”.

El *modelo de logogén*, también llamado modelo interactivo o modelo de activación, rechaza la división de los procesos de acceso en etapas independientes, ya que concibe el reconocimiento como un acceso directo y simultáneo a tres fuentes de información: por un lado, información sensorial y, por otro, información sintáctica y semántica procedente del contexto en el que se halla la palabra. Según Belinchón, Igoa y Rivière, en este modelo, cada palabra se encuentra representada en el léxico mental por un “logogén” o “dispositivo de detección sensible a ciertos tipos de información que registra pasivamente las características relevantes de

cada pieza léxica”⁷³. En palabras de estos autores el reconocimiento según este modelo podría explicarse así:

*El concepto de logogén se puede representar metafóricamente, pues, como un receptáculo que acoge información de diversos tipos (acústica, visual, contextual) y que responde a la información que va acumulando una vez que alcanza su ‘punto de saturación’. A medida que un logogén recibe información, su nivel de activación aumenta hasta alcanzar un determinado umbral, o nivel óptimo de activación (diferente para cada logogén), momento en el cual el logogén se dispara y la palabra es reconocida*⁷⁴

En cualquier caso, a pesar de las diferencias y matices que se dan entre los distintos modelos de reconocimiento existen numerosas coincidencias en los resultados de sus investigaciones. Alguno de los autores, como Gallego López, recoge los fenómenos más relevantes extraídos de estos estudios, en concreto, sobre los factores que determinan el tiempo de reconocimiento o acceso a las palabras del *lexicón* ⁷⁵:

- *Efecto de frecuencia.* Se procesan más rápidamente las palabras de alta frecuencia o las palabras familiares que las de baja frecuencia o no familiares.

⁷³ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 403.

⁷⁴ *Ibidem.*

⁷⁵ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: “Lenguaje”, en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Op. cit.*, pp. 387-388.

- *Efecto de longitud de palabra.* El tiempo de procesamiento de una palabra varía en función del número de letras que contiene.
- *Efecto de posición.* La capacidad predictiva de unas letras sobre las siguientes en una palabra y su procesamiento varía dependiendo de su posición.
- *Efecto de repetición.* Las palabras se procesan más rápidamente cuando se repiten.
- *Efecto contextual de superioridad de palabra.* Las letras se procesan más rápidamente cuando forman parte de una palabra que cuando se presentan aisladas.

Belinchón, Igoa y Rivière —citando a una larga serie de autores como Rubenstein, Garfield, Millikan, Fosters, Chambers, Morton, García Albea, Sánchez Casas y del Viso— también han realizado sus propias apreciaciones en torno a estos efectos⁷⁶. Por ejemplo, sobre el *efecto de frecuencia* señalan que no sólo las palabras de uso frecuente en el idioma son reconocidas y comprendidas con mayor rapidez que las palabras menos familiares o frecuentes, sino que también tardan más en ser nombradas. Estos autores también hacen referencia al efecto *palabras vs*

⁷⁶ El contenido expuesto sobre los efectos producidos durante el reconocimiento de palabras está basado en las aportaciones de BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, pp. 397-402.

no-palabras o pseudopalabras. Es decir, el tiempo que se tarda en aceptar cierto estímulo como palabra es inferior al invertido en rechazar estímulos categorizados como *no-palabras* (p.ej. "onledauc"). Además, estos autores advierten que una *pseudopalabra* tarda más tiempo en ser rechazada cuanto mayor sea su semejanza con una palabra (p. ej. "cuadelno").

Otro factor que influye en el tiempo de reconocimiento de palabras es el *efecto de priming o de preparación*. Según Belinchón, Igoa y Rivière, la presentación de ciertos estímulos léxicos que anteceden a una palabra pueden facilitar o dificultar su reconocimiento. Los efectos de *priming* más estudiados son: el *priming de repetición*, el *priming semántico*, y el *priming contextual*. El *priming de repetición* consiste en facilitar el reconocimiento de aquellas palabras que se han presentado con anterioridad. El *priming semántico*, también ayuda a reconocer un vocablo siempre y cuando le anteceda una palabra que pertenezca al mismo campo semántico (p. ej. "fuego-bombero"). Del mismo modo, el tercer efecto, el *priming contextual*, colabora con el reconocimiento léxico en la medida que el fragmento de la oración que antecede a la palabra en cuestión produce efectos previsibles sobre ella (p. ej. "Fumar perjudica seriamente la ...").

Otro fenómeno que puede tener lugar durante el acceso léxico, es la *ambigüedad de palabras*. Las alternativas para explicar este problema son dos. La primera, de la que son partidarios autores como Schvaneveldt, Meyer y Becker, defienden el *acceso directo* o *acceso selectivo* de forma que el contexto provoque la activación de un único significado. La segunda alternativa es el llamado *acceso múltiple*. Postulada por autores como

Swinney, este enfoque sostiene que cuando un oyente se encuentra con una palabra ambigua se activan en paralelo todos sus significados posibles en la memoria. Por tanto, el efecto del contexto en la ambigüedad es *post-léxico*, es decir, se produce después de que el sujeto haya reconocido la palabra ambigua y no durante el mismo.

Las investigaciones realizadas por autores como Hogaboam y Perfetti a favor del *acceso directo*, revelan que los sujetos no suelen detectar conscientemente una ambigüedad léxica cuando ésta se halla inserta en un contexto altamente predecible, o bien cuando el significado apropiado de la palabra ambigua es el que se emplea con más frecuencia⁷⁷.

Las investigaciones más importantes sobre el modelo de *acceso múltiple* —entre ellas las de Foss, Jenkins, Garnham, Swinney, y Seidenberg— indican que el efecto del contexto en la ambigüedad léxica no es inmediato, sino que “sólo se deja sentir tras un breve demora, durante la cuál se produce un acceso rápido, automático e inconsciente, guiado por la forma a todos los significados de las palabras”⁷⁸.

⁷⁷ Belinchón, Igoa y Rivière ilustran los resultados de las investigaciones de Hogaboam y Perfetti con el siguiente ejemplo. Así, el tiempo de identificación de la palabra “letras” es mucho mayor en la oración 1a que en la 1b: a) El banco le devolvió las letras del piso a Juan. b) Juan estuvo rotulando las letras de la pancarta. Esto es así, porque el vocablo “letra” aparece más estrechamente asociado al significado de “sigo con el que se representan los sonidos de un idioma” que el significado de “documento mercantil empleado para aplazar el pago de bienes adquiridos”. Cit. en *Ibidem*, p. 400.

⁷⁸ *Ibidem*, pp. 401-402.

Una vez realizado el procesamiento léxico, el oyente ha de llevar a cabo un procesamiento a un nivel superior: sintáctico y semántico.

Procesamiento sintáctico y semántico. La comprensión de oraciones.

El tercer nivel de procesamiento es la comprensión de oraciones. De nuevo, nos encontramos con distintas posturas en torno a esta actividad. De un lado se sitúan los defensores de un procesamiento sintáctico de las oraciones. Es decir, aquellos que como Chomsky, sostienen que el reconocimiento de las oraciones se realiza exclusivamente a través de un analizador sintáctico independiente que detecta las relaciones gramaticales de las palabras dentro de la oración. De otro, se encuentran aquellos autores, que como Green, defienden el reconocimiento de las oraciones desde una posición semántica, es decir, atendiendo también al significado del mensaje. De este modo, este enfoque concibe el reconocimiento de las oraciones no sólo a través de los procesos sintácticos, sino también desde un procesamiento semántico.

Los defensores de la posición semántica señalan, según Ballesteros Jiménez y García Rodríguez, que “para captar el significado de una oración se extrae paralelamente su información sintáctica y semántica”⁷⁹. Estas dos autoras señalan que las investigaciones realizadas por los partidarios del enfoque del procesamiento semántico parecen indicar que las personas recuerdan el sentido general de las oraciones en vez de recordar su estructura sintáctica. Sin embargo, para Ballesteros Jiménez y

⁷⁹ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 583.

García Rodríguez, estas conclusiones no prueban que el oyente no extraiga la estructura gramatical de la oración en algún momento del proceso, por lo que —en palabras de las dos autoras— “lo que parece ocurrir es que durante la comprensión del lenguaje, el proceso sintáctico y semántico se realiza simultáneamente”⁸⁰.

Una vez superado este nivel, el oyente ha de comenzar un procesamiento supraoracional, es decir, un procesamiento a nivel pragmático.

Procesamiento a nivel pragmático. La comprensión de discursos.

Las investigaciones sobre los procesamientos fonológico, léxico, sintáctico y semántico son esenciales para estudiar la comprensión del lenguaje, pero ofrecen una idea incompleta de lo que es en sí el proceso global de comprensión. La comprensión en el nivel del discurso se logra según Just, Carpenter, Van Dijk y Kintsch cuando la persona construye un esquema mental del significado global procedente de la información que contiene el texto y del conocimiento que tiene el oyente sobre el tema⁸¹. De la misma opinión es Gárate Larrea quien citando también a Just y Carpenter, reafirma la idea de que la comprensión de textos va más allá de un procesamiento sintáctico y léxico:

⁸⁰ *Ibidem.*

⁸¹ *Ibidem*, p. 574.

Lo que se entiende por comprensión de textos va mucho más allá de la comprensión de palabras y frases aisladas. Es preciso que el sujeto interrelacione todos estos elementos y dé sentido al texto. Esta interrelación requiere la comprensión de relaciones causales, temporales y entre conceptos, y la activación del conocimiento del sujeto, tanto del conocimiento del mundo, como de las diferentes estructuras textuales⁸².

Es más, según Guski, a pesar de que el lenguaje puede segmentarse en unidades muy pequeñas, el oyente capta el flujo lingüístico de forma inteligente otorgándole directamente un significado global.

Mas aunque el lenguaje pueda descomponerse de esa guisa en fonemas y sobre dicha base se siga una producción lingüística artificial, eso no significa en absoluto que tales fonemas no se perciban cual unidades discretas. También cabe pensar que al oír agrupamos los fonemas en sílabas y aun en palabras enteras y que a esos grupos les asociamos unos significados de contenido. El fenómeno de percepción categorial apoya esta interpretación⁸³.

Para comprender todo el discurso o texto el oyente necesita recurrir a un procesamiento supraoracional, es decir, a un procesamiento que sobrepasa estructuralmente el plano de las oraciones.

⁸² GÁRATE LARREA, Milagros: *Op. cit.*, p. 1.

⁸³ GUSKI, Rainer: *Op. cit.*, p. 174.

*El discurso contiene propiedades específicas y leyes compositivas propias: el discurso se define por una coherencia que no depende sólo de la forma y el significado de las oraciones que lo componen. Además resulta de procesos molares y propios de composición, gracias a los cuales se transmiten estructuras complejas de ideas e intenciones, que sobrepasan estructuralmente el plano de las oraciones, y no siempre se contienen explícitamente en ellas*⁸⁴.

La comprensión global del discurso, debe explicarse desde un nivel que se sitúa por encima no sólo de la sintaxis, sino también de la fonética, la morfología y la semántica. Nos referimos a la pragmática, una disciplina que según el DRAE “estudia el lenguaje en su relación con los usuarios y las circunstancias de la comunicación”. La pragmática se ocupa —en palabras de Ballesteros Jiménez y García Rodríguez— “del uso e interpretación que el hablante de una lengua hace del lenguaje en el contexto social”⁸⁵.

Un principio básico que debe estar presente en cualquier texto o discurso es la coherencia. Según Núñez Ladéveze, ésta puede definirse como “la congruencia lógica entre los elementos del mensaje”⁸⁶. La coherencia ha de manifestarse en el texto en dos niveles diferentes: Por un lado debe gozar de *coherencia lineal o referencial*, es decir, ha de ser coherente a nivel microestructural —o a nivel de la estructura superficial

⁸⁴ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 470.

⁸⁵ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 553.

⁸⁶ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Op. cit.*, p. 267.

interfrástica— y por otro, debe poseer *coherencia global o pragmática*⁸⁷ a un nivel macroestructural —o a nivel de la estructura semántica profunda—.

La noción de macroestructura es empleada por Kintsch y Van Dijk⁸⁸ —mencionados por Belinchón, Igoa y Rivière— para definir la descripción semántica del contenido global del discurso, es decir, cómo es la organización del significado del discurso que representa los aspectos esenciales del mismo. El concepto de macroestructura es fundamental en el procesamiento del discurso ya que comprender implica discriminar lo relevante de lo irrelevante. De ahí que los oyentes, por lo general, recuerden los aspectos globales de un texto:

*Lo que tienden a recordar los sujetos, cuando intentan acordarse de un texto, es la macroestructura, y no la microestructura del mismo: como demuestra el efecto de niveles, solemos recordar las ideas principales de un texto y no las subordinadas. Nos es más fácil recordar lo que podemos llamar el 'centro' del texto, y más fácil traer a la memoria sus componentes periféricos*⁸⁹.

Según Van Dijk, un texto goza de *coherencia lineal* cuando existe una conexión o concordancia interna y externa entre las oraciones que componen el texto. Y, según este mismo autor, un texto cumple la

⁸⁷ Van Dijk denomina a la *coherencia global, coherencia pragmática*. Cfr. VAN DIJK, Teun: *Op. cit.*

⁸⁸ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 500.

⁸⁹ *Ibidem.*

condición de *coherencia global* cuando es coherente a nivel de su estructura semántica⁹⁰. En cualquier caso, a pesar de estas diferenciaciones, tal y como señalan Lozano, Peña-Marín y Abril, es necesario recalcar la existencia de una interrelación e interdependencia entre microestructuras y macroestructuras⁹¹.

Según los estudios de Kintsch, Van Dijk y Vipond —recopilados por De Vega— un texto es coherente en su microestructura o goza de coherencia referencial cuando se produce “un solapamiento de argumentos entre las proposiciones que lo integran. Ello produce una continuidad en la narración que facilita su procesamiento”⁹². Para De Vega, la *coherencia referencial* no requiere que los elementos se reiteren continuamente en el texto ya que existen recursos sintácticos —como pronombres, adverbios, conjunciones, elipsis, sustituciones, etc.— que pueden evitar la reiteración de los términos originales. Sin embargo, este mismo autor señala que “cuanto más explícita esté la coherencia referencial en el texto superficial, menos demandas de procesamiento exigirá del receptor, y la comprensión se verá facilitada”⁹³.

La *coherencia global* de un texto a nivel macroestructural puede obtenerse al aplicar una serie de reglas pragmáticas o macrorreglas que

⁹⁰ Cfr. VAN DIJK, Teun: *Op. cit.*, pp. 54-55.

⁹¹ LOZANO, Jorge y PEÑA-MARÍN, Cristina y ABRIL, Gonzalo: *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Cátedra, Madrid, 1986, p. 24.

⁹² De VEGA. Manuel: *Introducción a la psicología cognitiva*. Alianza editorial, Madrid, 1995, pp. 406-407.

⁹³ *Ibidem*, p. 408.

Van Dijk ha denominado de omisión, selección, generalización y construcción o integración.⁹⁴

Omisión. Según este autor, a través de la *omisión* se prescinde de toda aquella información que no es esencial para comprender el significado global. Por tanto, se suprimen las proposiciones secundarias que según Van Dijk “se olvidan más pronto al hacer la elaboración cognitiva”.⁹⁵ En el siguiente ejemplo se pueden omitir las proposiciones 2 y 3, ya que no resultan en absoluto necesarias para comprender el significado global.

1. *La presidenta de la Comunidad de Madrid ha comparecido en rueda de prensa.*
2. *La presidenta de la Comunidad de Madrid llevaba un traje de chaqueta.*
3. *El traje de chaqueta era verde pistacho.*

Omisión: *La presidenta de la Comunidad de Madrid ha comparecido en rueda de prensa.*

Selección. Esta macrorregla consiste —en palabras de Van Dijk,— también en omitir cierta cantidad de información pero, a diferencia de la anterior, la relación entre las series de proposiciones es más evidente. En el siguiente ejemplo se pueden omitir, sin perder

⁹⁴ Cfr. VAN DIJK, Teun: *Op. cit.*, pp. 59-62.

⁹⁵ *Ibidem*, p. 60.

ningún dato esencial, las proposiciones 1, 2 y 3, puesto que son condiciones de la proposición número 4.

1. *María se dirigió a su moto.*
2. *Se montó.*
3. *Arrancó.*
4. *Se fue a Zamora.*

Selección: *María se fue a Zamora.*

Generalización. La *generalización* consiste en “sustituir una serie de conceptos por el sobreconcepto compartido que define el conjunto abarcador”⁹⁶. Lo vemos en el siguiente ejemplo:

1. *En la protesta había estudiantes de Ferrol.*
2. *En la protesta había estudiantes de Vigo.*
3. *En la protesta había estudiantes de Santiago de Compostela.*

Generalización: *En la protesta había estudiantes de Galicia (o estudiantes gallegos).*

Construcción o integración. Mediante la aplicación de esta macrorregla, la información se ve sustituida por una nueva

⁹⁶ *Ibidem*, p. 61.

información que se deduce razonablemente de las proposiciones anteriores para construir conceptos más globales. Por ejemplo:

1. *José Luis Rodríguez Zapatero ha comparecido en rueda de prensa en la sala de prensa del aeropuerto.*
2. *José Luis Rodríguez Zapatero ha explicado los presupuestos a los periodistas.*
3. *José Luis Rodríguez Zapatero ha subido a un avión acompañado por el ministro de economía.*
4. *El avión ha volado rumbo a Berlín.*

Integración: *Tras la rueda de prensa, Rodríguez Zapatero ha viajado hacia Berlín acompañado del ministro de Economía(...).*

Por su parte De Vega, añade otro tipo de coherencia denominada *coherencia en la perspectiva narrativa* que determina la inteligibilidad del texto y de forma especial las narraciones.

Por ejemplo, si se narra la siguiente secuencia, desde la perspectiva del interior de la sala, a través de estos dos ejemplos⁹⁷: A) Luis estaba sentado en la sala escribiendo una carta. Pedro entró en la sala. B) Luis estaba sentado en la sala escribiendo una carta. Pedro se dirigió a la sala. De Vega sostiene que el primer párrafo (A) tiene coherencia en la perspectiva,

⁹⁷ Cit. en De VEGA. Manuel: *Op. cit.*, p. 408.

ya que las dos frases sitúan al narrador en el interior de la sala. En cambio en el caso del segundo párrafo (B) hay incoherencia ya que la escena comienza en interior de la sala y cambia de repente al exterior, es decir, sitúa al segundo personaje fuera del escenario central.

Black, Turner y Bower han demostrado que “los párrafos en que la perspectiva del narrador es fija resultan subjetivamente más comprensibles, se leen más deprisa y se recuerdan mejor que los de la perspectiva incoherente”⁹⁸.

Otro de los factores intrínsecos del texto que según De Vega determina su inteligibilidad es la *coherencia causal*. Las investigaciones realizadas por Schank, Abelson, Black y Bern —recogidas por De Vega— han revelado que la dependencia causal entre las escenas contadas en una narración es un factor relevante en la estructura de un texto. Por tanto, es más fácil comprender y recordar aquellos eventos que guardan alguna relación causal entre ellos. Por ejemplo: Carmen conducía a gran velocidad. El coche se precipitó por un desnivel.

También De Vega, aporta otro factor que facilita la comprensión de los textos: la *familiaridad*. Este autor sostiene que los textos familiares son más fáciles de asimilar, requieren menos recursos mentales para activar los esquemas adecuados y su procesamiento se realizará más rápido y de forma más eficaz. En realidad, según este autor, “la familiaridad no es una

⁹⁸ *Ibidem*.

propiedad intrínseca del texto, sino que se deriva de la interacción sujeto-texto”⁹⁹.

Además de los determinantes que afectan a la comprensión, para que un discurso sea comunicativo debe regir en él lo que Grice ha denominado “principio de cooperación” Para este autor este principio se manifiesta en aquél discurso en el que se respetan las normas de *cantidad, cualidad, manera y relación*¹⁰⁰. Para estas dos autoras, se vulnera la *norma de la cantidad* cuando el emisor es demasiado informativo, es decir, cuando aporta un número elevado de datos irrelevantes provocando la saturación y —a lo que nosotros añadimos— el bloqueo de la memoria a corto plazo —MCP— del oyente. Se viola el *principio de cualidad*, cuando el discurso no aporta información verdadera y la intención del emisor es mentir al oyente. Por su parte, la *norma de la manera* hace referencia a que las informaciones deben presentarse de forma ordenada y clara para que el oyente pueda interpretarlas correctamente. Y por último —según Ballesteros Jiménez y García Rodríguez— se falta al *principio de relación* cuando la información que se aporta incumple objetivos del discurso o de la conversación.

También Belinchón, Igoa y Rivière se refieren al “principio de cooperación” de Grice. Para estos autores, este principio establece en esencia que “el discurso es una actividad cooperativa entre los

⁹⁹ *Ibidem*, p. 409.

¹⁰⁰ Cit. en BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 577.

interlocutores (o en el caso del texto, entre el escritor y sus lectores potenciales)”¹⁰¹, de lo que se derivaría un compromiso sobre cuáles son las ideas que deben permanecer en el discurso de forma tácita y cuáles son las que deben aparecer de manera explícita.

A diferencia de Ballesteros Jiménez y García Rodríguez, los tres autores anteriores, consideran que el “principio de cooperación” está regido por tres normas estrechamente relacionadas entre sí: *relevancia*, *economía* y *coherencia*. A grandes rasgos, estas normas tratan de explicar cuáles son las razones por las que un emisor no incluye en el discurso todas las explicaciones que, a priori, serían necesarias para comprenderlo. Dicho de otro modo, los principios de *relevancia*, *economía* y *coherencia* justifican —según Belinchón, Igoa y Rivière— la afirmación de que “cualquier unidad del discurso se deriva de un compromiso entre lo tácito y lo explícito”¹⁰². Así pues, el “principio de cooperación” amparado en las normas de *relevancia*, *economía* y *coherencia* se podría explicar, según estos autores, de la siguiente manera:

Los discursos se comprenden y producen generalmente tratando de producir el máximo impacto posible en las ideas de los interlocutores, con el mínimo posible y estilísticamente deseable de recursos lingüísticos; así, los discursos conforman conjuntos de oraciones relacionadas internamente entre sí y con marcos de conocimientos compartidos por el mundo.

¹⁰¹ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 471.

¹⁰² *Ibidem*, p. 472.

De la misma manera, Cassany relaciona el criterio de *relevancia* con el de la *coherencia*, precisamente, al definir esta última:

La coherencia es la propiedad del texto que selecciona la información (relevante/irrelevante), por lo tanto la coherencia queda regulada por el criterio de relevancia y organiza la estructura comunicativa de una manera determinada: introducción, apartados, conclusiones...etc¹⁰³.

Otro de los investigadores, que también ha resaltado la importancia del “principio de cooperación” en la comprensión de los discursos, es el lingüista Núñez Ladevéze. Para explicar este principio —recalificado por él como “principio de cooperación elocutiva”¹⁰⁴—, este autor parte de un presupuesto genérico que sostiene que “la realización de cualquier fin discursivo concreto exige que el contenido elocutivo sea comprendido”¹⁰⁵. Lo que implica, según este autor, la necesidad de analizar detenidamente las funciones —en su opinión, interdependientes— que ejercen los dos protagonistas del discurso: el comunicante y el intérprete.

La función del comunicante consiste en esforzarse por comunicar aclarando en el lenguaje el sentido; y la del intérprete en esforzarse por interpretar. Cuanto menos facilite el comunicante la

¹⁰³ CASSANY, Daniel: *Op. cit.*, p. 30.

¹⁰⁴ El DRAE define la “elocución” como el *modo de elegir y distribuir los pensamientos y las palabras en el discurso. Manera de hablar para expresar los conceptos.*

¹⁰⁵ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Op. cit.*, p. 230.

*comprensión de la información, más energía tendrá que dedicar el intérprete para comprenderle*¹⁰⁶.

El “principio de cooperación elocutiva” es, por tanto, una aplicación del supuesto general de economía lingüística, También denominado por López-Eire, *principio de economía cognitiva*¹⁰⁷. Postulado desde una perspectiva constructivista, dicho principio se apoya en dos pilares fundamentales¹⁰⁸. Por un lado, el *principio de estrategia discursiva* que afecta al comunicante, y por otro el de *apertura a la información*, en el que se encuentra implicado el oyente.

El *principio de estrategia discursiva* está regulado por el criterio de *relevancia*, según el cuál, “el productor del texto ha de ordenar, ampliar o seleccionar la información disponible para que el intérprete aplique el mínimo esfuerzo intelectual a la comprensión de la información expuesta”¹⁰⁹. Es decir, el comunicante construye el discurso de forma que el oyente obtenga la máxima información comprensible activando el mínimo de recursos cognitivos posibles.

Por su parte, el *principio de apertura a la información* es —para Núñez Ladevéze, citando a Martinet— el que predispone y mueve al oyente a exponerse ante la información. Esto significa que “el intercambio discursivo se funda en la presuposición de que el que no conoce tiene

¹⁰⁶ *Ibidem*, pp. 230-231.

¹⁰⁷ Cfr. LÓPEZ EIRE, Antonio: “Retórica y Publicidad”, en Curso Superior de Filología Hispánica *Lenguaje y persuasión I*. Universidad de Salamanca. 10 de julio de 1998.

¹⁰⁸ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Op. cit.*, p. 230.

¹⁰⁹ *Ibidem*.

interés por aumentar su conocimiento”¹¹⁰. Precisamente, la ampliación del conocimiento supone un esfuerzo, un gasto de energía —del que el oyente no es en absoluto consciente— y que según Ladevéze, ha de verse recompensado por el beneficio que aporta el conocimiento.

En definitiva, el “principio de cooperación” aplicado al discurso parece que regula el gasto de energía tanto del comunicante como del oyente durante todo el proceso de comprensión. Del comunicante, porque debe favorecer la comprensión, y por tanto, debe simplificar la construcción de sus discursos seleccionando muy bien los recursos lingüísticos. Y del oyente, porque le resultará más fácil comprender, en la medida en la que pueda percibir la información de forma directa, es decir, sin utilizar demasiados recursos cognitivos.

En definitiva, todos estos principios presentan, como luego veremos, una aplicación clara a la comunicación radiofónica. Si el emisor pretende conseguir el objetivo último de que el oyente comprenda el discurso, deberá tener muy en cuenta estas ideas a la hora de elaborar el mensaje radiofónico.

Con la comprensión se cierra el ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva. Por tanto, a lo largo del siguiente epígrafe estudiaremos los procesos superiores que están presentes y controlan todo el procesamiento: la atención y la memoria.

¹¹⁰ *Ibidem*, p. 232.

2.3. Procesos superiores: la atención y la memoria.

2.3.1. La atención.

La atención es uno de los procesos superiores, que junto con la memoria, controlan gran parte del ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva.

La atención desempeña un papel fundamental en la vida del ser humano, tal es así que muchos autores la han hecho objeto de su estudio. Pero, pesar de sus múltiples esfuerzos, la mayor parte de ellos no han llegado a un consenso en torno al estudio de la atención.

Arbieto Torres¹¹¹, —recogiendo la definición de Reategui—, considera que la atención es un proceso discriminativo y complejo que acompaña todo el procesamiento cognitivo. Además, es el responsable de filtrar información e ir asignando los recursos para permitir la adaptación interna del organismo en relación a las demandas externas. El mismo autor manifiesta que otros autores como García, Roselló y Ruíz Vargas consideran que la atención es un mecanismo que pone en marcha los procesos que intervienen en el procesamiento de la información, a la vez que participa y facilita el trabajo de todos los procesos cognitivos regulando y ejerciendo un control sobre ellos. Para Rubenstein¹¹² la

¹¹¹ ARBIETO TORRES, Kenny: "La atención", en www.psicologia.com: *Psicología de la Educación para padres y profesionales*.

¹¹² *Ibidem*.

atención posee un rasgo modificador puesto que regula la estructura de los procesos psicológicos, provocando que éstos aparezcan como actividades orientadas a ciertos objetos.

Pero no todos los autores se muestran de acuerdo en hablar de la atención como un proceso o mecanismo. Así, para Colmenero Jiménez, el empleo de estos dos términos es para algunos autores algo inútil puesto que —en palabras de este investigador— se trata de expresiones indeterminadas que se han empleado para hacer referencia a muchos aspectos diferentes, “corriéndose el riesgo de que al final no sirva para explicar nada”¹¹³. De ahí que algunos estudiosos como William James no definan la atención como un mecanismo o un proceso, sino como una capacidad, más en concreto, como “la capacidad del individuo para seleccionar una parte de la información presente de entre un conjunto amplio de ella”. Es decir, la atención se podría describir como: “la toma de posesión por la mente, en forma clara y vivida, de un solo objeto de entre los, en apariencia, numerosos objetos o cursos de pensamientos simultáneamente posibles”¹¹⁴. En la misma línea se manifiesta Colmenero Jiménez, quien también concibe la atención como la capacidad de los sujetos para seleccionar información. Así describe su funcionamiento:

En cada momento llega hasta nuestros receptores sensoriales (también a nuestra consciencia e inconsciencia) una considerable

¹¹³ Cit. en COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Percepción, atención y memoria*. Colección apuntes, Universidad de Jaén, Jaén, 1997, p.181.

¹¹⁴ Cit. en NORMAN, Donald A.: *El procesamiento de la información en el hombre. Memoria y atención*. Paidós, México, 1988, p. 20.

cantidad de información generalmente muy heterogénea, compleja y que suele exceder nuestras capacidades de procesamiento. Nuestra capacidad para adaptarnos, entender y manipular adecuadamente nuestro complejo entorno es posible gracias a nuestras posibilidades atencionales, que nos permiten dirigir nuestros recursos mentales sobre algunos aspectos del entorno y prescindir de otros (selección de información), o bien, repartir dichos recursos óptimamente entre más de un tarea¹¹⁵.

Para realizar este estudio, nosotros concebiremos la atención no como una capacidad, sino como un proceso superior que acompaña casi todo el procesamiento de la comprensión auditiva y cuya función consiste en facilitar o inhibir la activación de las conexiones neuronales. Por ejemplo, la atención será el proceso necesario para que el receptor pase de *oír a escuchar*, como ya hemos estudiado con anterioridad.

Características de la atención.

A pesar de que no existe un acuerdo en definir el proceso de atención, sí hay una afinidad a la hora de describir sus características — muchas de ellas implícitas en las definiciones que proponen los autores—.

Para Dember y Warm¹¹⁶ —siguiendo las teorías de Moray— esta etapa de la cognición viene definida por el aspecto selectivo: la capacidad,

¹¹⁵ COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p.181.

¹¹⁶ DEMBER, William, N. Y WARM, Joel S.: *Psicología de la percepción*. Alianza Psicología, Madrid, 1990, pp. 139-140.

la concentración, la búsqueda, la activación, la predisposición y la vigilancia o atención sostenida. Por su parte, James Williams contempla dos características de la atención: “A su esencia pertenecen la *localización* y la *concentración* de la conciencia. Implica retirarse respecto de algunas cosas para manejar eficazmente otras”.

Posner y Boies¹¹⁷ consideran que existen tres aspectos implicados en la atención: la selección de información y/o respuesta, la capacidad limitada de procesamiento y el mantenimiento de una situación de alerta o vigilancia. Por su parte Ardila, Celada, Cerdá, Luria y Taylor¹¹⁸ señalan que la atención es un proceso que está compuesto por distintas fases, entre las que destaca la fase de orientación, selección y sostenimiento de la misma. Arbieta Torres completa esta relación y sostiene que los rasgos de la atención son: la orientación seleccionadora, la concentración, la distribución, la estabilidad y el oscilamiento de la atención¹¹⁹.

Dada la variedad de términos y características, a continuación desarrollaremos las características comunes y más extendidas entre los autores mencionados.

Orientación selectiva: Es la característica de la atención que se refiere a la capacidad para seleccionar el estímulo que se va a percibir. El receptor decide y selecciona en cada momento qué aspectos del entorno

¹¹⁷ Cit. en De VEGA. Manuel: *Op. cit.*, p. 123.

¹¹⁸ Cit. en ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

¹¹⁹ *Ibidem.*

son relevantes y requieren una elaboración cognitiva, y cuáles son los que rechaza:

La atención permite que una fracción de todos los mensajes concurrentes sea procesada más intensamente y controle nuestra actuación mientras que el resto, eventualmente irrelevante, quedan amortiguados y afectan mínimamente a nuestra conducta¹²⁰.

La naturaleza selectiva de la atención también queda reflejada en la definición que propone Treisman sobre este proceso. Esta autora describe la atención como “el aspecto selectivo de la percepción”¹²¹, estableciendo, por tanto, un vínculo entre ambos procesos. Y no sólo guarda relación con la percepción, para Titchener, el carácter selectivo de la atención también está estrechamente unido al proceso de la memoria.

Capacidad limitada de procesamiento: Esta característica está íntimamente relacionada con el rasgo de *concentración* y con la *distribución de la atención*. El ser humano sólo es capaz de atender a un número limitado de estímulos de entre todos los que le rodean. Esta característica supone que si un sujeto intenta realizar simultáneamente dos tareas relativamente complejas, probablemente encontrará grandes dificultades para llevarlas a cabo de forma eficaz. Ante esta situación caben dos opciones: la primera, consiste en cambiar el foco de atención

¹²⁰ COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p.181.

¹²¹ Cit. en RUÍZ VARGAS, José María y BOTELLA, Juan: “Atención y capacidad de procesamiento de la información”, en DELCLAUX, Isidoro y SEOANE, Julio: *Psicología cognitiva y procesamiento de la información*. Pirámide, Madrid, 1982, p. 109.

para concentrarlo en uno de los dos estímulos. La *concentración* implica, por tanto, excluir de la atención aquel objeto secundario, que pueda interferir en la ejecución correcta de una tarea determinada, para poder focalizar la atención en lo que podríamos llamar el objeto primario. En segundo lugar, si el sujeto decide realizar las dos tareas complejas simultáneamente “sus recursos atencionales limitados deberán *distribuirse* entre ellas, produciéndose interferencias y bajo rendimiento”¹²². Este mismo autor advierte que existe una excepción aparente a esta regla ya que, a veces, se pueden realizar eficazmente dos tareas complejas tales como conducir un automóvil y llevar una conversación coherente; o por ejemplo, comprender el contenido de una conferencia al mismo tiempo que se toman notas escritas. Según este autor, la explicación de este fenómeno no contradice la hipótesis de una capacidad atencional limitada sino que, en los ejemplos anteriores, una de las tareas se realiza automáticamente, es decir, no consume gran cantidad de recursos atencionales, mientras que la ejecución de las otras exige un proceso controlado o lo que es lo mismo, requiere un esfuerzo atencional mayor.

Por eso, en esta misma línea, Ballesteros Jiménez y García Rodríguez diferencian los procesos automáticos de los controlados:

Los procesos automáticos no dependen de las limitaciones de la atención, una vez iniciados prosiguen hasta el final, son extremadamente rápidos, hasta el punto de quedarse fuera de la consciencia, requieren entrenamiento, y su ejecución mejora

¹²² De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 124.

*gradualmente con la práctica. Los procesos controlados, por el contrario, exigen de la atención consciente, están limitados por la memoria a corto plazo, y se trata de rutinas sobreaprendidas*¹²³.

Los estudios de los investigadores norteamericanos Shiffrin y Schneider —recogidos por las dos autoras anteriores— demostraron que con la práctica continuada, los procesos controlados pueden llegar a convertirse en automáticos gracias al paso del tiempo y a la práctica continuada e intensiva de cualquier actividad. Cuando la tarea se ejecuta de forma prácticamente inconsciente se dice que se ha automatizado.

Otra de las cuestiones que analizan los psicólogos respecto a la capacidad limitada de la atención es averiguar qué ocurre con aquella información que no se atiende. Precisamente, el estudio de la capacidad limitada de la atención llevó a Donald Broadbent a proponer su *modelo de filtro atencional o selectivo*¹²⁴. A grandes rasgos, este modelo postula que los estímulos que llegan a los oídos deben atravesar un filtro antes de alcanzar la memoria permitiendo sólo el paso de un único mensaje. Mientras que varios mensajes pueden llegar al oído, todos, excepto uno, serán eliminados por el filtro antes de que se puedan percibir o almacenar en la memoria a largo plazo. Por tanto, según el modelo de Broadbent, la existencia de un mecanismo selector permitirá procesar tan sólo el mensaje atendido, mientras que el resto de información pasará desapercibida.

¹²³ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, pp. 223-225.

¹²⁴ GOLDSTEIN, E. Bruce: *Sensación y percepción*. Debate, Madrid, 1988, p. 215.

Pero este modelo de filtro atencional ha sido muy cuestionado por buena parte de los investigadores que estudian esta materia. Uno de los motivos consiste —en palabras de De Vega— en que el filtro propuesto por Broadbent es un mecanismo selector demasiado rígido:

Es un dispositivo de todo-o-nada que sólo puede centrarse en un canal sensorial o mensaje cada vez. Se selecciona un canal determinado, por ejemplo, el oído izquierdo, procesándose completamente su mensaje; o no se selecciona, permitiéndose completamente su información¹²⁵.

En la misma línea, algunas investigaciones en torno al aspecto limitado de la atención como, por ejemplo, las de Cherry y Treisman¹²⁶ confirman la excesiva rigidez del modelo. Así, Cherry, demostró que los sujetos experimentales eran capaces de apreciar algunos aspectos del mensaje no atendido como, por ejemplo, los cambios en el timbre de la voz. Por su parte, la obtención de unos resultados similares por parte de Treisman, le llevaron a proponer una versión modificada del modelo de Broadbent, el denominado *modelo de filtro atenuado*.

Las investigaciones de Treisman pusieron en alerta a muchos de los investigadores que se postulaban a favor de un mecanismo de selección atencional demasiado rígido:

¹²⁵ De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 131.

¹²⁶ COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p.193.

La información no parecía seleccionarse de una manera tan drástica como había propuesto Broadbent, sino que incluso los mensajes no atendidos parecen ser analizados en paralelo, aun cuando los sujetos no son conscientes de ello¹²⁷.

Cabe entonces preguntarse qué pasa con las informaciones eliminadas por filtración, es decir, las que no se han atendido. A este respecto, Sabine Jörg¹²⁸ sostiene que las informaciones eliminadas por filtración, no se pierden, sino que quedan aletargadas. Así, por ejemplo, aunque un sujeto mantenga una conversación interesante con alguien o una escucha radiofónica, si otra persona un poco alejada pronuncia su nombre, inmediatamente se agudizará el oído sobre esta segunda persona en detrimento de la primera.

Para Bruce Goldstein, a pesar de la existencia de divergencias sobre cómo conciben el filtro atencional los distintos modelos, hay un hecho que permanece incuestionable: “en situaciones altamente informativas —tal y como son las fiestas o reuniones— sólo podemos manejar plenamente una pequeña fracción de la información que alcanzan nuestros oídos”. Por lo que, según este autor, es imposible escuchar a dos personas al mismo tiempo. Por su parte, De Vega mantiene que, hoy en día, los modelos de filtro han entrado en crisis debido al pensamiento un tanto inocente y mecanicista del sistema de procesamiento. Basado en las aportaciones de Neisser —quien niega rotundamente la existencia de ningún mecanismo

¹²⁷ Cit. en De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 133.

¹²⁸ Cit. en CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica. Mediación, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1994, p. 240.

que filtre la información¹²⁹— y las de Norman, De Vega, considera innecesario el filtro y sostiene que la idea que impera actualmente es que los procesos de selección de información no requieren de ninguna estructura específica. Según este autor, la idea más extendida entre los investigadores es que la selección de un mensaje es fruto de la combinación del análisis de las propiedades del *input* y los esquemas anticipatorios o expectativas del sujeto¹³⁰.

En cualquier caso todas las investigaciones en torno a la atención de los últimos años, coinciden en señalar que la atención es limitada. Por tanto, como luego veremos, este será un rasgo determinante que condicionará la elaboración del mensaje radiofónico.

Situación de alerta o vigilancia. Para De Vega, la alerta es una disposición general del organismo que el sujeto utiliza para procesar información. Según este mismo autor, los estados de alerta se caracterizan por oscilar considerablemente presentando fluctuaciones rápidas (*alerta fásica*) o lentas (*alerta tónica*). Para García, Rubenstein y Orjales¹³¹ esta capacidad de oscilar o desplazar la atención puede ser considerado como un tipo de flexibilidad que se manifiesta en situaciones

¹²⁹ NEISSER, Ulric: *Op. cit.*, p. 89.

¹³⁰ Este mismo autor recoge un ejemplo muy ilustrativo: “Si estamos realizando una tarea manual y necesitamos recortar papel, cuando dirigimos nuestra mirada sobre la mesa atestada de objetos, casi inmediatamente hallamos la tijera que necesitamos”. Según De Vega, el fragmento visual correspondiente a la tijera ha sido seleccionado gracias a la congruencia de la propia información visual (análisis de abajo-arriba) y nuestro esquema anticipatorio, posiblemente una imagen mental (proceso de arriba-abajo). De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 141.

¹³¹ Cit. en ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

diversas, esencialmente en las que el sujeto tiene que reorientar su atención de forma apropiada porque se ha distraído o porque tiene que atender a varios estímulos a la vez.

La *alerta fásica* es “un estado transitorio de preparación para procesar un estímulo en una situación específica”¹³². Por ejemplo, se puede generar un estado de *alerta fásica* cuando a un sujeto se le anuncia que va a recibir un estímulo en un breve espacio de tiempo. El período entre la señal y el estímulo genera en el individuo un estado de *alerta fásica*. La *alerta tónica*, implica cambios muchos más lentos en la disponibilidad del organismo para procesar estímulos. Para Colmenero, una manifestación típica de la *alerta tónica* son los ritmos biológicos que se producen a lo largo de la actividad diaria. Así, según este autor “nuestro rendimiento es inferior en las primeras horas de la mañana y aumenta de modo constante en las últimas horas de la tarde, en que empieza a disminuir”¹³³.

Las variaciones de *alerta tónica* probablemente de mayor interés psicológico tienen lugar —según De Vega— cuando los sujetos realizan tareas de vigilancia en las que se presenta un estímulo de modo repetitivo y a gran velocidad. Como consecuencia de ello, puede producirse una disminución de la alerta tónica y, por tanto, el aburrimiento o la fatiga psíquica. De ahí que, De Vega proponga que para un rendimiento óptimo del procesador “se requiere una cierta variabilidad o novedad en la

¹³² De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 124.

¹³³ COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p.182.

estimulación ambiental que mantenga relativamente estable el estado de alerta del sujeto”¹³⁴.

Igualmente, Rubenstein¹³⁵ sostiene que la estabilidad de la atención se obtiene cuando se descubren en el estímulo nuevas facetas, aspectos y relaciones. Del mismo modo, la estabilidad —según el mismo autor— depende también del grado de dificultad de la materia, la peculiaridad y familiaridad con ella, el grado de comprensión, la actitud y la fuerza del interés mostrado por la persona con respecto a la materia.

En resumen, los tres tipos de fenómenos atencionales estudiados conjuntamente nos permiten caracterizar la atención como “un sistema de capacidad limitada que realiza operaciones de selección de información y cuya disponibilidad o estado de alerta fluctúa considerablemente”¹³⁶.

Tipos de atención.

Los criterios para clasificar la atención son muy variados. Arbieta Torres recoge la siguiente tipología atendiendo a distintos aspectos¹³⁷:

- Los mecanismos implicados: *Selectiva, dividida y sostenida.*
- El grado de control: *Voluntaria e involuntaria*
- El objeto al que va dirigida: *Externa e interna.*

¹³⁴ De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 125.

¹³⁵ ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

¹³⁶ De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 125.

¹³⁷ ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

- La modalidad sensorial implicada: *Visual y auditiva*
- La amplitud o intensidad: *Global y selectiva*
- La amplitud o control que se ejerce: *Concentrada y dispersa*

William James completa la tipología anterior al establecer otra clasificación distinta de la atención. Aunque algunos criterios son similares, describen tipos de atención diferentes¹³⁸ :

- Por razón del objeto al que se dirige: *Atención sensorial y atención intelectual.*
- Por razón del interés que la causa: *Atención inmediata y atención derivada.*
- Por razón del modo como es controlada: *Atención activa y atención pasiva o refleja.*

Vamos a explicar los tipos de atención atendiendo a los mecanismos implicados y al grado de control, puesto que son los más investigados, los más extendidos entre los estudiosos de la atención y, por tanto, los que mejor se pueden aplicar a la radio.

¹³⁸ Cit. en COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p.186.

Atendiendo a los mecanismos implicados:

- a. *Atención selectiva*: Para Kirby y Grimley la atención selectiva es “la habilidad de un sujeto para responder a los aspectos esenciales de una tarea o situación y pasar por alto o abstenerse de hacer caso a aquellas que le son irrelevantes”¹³⁹.
- b. *Atención dividida*: Este tipo de atención se genera cuando el sujeto se expone ante una sobrecarga de estímulos y sus recursos atencionales limitados se distribuyen entre las distintas tareas u operaciones mentales concurrentes.
- c. *Atención sostenida*: Según Kirby y Grimley¹⁴⁰ este tipo de atención tiene lugar cuando un sujeto debe mantenerse consciente de los requerimientos de una tarea para poder ocuparse de ella en un período de tiempo prolongado.

Atendiendo al grado de control:

- a. *Atención involuntaria o pasiva*: Este tipo de atención está relacionado con la aparición de un estímulo novedoso y fuerte, sin embargo se desvanece cuando no existe una variación del estímulo y surge la monotonía. No requiere esfuerzos

¹³⁹ Cit. en ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

¹⁴⁰ *Ibidem.*

atencionales por parte del sujeto, ni está relacionada con sus intereses, necesidades y motivaciones.

- b. *Atención voluntaria o activa*: Este tipo de atención requiere esfuerzo y, como tal siempre es derivada puesto que depende de los intereses del individuo. La atención voluntaria sólo puede mantenerse durante unos pocos segundos a no ser que el sujeto descubra aspectos novedosos en el estímulo.

Todos ellos, como veremos después, tienen muchas aplicaciones en la atención del receptor de un mensaje de radio.

Factores y procesos implicados en la atención¹⁴¹.

Ya hemos indicado que el interés es un factor determinante para que el receptor preste o no atención al estímulo que le llega a través de sus sentidos. Sin embargo, el carácter selectivo de la atención está sujeto a otros condicionantes que podrían clasificarse como: factores psicofisiológicos y factores psicosociales y de personalidad del individuo. Todos ellos deberán ser tenidos en cuenta por el comunicador radiofónico puesto, que son fundamentales para captar la atención y lograr la comprensión del mensaje.

¹⁴¹ El contenido de este epígrafe se basa en su mayor parte en las aportaciones de ARBIETO TORRES, Kenny: *Ibidem*.

- **Factores psico-físicos.**

Son factores que tienen que ver con las características físicas que debe reunir cualquier estímulo para poder ser atendido por el receptor. En relación con los estímulos sonoros, éstos deben tener unas características psicoacústicas adecuadas: tono, intensidad, duración y timbre. Precisamente, el concepto de *umbral* —que ya hemos explicado— surge para expresar la menor magnitud del estímulo capaz de generar alguna respuesta en el individuo.

- **Factores psico-sociales y de personalidad del individuo.**

Dentro de estos se encuentran aspectos del sujeto receptor tales como el atractivo del estímulo, su novedad, su originalidad, su capacidad de sorprender, las creencias, las expectativas, las motivaciones, las emociones, las opiniones, los valores, las actitudes, la personalidad, las disposiciones mentales, el grado de implicación, el contexto socio-cultural o la recompensa que el receptor espera obtener de la atención.

Las personas atienden a aquella información que les interesa y les sorprende, que les resulta novedosa, relevante y atractiva. De ahí que Palacios Mejía afirme que generalmente las personas prestan atención a lo nuevo y a lo inesperado¹⁴².

¹⁴² PALACIOS MEJÍA, Luz Amparo: *Op. cit.*, p. 128.

De la relevancia de la personalidad y el sistema de valores en el fenómeno de la atención, destacan los estudios de Berelson, Lazarsfeld, Klapper y Maletzque¹⁴³. Dichas aportaciones inciden en que la audiencia tiende a seguir aquello que está más acorde con su pensamiento, situación y personalidad, mientras que evita aquello que se oponga. Por tanto, coinciden en señalar que se presta más atención a las acciones de las personas o grupos cuando estas acciones confirman o son coherentes con sus propias creencias y opiniones. Por su parte, Palacios Mejía también explica que las personas prestan atención a las cosas que pueden realizarse fácilmente y tienden a rechazar las que, en alguna forma, no están de acuerdo con la concepción que ellos poseen del mundo o las ideas que han establecido para el futuro¹⁴⁴.

De la recompensa que se espera obtener de la atención del mensaje que se le presenta, Palacios Mejía afirma que la atención que un individuo le concede a un hecho o persona está determinada por la relación que tiene con él y con la satisfacción o recompensa que le pueda brindar¹⁴⁵.

Como vemos, la actividad psicológica del hombre se caracteriza por el funcionamiento de distintos procesos y mecanismos que están relacionados entre sí. Por tanto, la atención no es un proceso aislado, sino

¹⁴³ Cit. en CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual...*, p. 138.

¹⁴⁴ PALACIOS MEJÍA, Luz Amparo: *Op. cit.*, p. 128.

¹⁴⁵ *Ibidem*, p.129.

que actúa en función de otros procesos psicológicos como por ejemplo, la motivación y emoción, la percepción, la inteligencia y la memoria.

Atención, motivación y emoción.

La motivación y la emoción son determinantes en la atención. En primer lugar, Puente entiende la motivación como el proceso que inicia, dirige y finalmente detiene una secuencia de conductas dirigidas a una meta. “Es uno de los factores determinantes del comportamiento que tiene que ver con las variables hipotéticas que, en este caso, son los motivos”¹⁴⁶.

Así, para García¹⁴⁷, un estado de alta motivación e interés reduce el foco atencional, mermando la capacidad de la atención dividida. De esta manera, los sentimientos y los afectos que genera el estímulo en el individuo contribuyen a determinar cuál va a ser el foco de atención prioritario.

También la atención, motivación y emoción se encuentran relacionadas desde un punto de vista neurobiológico. Así lo expresa Roselló:

El sistema activador Reticular Ascendente (SARA) que activa el mecanismo atencional establece estrechas relaciones

¹⁴⁶ Cit. en ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

¹⁴⁷ *Ibidem.*

neuroanatómicas con el hipotálamo, que es el centro motivacional por excelencia y forma parte del cerebro de las emociones al estar integrada en el sistema límbico. Además el SARA es también responsable de procesos motivacionales y emocionales por la implicación de vías catecolaminérgicas en los tres procesos¹⁴⁸.

Por tanto, la motivación y la emoción son procesos psicológicos que pueden condicionar la atención.

Atención y percepción.

La atención ha sido concebida en muchas ocasiones como una propiedad de la percepción, gracias a la cual el individuo selecciona con más facilidad la información que le es relevante. De hecho, como ya adelantábamos en las páginas anteriores, Treisman define la atención como el aspecto selectivo de la percepción.

Atención y percepción son dos mecanismos íntimamente relacionados. Se atiende a las cosas que interesa percibir y normalmente se perciben aquellas cosas a las que se atienden. Por eso los efectos más inmediatos de la atención consisten en una percepción más clara y más organizada.

¹⁴⁸ *Ibidem.*

Atención e inteligencia.

La inteligencia es la capacidad que tiene el individuo para ofrecer soluciones rápidas y eficaces ante determinados problemas. En este sentido, la atención contribuiría a optimizar dicha capacidad.

García¹⁴⁹ considera que la capacidad de un individuo para reorientar su atención con cierta velocidad (oscilación de la atención) y de atender a más de un estímulo a la vez (distribución de la atención) pueden ser considerados como componentes importantes de la inteligencia. De esta forma, atención e inteligencia pueden ser definidas en términos de habilidades que permiten manipular gran cantidad de información actuando de forma conjunta.

Atención y memoria.

La memoria es el proceso mental que asegura el almacenamiento y recuperación de la información. Para algunos autores, la atención es uno de los factores asociados a su buen funcionamiento. Por ejemplo, Titchener sostiene que uno de los efectos inmediatos de la atención consiste en hacer percibir, concebir, distinguir y recordar con más claridad que si no mediara dicha facultad; de ahí que este autor afirme que “un objeto al que hayamos prestado una vez atención quedará en la memoria, en tanto al que no hayamos atendido pasará sin dejar rastros”¹⁵⁰.

¹⁴⁹ *Ibidem.*

¹⁵⁰ NORMAN, Donald A.: *Op. cit.*, p. 26.

Sin embargo, hay autores como Ruíz Vargas que consideran que la atención no resulta tan necesaria para la codificación en la memoria dado que “la memoria también se expresa en tareas que no requieren una manifestación consciente de la experiencia pasada, como suele suceder con el aprendizaje implícito o inconsciente”¹⁵¹.

En cualquier caso, podemos concluir que la actividad psicológica del hombre se centra en el funcionamiento conjunto de procesos relacionados entre sí. La atención es uno de ellos y actúa íntimamente vinculado a la motivación, la emoción, la percepción, la memoria y la inteligencia. Así pues, tanto los factores psico-sociales y de personalidad del individuo como los factores psico-físicos pueden condicionar el proceso de atención. Todos ellos deberán tenerse en cuenta por el comunicador radiofónico puesto que necesita reclamar la atención del receptor como paso previo a la comprensión del mensaje.

Estudiamos ahora el siguiente proceso superior que, junto con la atención, participa en el ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva.

2.3.2. La memoria.

La memoria es uno de los procesos superiores que regulan el ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva. Según Celada y Cairo, es

¹⁵¹ ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

“el proceso mental mediante el cual la persona fija y conserva las experiencias vividas y las re-actualiza de acuerdo a las necesidades del presente”¹⁵². Para Baddeley la memoria es “la capacidad que permite mantener activos diferentes elementos de la información mientras se integran unos con otros”¹⁵³.

En cualquier caso, y al margen de matices, la mayor parte de los manuales de psicología coinciden en señalar que la memoria es un proceso psicológico que sirve para almacenar información, codificarla y registrarla para su posterior recuperación.

*El principal valor de este proceso psicológico para la vida humana consiste en que la información adquirida a través del aprendizaje se almacena y se recupera cuando se considera necesario con rapidez y precisión. Todo lo que conocemos sobre el lenguaje, sobre el mundo, y sobre nuestra propia historia personal se encuentra registrado en ese enorme almacén al que llamamos memoria*¹⁵⁴.

En el estudio de la memoria, como en el de los demás procesos psicológicos, algunos autores han destacado los componentes estructurales de la memoria —el modelo estructural de la memoria humana— mientras que otros han resaltado la importancia del procesamiento —modelo de la memoria como procesamiento de la

¹⁵² *Ibidem*.

¹⁵³ Cit. en BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 385.

¹⁵⁴ *Ibidem*, p. 404.

información—. El *modelo estructural de memoria humana* postula la existencia de tres tipos diferentes de almacenes o estructuras de memoria: el registro sensorial, la memoria a corto plazo (MCP) y la memoria a largo plazo (MLP). Para el *modelo de procesamiento de la información*, sólo existe un tipo de memoria cuyo funcionamiento puede ser comparado con el de un ordenador.

En los últimos años, la psicología actual ha ido dejando a un lado el enfoque estructural o de memorias múltiples para centrarse en el *modelo de la memoria como procesamiento de la información*; concretamente, en los grados de procesamiento y en las denominadas “operaciones de control” tales como el *almacenamiento* —proceso por el que la información ocupa un lugar en el sistema—, la *codificación* —definida por Lahey como “el procedimiento por el que la información se representa de alguna forma en el sistema de memoria”¹⁵⁵— y la *recuperación* o acceso a la información almacenada. Vamos a explicar cada uno de los dos modelos.

Tipos de memoria.

Los distintos autores han propuesto dos clasificaciones principales sobre los tipos de memoria del ser humano. La que hace referencia a la existencia de distintos tipos de memoria —postulada por el modelo estructural— y la que analiza los niveles de procesamiento de la información —planteada por el modelo de procesamiento—.

¹⁵⁵ LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, p. 263.

Modelo estructural de la memoria humana o Teoría de la Memoria Múltiple.

Este modelo se basa en la tesis de que el ser humano posee tres almacenes de memoria: el registro sensorial (RS), la memoria a corto plazo (MCP) y la memoria a largo plazo (MLP). Estos almacenes son los componentes estructurales del sistema de la memoria y se diferencian de la información que contienen.

Más que almacenes diferentes, Garzón y Seoane¹⁵⁶ hablan de tres etapas o fases de la memoria. Así explican su funcionamiento: los estímulos físicos son recogidos por diferentes procesos neurosensoriales y mantenidos por un período corto de tiempo en unas *memorias sensoriales*, con el fin de que haya un reconocimiento. Tales procesos recogen la información pertinente de las memorias sensoriales y lo transmiten a otra estructura transitoria de la memoria, *la memoria a corto plazo (MCP)*. Otros mecanismos ponen en contacto la información registrada por la MCP con viejos contenidos previamente adquiridos, produciéndose así la transferencia a la *memoria a largo plazo (MLP)*. Así, esta transformación quedaría integrada de modo permanente en el sistema de conocimiento. Explicamos cada paso.

¹⁵⁶ GARZÓN, Adela y SEOANE, Julio: "La memoria desde el procesamiento de información", en DELCLAUX, Isidoro y SEOANE, Julio: *Op. cit.*, p. 119.

a. El registro sensorial o memoria instantánea

Es el primer almacén de memoria en el que se registra la información que llega a los sentidos. Su duración es brevísima, aproximadamente entre un cuarto de segundo a dos segundos. La memoria sensorial está diseñada para mantener una imagen exacta de cada experiencia sensorial hasta que pueda procesarse completamente. Para Garzón y Seoane¹⁵⁷, esta memoria permite llevar a cabo un primer registro de todo el estímulo puesto que no es capaz de distinguir la información relevante de la irrelevante.

Su función principal consiste según Baddeley en “prolongar brevemente los estímulos, con el fin de asegurar su procesamiento posterior”¹⁵⁸. Es decir, retener la información el tiempo suficiente para identificar las sensaciones y los rasgos físicos de los estímulos para transferir la información a la siguiente fase o almacén de memoria.

A pesar de que los psicólogos reconocen que existe un almacén sensorial para cada uno de los sentidos, los más estudiados son los relacionados con la vista y el oído. Así, Neisser¹⁵⁹ ha denominado a estas memorias, *memoria icónica* y

¹⁵⁷ *Ibidem*, p. 120.

¹⁵⁸ Cit. en BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 412.

¹⁵⁹ *Ibidem*. p. 409.

memoria ecoica dependiendo de si la información llega a través de la visión o a través del oído.

En lo que se refiere a la información auditiva —la que más nos interesa para elaborar este trabajo—, las investigaciones de Cowan¹⁶⁰ concluyen que se retiene una imagen vivida de lo que oímos alrededor de un cuarto de segundo, aunque según los estudios de Tarp y Mayer¹⁶¹ se puede mantener un “eco” más débil hasta un periodo un poco más largo de cuatro segundos. Esto significa que la *memoria ecoica* puede prolongarse por un período sensiblemente mayor.

b. La memoria a corto plazo o memoria de trabajo

Este tipo de memoria es la que el filósofo Williams James calificó como memoria primaria; un tipo de memoria inmediata, de acontecimientos actuales, consciente y transitoria. Según Ballesteros Jiménez y García Rodríguez el concepto de memoria primaria de James estaba muy próximo al de atención consciente¹⁶². En líneas generales, la MCP es la encargada de

¹⁶⁰ Cit. en LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, p. 264.

¹⁶¹ Tarp y Mayer consideran que, a veces, pueden percibirse las huellas de la información auditiva como una especie de eco que prolonga la duración. Lahey explica este fenómeno con un ejemplo: la mayoría hemos tenido la experiencia de estar absortos leyendo un libro y, de repente, un amigo nos dice algo. Pues bien, según este autor, si dejamos de prestar atención al libro lo suficientemente rápido, podemos “oír de nuevo” lo que nos ha dicho “al remitirnos al eco de la sensación auditiva almacenada en el registro sensorial”. Cit. en *Ibidem*, p. 265.

¹⁶² BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRIGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 406.

retener la información que ha sido transferida desde la memoria sensorial. Para Lahey, no es necesario transferir intencionalmente la información a la MCP, ya que por lo general, “el simple hecho de prestar atención a la información es suficiente para transferirla”¹⁶³.

En general, la información almacenada en la MCP se pierde en menos de medio minuto —entre quince a treinta segundos, a menos que —como indican Ellis y Hunt¹⁶⁴— la información sea reiterada o repasada. Su capacidad de almacenamiento es bastante limitada. Y, a pesar de que resulta muy complicado determinar con exactitud cuál es su amplitud exacta, puesto que está condicionada por la naturaleza de la información y por la capacidad del individuo para comprender las frases, algunas investigaciones como la del psicólogo George Miller, han demostrado que la MCP puede retener siete elementos independientes y, en raras ocasiones, hasta nueve.

A pesar de esta restricción, existen algunas formas efectivas de superar la limitación de la MCP. Nos referimos al fenómeno que se conoce como “agrupamiento” o “chunking” y que consiste —en palabras de Ballesteros Jiménez y García Rodríguez¹⁶⁵— en relacionar los estímulos y agruparlos en unidades dotadas de sentido, en vez de mantener los diferentes elementos en la memoria como informaciones independientes. En este sentido, puede decirse

¹⁶³ LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, p. 265.

¹⁶⁴ *Ibidem.*

¹⁶⁵ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 414.

que la memoria humana es de naturaleza asociativa, es decir, es capaz de establecer enlaces y relaciones entre los elementos percibidos. Gracias a ello, las personas pueden relacionar vivencias, detectar semejanzas y recurrir a experiencias pasadas como base para comprender la información que se les proporciona.

Refiriéndose a la naturaleza asociativa de la memoria, Goldstein recoge las ya conocidas leyes de asociación o leyes de la organización perceptiva que los psicólogos de la Gestalt han denominado *Ley de Similitud*, *Ley de Contrastes* y *Ley de Contigüidad o Proximidad*¹⁶⁶. La *Ley de Semejanza* señala que tendemos a asociar las imágenes que son parecidas entre sí, ya sea por el color, la forma, la función, la estructura, etc. Ante un conjunto de estímulos diferentes, los que son semejantes, tienden percibirse formando parte del mismo grupo. Por la *Ley de Contrastes* se asocian aquellas imágenes que son contrarias, como por ejemplo, blanco/negro o alto/bajo. La asociación de imágenes simultáneas o inmediatamente sucesivas responde a la *Ley de Contigüidad*, que se aplica tanto al espacio como al tiempo; es decir los objetos que se han percibido en un mismo lugar, período de tiempo o que están espacialmente cercanos entre sí tienden a asociarse mentalmente

Como resultado del establecimiento de asociaciones, surge lo que los psicólogos denominan esquemas. Fue el psicólogo inglés Bartlett, quien en 1886 propuso la conocida *Teoría de los esquemas*

¹⁶⁶ Cfr. GOLDSTEIN, E. Bruce: *Op. cit.*, pp. 190-198.

y su influencia en el recuerdo. Siguiendo sus aportaciones, Ballesteros Jiménez y García Rodríguez, definen los esquemas como “conocimientos almacenados o representados en la memoria como consecuencias de las experiencias pasadas”¹⁶⁷.

Para esta teoría, el conocimiento almacenado en la memoria está organizado formando una serie de esquemas o representaciones mentales que se corresponden con el conocimiento que el sujeto posee sobre un objeto o situación. Según este enfoque, aquello que se recuerda está influido por los conocimientos previos, las experiencias y las expectativas del individuo. Una idea que pone de manifiesto que la memoria no es un proceso pasivo, sino que transforma el material que recibe y lo almacena de la forma más coherente desde el punto de vista del receptor:

*La información que las personas codifican, almacenan y recuerdan viene determinada por ciertos esquemas que existen en su memoria contruidos a partir de la experiencia previa. El resultado más importante es que el recuerdo de determinados acontecimientos se transforma hasta hacer que coincida con la información contenida en dichos esquemas*¹⁶⁸.

Nos encontramos pues con otro rasgo característico de la memoria: la coherencia. Según este aspecto, la memoria cuando almacena y recupera información lo hace de forma coherente: de

¹⁶⁷ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 396.

¹⁶⁸ *Ibidem*.

acuerdo a la actitud previa del sujeto, a su interés personal y a su conocimiento anterior. Para ello, recurre a seis técnicas distintas:

1. *Omisión.* Mediante esta fórmula la memoria descarta los detalles y aquellas características del mensaje que no se ajustan a los intereses del sujeto.
2. *Racionalización.* A través de este sistema, los individuos intentan explicar aquellos aspectos que no encajan con sus expectativas añadiendo datos nuevos —derivados de su propia experiencia— a la información que se les ha proporcionado previamente.
3. *Detalle dominante.* Gracias a esta técnica la memoria puede seleccionar un dato importante del mensaje que le sirva de guía para almacenar el resto del material expuesto.
4. *Transformación de los detalles.* Mediante esta técnica, el recuerdo convierte aquello que le es más desconocido —por ejemplo, palabras complejas— en algo más cercano y familiar.
5. *Cambio de orden.* Esta fórmula permite que el recuerdo transforme la disposición de los elementos y de las situaciones.

6. *La actitud del individuo.* Cuando un sujeto intenta recordar, por ejemplo, una narración, lo primero que intenta evocar es su actitud hacia ella.

Además de almacenar temporalmente la información, la MCP sirve —según Baddeley y Hitch— como *memoria operativa* o *de trabajo*, es decir, se utiliza para realizar de forma activa otras funciones cognitivas —como por ejemplo, la repetición de un material, el aprendizaje, la comprensión del lenguaje o tareas de razonamiento— en las que el sujeto debe retener información durante algún tiempo para operar con ella. En este sentido, Baddeley y Hitch contemplan la MCP no como un simple almacén o estructura pasiva que sirve para retener una pequeña cantidad de elementos, sino “como un proceso activo que influye en cualquier actividad cognitiva que exija pensamiento consciente”¹⁶⁹.

Los estudios más recientes sobre la llamada *memoria operativa* de Baddeley conceptúan la MCP como un *sistema atencional* compuesto por un *ejecutivo central* que se encarga de controlar a otros componentes que operan de forma concurrente. Estos componentes¹⁷⁰ son: el *bucle fonológico* —que almacena la

¹⁶⁹ *Ibidem*, p. 421.

¹⁷⁰ El *ejecutivo central* ejerce las funciones de control atencional, tiene la capacidad limitada y está en relación con dos sistemas de memoria encargados de mantener la información durante un cierto tiempo. En concreto, el *bucle fonológico* almacena la información verbal de manera temporal. Este sistema está formado por el sistema de control articulatorio que es un sistema de repetición verbal (como la “voz interior”) y el almacén fonológico que es un sistema de almacenamiento de tipo verbal (como el “oído

información verbal de manera temporal durante el procesamiento del lenguaje— y la *agenda visoespacial* —encargada de almacenar información visual y espacial durante un cierto período de tiempo—.

Para el modelo de *memoria operativa* de Baddeley, el *bucle fonológico* se encuentra implicado en la relación del habla con la MCP y, por tanto, en la comprensión del lenguaje oral. Durante este proceso, el *bucle* actuaría como un sistema de almacén de información verbal —durante un breve espacio de tiempo— intentando solventar el leve retraso que supone la comprensión con respecto a la percepción inicial de la información.

Un sujeto es capaz de comprender la idea general de un discurso oral porque puede mantener sin esfuerzo las ideas de cada una de las frases en la MCP. De este modo, una de las razones por las que un texto puede resultar incomprensible reside en que la información contenida en las frases que lo componen pueden sobrepasar la capacidad de la MCP¹⁷¹.

interno”). Estos dos sistemas se comunican entre sí. La *agenda visoespacial* actúa como el “ojo interior”. *Ibidem*, p. 422.

¹⁷¹ Colmenero recoge una investigación realizada por Kintsch y Vipond que ilustra perfectamente esta idea. Estos autores compararon los discursos de los candidatos Eisenhower y Stevenson durante la campaña electoral del año 1950. Kintsch y Vipond hallaron que la comprensión de los discursos de Stevenson exigía unas demandas de capacidad de MCP mayores que las necesarias para seguir los discursos de Eisenhower, por lo que concluyeron que muchos votantes no pudieron comprender bien al perdedor de las elecciones, Stevenson. COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p. 269.

Pero durante el proceso de comprensión —en palabras de Colmenero— “la utilidad de la MCP no está limitada al material verbal”¹⁷² sino que este tipo de memoria también es capaz de conservar imágenes visuales en lo que se denomina *agenda visoespacial*.

En líneas generales, la actuación de los dos componentes de la *memoria operativa* durante el proceso de comprensión podría explicarse de la siguiente manera: cuando un sujeto ha de comprender una frase, su MCP actúa temporalmente en dos niveles: por un lado, recoge el material verbal necesario hasta que se pueda procesar completamente la información y, por otro, retiene y manipula la imagen visual —o representación mental— de ese material que le ha sido transferida desde la MLP. Es decir, el sujeto recupera de la MLP la imagen visual que posee sobre el objeto que quiere comprender y la transporta a la MCP donde ya puede operar con ella¹⁷³. Nos encontramos aquí con un aspecto fundamental para el comunicador radiofónico: uno de los mecanismos que afectan al proceso de la memoria es la creación de imágenes mentales de tipo visual.

¹⁷² *Ibidem*.

¹⁷³ Colmenero ilustra muy bien el funcionamiento de la *agenda visoespacial* con el siguiente ejemplo: la estrategia típica para responder a una pregunta como la de “¿Cuántas ventanas hay en la casa de tu amigo Juan?” es formar una *imagen visual* de la casa a partir de la MLP y luego, manteniendo dicha imagen en la MCP, se realiza una manipulación visual, es decir, se cuentan las ventanas. *Ibidem*, p. 269.

Otro fenómeno muy importante que se puede originar en el proceso de memorización es el olvido o la pérdida de la información que en algún momento estuvo almacenada en la memoria del sujeto. Según Colmenero Jiménez, los psicólogos consideran que el olvido puede ocurrir por la combinación de distintos mecanismos o causas:

- *Decaimiento o desvanecimiento.* La información puede desaparecer por el transcurso del tiempo.
- *Desplazamiento.* Hay una capacidad de almacenamiento limitada y cuando se cubre es necesario 'borrar' o eliminar algún elemento para introducir otro nuevo.
- *Interferencia.* Se confunden unos elementos de información con otros por ser muy similares.

Así, el olvido aumenta a medida que lo hace el número de elementos de información que hay que recordar, por un efecto de desplazamiento. Asimismo, cuanto mayor sea la similitud entre los elementos retenidos mayor será la interferencia y el olvido de información¹⁷⁴.

Por tanto, la memoria a corto plazo, debido a su capacidad limitada, deberá ser tenida muy en cuenta por aquel comunicador radiofónico que quiera elaborar sus mensajes de forma comprensible.

¹⁷⁴ *Ibidem*, p. 260.

b. La memoria a largo plazo

Es el almacén de aquella información que debe conservarse durante un largo período de tiempo. Para el modelo de memoria múltiple, la MLP se trata de una memoria que dista mucho de la MCP. Las diferencias que existen entre ambas, están basadas en cuatro aspectos:

1. La forma de recuperar la información
2. La forma en la que se almacena la información
3. Las razones por las que se produce el olvido
4. La localización física en el cerebro humano.

Veamos por separado cada una de estas diferencias¹⁷⁵.

1. La forma de recuperar la información: Cuando un sujeto trata de recuperar la información de la MLP, no puede explorar todos los contenidos almacenados en ella —tal y como ocurre en la MCP—. Según Lahey, la MLP tiene que *indizarse*, es decir, la información se recupera mediante unas claves o índices determinados. Para este mismo autor, la recuperación puede producirse por un acto intencional como, por ejemplo, al intentar recordar el nombre de un cargo político, o involuntario, cuando al oír una canción, ésta nos trae un recuerdo determinado. En

¹⁷⁵ El contenido y los autores citados en este epígrafe se han recogido en LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, pp. 268-269.

cualquiera de los dos casos —dice Lahey— solamente se recupera la información relacionada con esa clave y no todos los contenidos de la MLP.

2. La forma en la que se almacena la información: Mientras que la MCP almacena con más facilidad los atributos físicos de la experiencia (lo que se vive, se hace, se come, se toca o se oye) y, de forma especial, los códigos acústicos, la MLP —según Cowan— conserva mejor la información en función del significado o de los códigos semánticos.
3. Las razones por las que se produce el olvido: Toda información almacenada en la MCP, que no se repase o se procese, sale del sistema, es decir, se olvida. Por el contrario, la información contenida en la MLP no sólo es duradera, sino que, según Lahey, la mayor parte de las investigaciones, —entre las que destaca las realizadas por Bahrick— demuestran que la MLP es permanente. Si esto fuera así, como explican Matlin, Reynolds y Flagg, significa que el olvido se produce en la MLP no porque se borre el recuerdo, sino porque por alguna circunstancia especial el sujeto es incapaz de recuperarlo.
4. La localización física en el cerebro humano: Para Lahey, basándose en las aportaciones de Fuster, Goldman-Rakic y Williams, la MCP es básicamente una función de los lóbulos frontales de la corteza cerebral, mientras que la información

almacenada en la MLP se mantiene primero en el hipocampo y luego se transfiere a las áreas de la corteza cerebral relacionadas con el lenguaje y la percepción para su almacenamiento permanente.

En definitiva, lo más relevante de la MLP es que es una estructura que almacena de modo permanente o casi permanente hechos importantes para el individuo.

Tipos de memoria a largo plazo.

Según Tulving existen tres tipos de almacenamiento en la MLP: la memoria episódica, la semántica y la procedimental. Cada una de ellas posee características específicas y se basan en mecanismo cerebrales diferentes.

a) La *memoria episódica*: Es la que retiene la información sobre las experiencias personales del individuo que pueden definirse en términos de espacio y tiempo. A esta característica, De Vega señala que la memoria episódica tiene un carácter autobiográfico, retiene información aprendida, almacena eventos, es proclive a la interferencia y el olvido y no tiene capacidad inferencial¹⁷⁶. Un ejemplo de la memoria episódica sería el recuerdo de un determinado hecho ocurrido en las últimas vacaciones de verano de un individuo. Se trata de un evento autobiográfico y localizado espacial y temporalmente en el registro episódico de cualquier persona.

¹⁷⁶ Cfr. De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, pp. 199-200.

Un fenómeno típico de la memoria episódica es que se recuerdan con mayor facilidad aquellos términos que guardan una relación semántica. Por ejemplo, se evocan mejor el conjunto de palabras “perro y gato” que el de “perro y manzana”.

b) La *memoria semántica*. Es la memoria que retiene información sobre el significado de las palabras y los conceptos. Para De Vega las características de la memoria semántica frente a las de la memoria episódica se resumen en las siguientes: “Organización conceptual, referencia cognitiva, escasa interferencia, recupera información no necesariamente aprendida, con capacidad inferencial y retiene conocimientos”¹⁷⁷. Para este mismo autor, la memoria semántica es un gran almacén de conceptos organizados en el que se conservan los conocimientos sobre el significado de las palabras, las reglas gramaticales, las reglas para solventar problemas o, por ejemplo, los conocimientos generales sobre el mundo físico y social. Por otro lado, la *memoria semántica* no tiene carácter autobiográfico ni tampoco hace referencia al espacio ni al tiempo y, además, puede recuperar una información que no ha sido necesariamente aprendida de forma explícita sino que el sujeto la ha obtenido mediante un proceso lógico y deductivo.

A pesar de que existen diferencias entre la memoria episódica y semántica, algunos psicólogos las agrupan bajo la denominación de una única memoria: la *memoria declarativa*. Según Lahey esta fusión, estaría justificada porque ambas —las memorias semántica y episódica— tienen,

¹⁷⁷ *Ibidem*, p. 200.

al menos, un aspecto en común: que “pueden describirse (declararse) con palabras”¹⁷⁸. Por ejemplo, no existe ninguna dificultad en explicar verbalmente qué es un violín, pero sí resulta complicado describir cómo tocarlo sin manipularlo.

c) La *memoria procedimental*. Es la memoria que se refiere a las habilidades, en concreto a las destrezas motoras y cognitivas que se adquieren a través de la experiencia. Este tipo de memoria se demuestra por la realización de acciones muy básicas, como por ejemplo, atarse el cordón de un zapato o tocar un instrumento musical. Este tipo de memoria se suele activar sin necesidad de recuperar los contenidos conscientemente, ya que se manifiestan a través de la realización de la actividad misma. Es decir, —siguiendo los ejemplos anteriores— resultaría muy difícil describir verbalmente cómo se ata el cordón de un zapato sin atarlo o cómo se conduce un vehículo sin conducirlo.

En conclusión, si continuamos con alguno de los ejemplos anteriores, podemos sintetizar los distintos tipos de memoria a largo plazo de la siguiente manera:

1. La *memoria declarativa*: a) La *memoria episódica*: El sujeto recuerda cuándo le regalaron su primera moto. b) La *memoria semántica*: El sujeto sabe qué es una moto.

¹⁷⁸ LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, p. 271.

2. La *memoria procedimental*: El sujeto recuerda cómo conduce una moto.

Modelo de niveles de procesamiento.

Junto al *modelo estructural de la memoria humana* o *Teoría de la memoria múltiple* se encuentra el *modelo de niveles de procesamiento*. Este modelo es propuesto por Fergus Craick y Robert Lockhart¹⁷⁹ como un modelo alternativo al modelo estructural. Para este enfoque, la distinción entre MLP y MCP depende más de la profundidad con la que se procesa la información, durante el proceso de codificación, que del tipo de almacén donde se conserva, por lo que —en palabras de Lahey— el tiempo de almacenamiento es más una “cuestión de grado que de almacenes separados”¹⁸⁰.

Para este modelo, tanto cerebro como ordenador realizan operaciones semejantes, tales como manipular símbolos, realizar cálculos y almacenar información. Según este enfoque, los datos, tanto en la mente humana como en el ordenador, deben ser codificados de manera que puedan ser almacenados en el cerebro o en el disco duro de la máquina.

Según el modelo de procesamiento, la memoria es un proceso en el que interviene la atención, la codificación y la transferencia a un almacén desde el que puede recuperarse la información. Éste sería el

¹⁷⁹ Cit. en COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p. 291.

¹⁸⁰ LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, p. 278.

funcionamiento: la información externa entra en el sistema de memoria a través de unos receptores sensoriales. La atención opera a este nivel seleccionando la información para un procesamiento posterior. La información sensorial bruta seleccionada se representa o *codifica* —en forma de códigos acústicos (sonidos), códigos visuales (imágenes) o, por ejemplo, en códigos semánticos (significado de las palabras)— de manera que pueda utilizarse en las siguientes fases de la memoria. Otros mecanismos de control transferirán la información a un almacén de memoria más duradera. Cuando se necesita la información almacenada, ésta se *recupera* de la memoria.

El *modelo de niveles de procesamiento* sostiene, por tanto, la existencia de tan sólo un almacén de memoria con dos niveles de procesamiento distintos: superficial y profundo. Así, este enfoque plantea que la información que se procesa con mayor profundidad se almacena de forma más duradera que aquella información que se procesa de modo más superficial.

El *procesamiento superficial* supone, según Ellis¹⁸¹, la codificación de la información perceptiva superficial, mientras que el *procesamiento profundo* implica la codificación y comprensión del significado. Además, para Lahey, —basándose en las aportaciones de Ellis y Hunt—, el procesamiento profundo también supone una mayor *elaboración* de los recuerdos, ya que favorece “el proceso de crear asociaciones entre un

¹⁸¹ *Ibidem.*

recuerdo nuevo y los recuerdos existentes”¹⁸², de la misma forma que aumentan las posibilidades de utilizar posteriormente dicha información. De ahí que Lahey aconseje que si se quiere retener información por mucho tiempo y además ser capaz de recuperarla fácilmente el sujeto “deberá dedicar el tiempo y el esfuerzo necesarios para comprender y elaborar la información a medida que la aprenda”¹⁸³.

Una vez estudiados los dos modelos, podemos concluir que los planteamientos de ambas teorías resultan complementarios ya que, si el primero demuestra que existe el registro sensorial, la MCP y la MLP, también es cierto que la distinción entre niveles de procesamiento resulta un planteamiento relevante ya que deja claro que la memoria no constituye un mero registro pasivo de información. Como resultado de las investigaciones sobre los planteamientos de ambos enfoques, los modelos de procesamiento de la información actuales incorporan aportaciones de las dos. De esta manera, se reconoce la existencia de los dos grados de procesamiento —superficial y profundo— así como de la MCP, esta última considerada como parte de la MLP, que se encuentra temporalmente activada por la información sensorial o la atención.

Al margen de las aportaciones que ofrecen ambos enfoques, en los últimos años, ha surgido un gran interés en el estudio de otros dos tipos de memoria de larga duración. A partir de las investigaciones realizadas con pacientes amnésicos, Graf y Schacter distinguieron en 1985 la

¹⁸² *Ibidem*, p. 279.

¹⁸³ *Ibidem*.

denominada *memoria implícita* y la *memoria explícita* o memoria consciente. Estos dos autores estudian las diferencias que existen entre ambos tipos de memoria:

*La memoria o conocimiento implícito se pone de manifiesto cuando la ejecución de una tarea se ve facilitada en ausencia de recuperación consciente de información. La memoria o conocimiento explícito se revela en tareas que necesitan de la recuperación consciente de experiencia o conocimiento previo*¹⁸⁴.

De la misma manera, Ballesteros Jiménez y García Rodríguez¹⁸⁵ explican que la *memoria implícita* supone la recuperación no intencional de la experiencia previamente adquirida, mientras que la *memoria explícita* hace referencia a la recuperación intencional y consciente de la experiencia pasada. Estos autores coinciden en señalar que una de las principales razones por las que es importante diferenciar memoria implícita y explícita es porque se pone de manifiesto las características particulares de los métodos tradicionales que evalúan la memoria. Las pruebas que se han utilizado para comprobar la memoria implícita son muy variadas, desde tareas de identificación perceptiva hasta completar palabras o nombrar objetos.

La memoria explícita se evalúa a través de la recuperación intencional y consciente del material que se ha presentado previamente.

¹⁸⁴ Cit. en COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p. 290.

¹⁸⁵ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 439.

Hasta aquí hemos explicado los tipos de memoria y los dos modelos más importantes que las definen. En el siguiente apartado trataremos de estudiar cuáles son los métodos de evaluación de este proceso superior.

Procedimientos básicos para medir la memoria: la recuperación del recuerdo.

Los psicólogos han distinguido varias formas diferentes de medir la recuperación de los recuerdos¹⁸⁶: el método de recuerdo libre, el reconocimiento, el aprendizaje de pares asociados, las tareas distractoras y las tareas de sondeo. A este listado, Lahey añade el método de reaprendizaje¹⁸⁷. Entre todos estos procedimientos, los más empleados han sido los dos primeros:

1. *El método de recuerdo libre* es una medida de la memoria que implica el recuerdo de información sin que previamente se ofrezcan pistas a los sujetos experimentales. Consiste en presentar al sujeto experimental una serie de elementos auditivos o visuales que debe tratar de recordar, pasado un tiempo de retención, en el orden que quiera.
2. *El método de reconocimiento* se basa en la capacidad de los sujetos para seleccionar la información correcta entre las opciones que se ofrecen. La tarea del sujeto experimental consiste en

¹⁸⁶ COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Op. cit.*, p. 234.

¹⁸⁷ LAHEY, Benjamín B.: *Op. cit.*, p. 276.

identificar los elementos que se le han expuesto previamente de entre los elementos nuevos, también llamados elementos distractores. Pueden distinguirse tres tipos de pruebas de reconocimiento: a) Prueba de reconocimiento SI/NO: requiere del sujeto una respuesta de verdadero o falso a una pregunta previa. b) Prueba de reconocimiento de elección forzada¹⁸⁸: se presentan varias alternativas de respuestas de las cuáles sólo una es verdadera. c) Prueba de reconocimiento “en lote”: se muestran todos los elementos simultáneamente y el sujeto experimental tiene que identificar de una vez los elementos estudiados de los nuevos.

Uno de los efectos más característicos que se producen en el proceso de recuperación de una serie de elementos es el llamado *efecto de posición serial*. Sus consecuencias producen tres niveles de recuerdo: un buen recuerdo de los elementos ubicados en primer lugar —*efecto de primacía*—, un recuerdo mínimo de los elementos centrales, y un buen recuerdo también, de aquellos que se encuentran situados al final —*efecto de recencia*—. Estos efectos se han interpretado de la siguiente manera: el *efecto de primacía* se produce por la ausencia de información previa y porque el sujeto tiene más posibilidad de repetir internamente las primeras palabras. Como consecuencia de ello, pasarían a la MLP evitando las posibles interferencias. Por su parte, el *efecto de recencia*, o el buen recuerdo de los elementos ubicados en el último lugar, se produce porque éstos todavía están almacenados en la MCP por lo que presentan una

¹⁸⁸ El método elegido para llevar a cabo el trabajo experimental de esta tesis es la prueba de *reconocimiento de elección forzada*. Lo explicaremos detalladamente en el capítulo IV.

elevada probabilidad de ser recordados. En cuanto a los elementos intermedios, estos se recuerdan peor debido a que tienen menos posibilidades de repetición —y como consecuencia no pueden ser transferidos a la memoria permanente—, y porque son desplazados de la memoria primaria por aquellos elementos que siguen en la presentación.

Pero el efecto de estos principios presenta algunos matices. Según Lahey, se evocan mejor los primeros y los últimos elementos siempre y cuando se compruebe el recuerdo inmediatamente después de presentar el último elemento. Sin embargo, cuando la prueba se retrasa treinta segundos, se recuerdan menos elementos del final, lo que indica —en palabras de Lahey— “que al menos algunos de los últimos elementos de la lista se han almacenado solamente en la MCP”¹⁸⁹.

Además de la memoria, los sistemas de medición de recuerdo también pueden aplicarse a otros procesos psicológicos tales como la atención y la comprensión. En este sentido, Garzón y Seoane, siguiendo las aportaciones de Anderson y Bower, aseguran que la comprobación del recuerdo puede tomarse como índice de la atención prestada y la comprensión de lo escuchado o leído¹⁹⁰. Asimismo, Briñol, De la Corte y Becerra opinan que “el recuerdo es un indicador del nivel de recepción del mensaje, puesto que no podría haber memoria de aquél sino hubiera sido adecuadamente recibido y comprendido por su destinatario”¹⁹¹. En la

¹⁸⁹ *Ibidem*, p. 277.

¹⁹⁰ GARZÓN, Adela y SEOANE, Julio: *Op. cit.*, p. 128.

¹⁹¹ BRIÑOL TORNES, Pablo; De la CORTE IBÁÑEZ, Luis y BECERRA GRANDE, Alberto: *¿Qué es persuasión?* Biblioteca Nueva, Madrid, 2001, p. 169.

misma línea, Donald Norman, vincula la atención con la memoria sosteniendo que el objeto al que se atiende se conserva mejor, es más claro, y llega a la conciencia más rápidamente que los objetos a los que no se atienden: La atención influye sobre la retención, la claridad y el tiempo de reacción¹⁹².

El análisis sobre el funcionamiento de la memoria desarrollado en este epígrafe nos va a permitir determinar una serie de orientaciones importantísimas sobre cómo debe construirse el mensaje informativo radiofónico —en concreto el boletín radiofónico— con el objetivo de que el emisor actúe sobre la memoria de los oyentes.

Una vez desarrollado el ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva, nos detendremos a continuación a estudiar el mensaje radiofónico para determinar las características expresivas que definen el canal y condicionan la elaboración de los programas informativos.

¹⁹² NORMAN, Donald A.: *Op. cit.*, pp. 24-28.

CAPÍTULO II.

EL MENSAJE INFORMATIVO RADIOFÓNICO.

1. La información en la radio.

Puesto que el ámbito de aplicación de este estudio es el boletín informativo radiofónico, antes de presentar y analizar las estrategias que han de guiar la tarea del comunicador para garantizar la comprensión en la radio, debemos describir el marco en que se desarrolla este ámbito de aplicación. Por eso, en las siguientes páginas realizamos un recorrido somero por las características de la información radiofónica, las peculiaridades del mensaje derivadas de los condicionamientos técnicos del canal radiofónico y la tipología de programas informativos en la radio, para así desembocar en la definición y características del boletín radiofónico. Como marco teórico, nos ayudará después a aplicar el proceso de comprensión, analizado en el primer capítulo, a este programa informativo.

El término *información radiofónica* remite inequívocamente a dos aspectos fundamentales que se deben tener en cuenta antes de abordarlo en profundidad: por un lado, el concepto de *información de actualidad o periodística*, una modalidad informativa con la que la

información radiofónica comparte la mayoría de sus planteamientos y, por otro, la noción de *mensaje radiofónico* puesto que en él se encuentra la base de cualquier acto de comunicación radiofónica, — sea del tipo que sea—.

La primera idea importante que es necesario destacar cuando nos referimos a la información radiofónica es que se trata de un contenido que se amolda perfectamente a las características del medio. Son muchos los autores que consideran la radio como el medio más apropiado para informar. Por ejemplo, para Muñoz y Gil “la radio es la guerrilla; llega a todas partes, en cualquier momento, con facilidad de maniobra, gran movilidad y ligera impedimenta”¹. Por eso, un contenido como el informativo, sujeto a continuos cambios en función de la actualidad, encuentra en el medio radiofónico su soporte idóneo:

La radio es el medio de comunicación que se adapta con mayor precisión a la dinámica de una actualidad en continuo cambio, el medio que mejor se amolda al constante fluir de la información (...) La radio, por tanto, basa todo su potencial en la rapidez con que es capaz de transmitir la información. El medio llega donde no lo hacen otros. Ésta es la función radiofónica por excelencia².

Precisamente por este motivo, los contenidos informativos en la radio se han convertido en imprescindibles. Adquieren tal importancia

¹ MUÑOZ, José Javier y GIL, César: *La radio, teoría y práctica*. IORTV, Madrid, 1988, p. 81.

² RODERO, Emma y MERAYO, Arturo: *La información radiofónica en Castilla y León. Análisis de los informativos regionales*. Junta de Castilla y León, Valladolid, 1997, p. 21.

que incluso son capaces de modificar la misma programación radiofónica:

La información se ha convertido en uno de los ingredientes insoslayables de la radio. Es más, cuando la importancia de la noticia lo exige, interrumpe y desplaza las emisiones de cualquier otro contenido³.

Esto se observa especialmente en situaciones excepcionales en las que la radio suele ser el medio más rápido y, por tanto, el que consigue un mayor seguimiento por parte de la audiencia⁴:

La televisión todavía no logra cubrir adecuadamente aquel dantesco panorama y la radio es nuevamente la única fuente de información instantánea. (...) Pasó lo terrible y comprendimos que a la hora de la tragedia 'la radio es el medio'. (...) La radio compartió la tragedia. La radio, el gigante dormido, despertó para demostrar que sólo estaba aletargado⁵.

Entendida como tal, hoy en día, la información se presenta en la radio como un relato continuo e intermitente. De ahí que Pedrero ponga de relieve su importancia en el conjunto de la programación radiofónica:

La información aparece hoy en la radio como una sustancia fluida y flexible, un todo dentro de la sucesión de mensajes

³ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *La mediación técnica de la información radiofónica*. Mitre, Barcelona, 1983, p. 19.

⁴ Un ejemplo más cercano lo pudimos vivir en la tragedia del 11 de marzo de 2004. Una vez más, en situaciones excepcionales, la radio cobraba gran protagonismo y se convertía en el medio más seguido por la audiencia.

⁵ De ANDA y RAMOS, Francisco: *La radio: el despertar del gigante*. Trillas, México, 1997, p. 13.

*radiofónicos diarios, y no un espacio acotado dentro de la programación con un horario más o menos fijo y una duración determinada*⁶.

Por otro lado, la radio informativa ha adquirido tal poder en nuestro país que en credibilidad supera a cualquiera de los otros medios de comunicación. Así lo ponen de manifiesto las encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Frente a la televisión como medio preferido por los españoles, la radio continúa siendo aquel en el que más confían y, sobre todo, el que consideran más objetivo⁷.

*En contra de lo que opinan sobre la televisión, los que escuchan la radio consideran que es entretenida, variada, interesante, educativa y nada vulgar o de mal gusto. La radio gana a la televisión en entretenimiento, variedad y consideración de ser más objetiva*⁸.

Pero para comprender la importancia de la información en la radio, es necesario conocer antes sus características. En primer lugar, es necesario subrayar que cuando hablamos *de información radiofónica*, no nos estamos refiriendo a una información específica de la radio, sino a una información que se transmite por este medio y que recibe un tratamiento sonoro. Lógicamente, las noticias son exactamente iguales para todos los medios de comunicación porque

⁶ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: "Programación informativa en la radio generalista", en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Información radiofónica*. Ariel, Barcelona, 2002, p. 263.

⁷ Cfr. Centro de Investigaciones Sociológicas, Barómetro de Octubre, Estudio 2.541, octubre de 2003.

⁸ Diario *La Vanguardia*, 27-11-2003.

proceden de la misma realidad; por tanto, la diferencia entre las distintas informaciones radica en la valoración y el tratamiento que realiza cada uno de los distintos medios. Así lo pone de manifiesto Faus cuando señala lo siguiente:

Existe un material de base —hechos, noticias— distintos entre sí, pero que agrupados, constituyen el caudal informativo, igual para todos los medios. Las variaciones radican en la selección, valoración y 'técnica de elaboración' de acuerdo con el medio que debe difundirlas. Por ello no se puede hablar de una 'información televisiva', de 'prensa' o 'radiofónica', entendiendo el calificativo posesivo, que suponga la existencia de noticias propias para cada uno de los medios. Existe 'una' información para ser difundida por prensa, radio o televisión. Por eso la información radiofónica debe de ser entendida únicamente en función del medio y su técnica, y no como una parcela específica de la información para el medio⁹.

Por esta razón, la *información radiofónica* posee rasgos derivados de la propia actividad periodística. En este sentido, Cebrián la define como aquella que se encuentra vinculada a la difusión de hechos, ideas y datos de actualidad, de interés común para un público amplio con la máxima aproximación posible a la objetividad, veracidad, y claridad¹⁰. Por tanto, atendiendo a este aspecto, podemos decir que la *información radiofónica* está íntimamente relacionada con la teoría

⁹ FAUS BELAU, Ángel: *La radio: Introducción a un medio desconocido*. Guadiana de Publicaciones, Madrid, 1973, p. 196.

¹⁰ Cfr. CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual: Concepto, técnica expresión y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, p. 32.

de la noticia, lo que le confiere, según Martínez Albertos¹¹, los siguientes rasgos diferenciales:

- Los fines de la 'información de actualidad' son específicamente informativos u orientadores.
- La 'información de actualidad' está asentada, tanto desde el punto de vista técnico como científico, sobre una concreta y precisa teoría de la noticia.
- Un correcto planteamiento de lo que debe ser la 'información de actualidad' presupone en los sujetos promotores (Sp) una cierta disposición psicológica hacia la objetividad: la objetividad debe ser entendida como una meta que hay que conseguir en el ejercicio profesional. Esta presuposición deontológica puede ser mejor valorada si en lugar de objetividad periodística hablamos de honestidad intelectual del periodista.
- La honestidad intelectual como requisito indispensable para que se dé una verdadera 'información de actualidad o Periodismo' debe quedar fácticamente reflejada en el sincero respeto que los promotores del proceso tengan por la libertad de respuesta de los sujetos receptores (Sr): libertad de respuesta para adherirse o rechazar los contenidos de polarización que se ofrecen a su consideración a través de los 'mass-media'.

Martínez Albertos¹² recoge así las características distintivas de la *información de actualidad* —y por tanto, de la información radiofónica—

¹¹ MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Curso general de redacción periodística*. Mitre, Barcelona, 1983, pp. 37-38.

¹² *Ibidem*, p. 44.

que proponen otros autores. Por ejemplo, Dovifat señala como rasgos específicos de la información periodística: la actualidad, la periodicidad y la máxima difusión. Por su parte, Fatorrello reconoce también unas notas muy similares: novedad, periodicidad, genericidad o accesibilidad, publicidad y tempestividad (u oportunidad). Con grandes coincidencias, y desde una concepción científico-periodística, Faus — apoyado en las teorías de Otto Groth— sostiene que los rasgos de la *información periodística* —y por tanto, también de la radiofónica— son: actualidad, universalidad, periodicidad y difusión¹³.

Recopilando lo anterior, si tenemos en cuenta las propuestas concurrentes de estos autores, podemos decir que las características básicas e inherentes de la *información radiofónica* son las mismas que las de la *información de actualidad*: actualidad (novedad), periodicidad y difusión (genericidad/publicidad/universalidad). Veamos brevemente qué se entiende por cada una de ellas:

Actualidad. Para Groth, supone “la prioridad absoluta de todo lo actual¹⁴”. Por su parte, Martínez Albertos —que equipara los términos, actualidad y novedad— señala que el rasgo de la actualidad hace referencia al relato de los hechos nuevos que ocurren en el mundo, hechos que se están produciendo casi en el mismo momento en el que se transmiten¹⁵. De ahí que la *información radiofónica* sea la modalidad informativa que más se acerca al relato de la actualidad. Ya lo dice Mateos Sainz de

¹³ Cit. en FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, pp. 199-202. Además de estos rasgos, Faus se refiere a otras características: credibilidad, brevedad, celeridad en la transmisión, rapidez, veracidad y objetividad.

¹⁴ *Ibidem*, p. 199.

¹⁵ MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Op. cit.*, p. 46.

Medrano: “al ser la radio un medio abierto las veinticuatro horas, la principal característica de la redacción radiofónica es el seguimiento permanente de la actualidad”¹⁶.

Periodicidad. Hace referencia al seguimiento informativo marcado por el ritmo en el que transcurren los acontecimientos. En este sentido, también la radio alcanza su máxima expresión puesto que reúne todas las posibilidades para contar la información más novedosa prácticamente en el momento en que se produce. Esta continua referencia a la actualidad provoca, además, que las informaciones sean perecederas:

Por ser actual, la noticia es un artículo perecedero, igual que una caja de tomates. Una noticia deja de serlo con el simple transcurso del tiempo. Su ciclo de vida es breve. Por la mañana se divulga la inminente caída de un ministro, por la tarde se desmiente y por la noche a nadie le interesa el asunto. Nuevos hechos ocupan el sitio de los anteriores, la atención se dirige a otros estímulos informativos¹⁷.

Difusión. Esta característica implica dar a conocer la información al mayor número de personas posibles. Para Faus, la difusión supone “una ‘accesibilidad’ a la recepción del mensaje y a la comprensión del mismo”. También supone una ‘extensión’ a todos los lugares geográficos e ‘intensidad’ de penetración en

¹⁶ MATEOS SAINZ de MEDRANO, Vicente: *La radio: voz, sonido e información*. Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, 2003, p. 217.

¹⁷ LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Manual urgente para radialistas apasionados*. Silva, Ecuador, 2000, p. 230.

todas las clases sociales”¹⁸. Desde este punto de vista, la radio es el medio que está dotado de las mejores condiciones para facilitar el acceso a sus mensajes. Por otro lado, esta condición provoca que los contenidos informativos deban ser necesariamente de interés público.

Por tanto, la información radiofónica es la modalidad informativa que mejor cumple con los requisitos de actualidad, periodicidad y difusión de los hechos.

Junto a estos rasgos distintivos, el tratamiento de la información requiere de una serie de principios de actuación del informador. Merayo señala al menos tres imprescindibles para elaborar la información en el medio radiofónico: “claridad, objetividad e imparcialidad”¹⁹. Coincide casi en su totalidad con Cebrián²⁰ que, como hemos recogido previamente, destaca la objetividad, la veracidad y la claridad. Por su parte, Martínez Albertos subraya la honestidad intelectual. En definitiva, aunando estas ideas, podemos concluir que los principios en los que se debe sustentar el trabajo del periodista radiofónico son: objetividad (imparcialidad), veracidad y claridad.

Objetividad. Dentro de la objetividad, podemos englobar el principio de imparcialidad. La objetividad es la actitud que obliga al comunicador a ser lo más fiel posible a los hechos que relata en sus informaciones. Mucho se ha escrito acerca de esta

¹⁸ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 201.

¹⁹ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender la radio*. Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000, p. 287.

²⁰ Cfr. CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual...*, p. 32.

cualidad y no es objeto de este estudio ahondar en este concepto. Nos basta entonces con entender que no se trata de una objetividad entendida en sentido puro sino como la máxima imparcialidad a la hora de trabajar con los hechos mostrando al oyente todos los puntos de vista posibles.

Veracidad. Este principio complementa a la objetividad puesto que se trata de que el comunicador se aproxime lo más posible a la verdad de los hechos. Es la idea que resume López Vigil de forma muy adecuada refiriéndose también a la objetividad:

Para nosotros, comunicadores, la objetividad se relaciona con la responsabilidad periodística, con el deber de informar verazmente. La verdad absoluta —con permiso del Santo Padre— nadie la detenta. La verdad es un concepto dinámico, tendencial: pretendemos acortar distancias entre la realidad y su relato. En esta perspectiva, la objetividad podría entenderse como la menor subjetividad posible, el acercamiento más exacto a los hechos, sabiendo que nadie logra esto al cien por ciento²¹.

En definitiva, la objetividad y la veracidad, según López Vigil²², se manifiestan en el comunicador a través de las siguientes actitudes:

- Mantenerse fiel a los hechos.
- Comprobar los hechos
- Separar hechos de comentarios

²¹ LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Op. cit.*, p. 234.

²² *Ibidem.* pp. 234-235.

– Recurrir a la otra versión

Claridad. Por último, la claridad es la cualidad que permite al comunicador elaborar sus mensajes de la manera más sencilla posible para garantizar la máxima comprensión por parte del oyente. La claridad se debe manifestar en todos los ámbitos: a la hora de redactar el mensaje y a la hora de presentarlo.

Características de la información radiofónica	Principios básicos de actuación del informador
Actualidad Periodicidad Difusión	Objetividad Veracidad Claridad

Junto a estas características y principios básicos, en el tratamiento de la información es imprescindible basarse en el denominado criterio de selección informativa. El criterio informativo es el que permite calificar la transmisión de unos determinados datos como correctos desde un punto de vista periodístico. Proporciona, por tanto, la base necesaria para delimitar, jerarquizar y construir la narración de la información periodística. Por tanto, las funciones del criterio informativo son²³:

²³ RODERO ANTÓN, Emma: *Producción Radiofónica*. Cátedra, Madrid, 2003, 194.

1. Delimitar la información de actualidad: que permite comprender por qué unos hechos se convierten en noticia y otros no.

2. Jerarquizar la información de actualidad: que facilita la ordenación de las noticias según los criterios de relevancia periodística.

3. Construir el relato de la información de actualidad: para ordenar los datos dentro de cada una de las noticias.

Ahora bien, toda la información radiofónica se manifiesta en el medio adoptando la forma de mensaje radiofónico. Por tanto, recogemos ahora algunas de las definiciones que proponen los distintos teóricos de la comunicación radiofónica a propósito del *mensaje radiofónico*. Por ejemplo, Faus lo concibe de la siguiente manera:

Una orden, un contenido, una señal, si se quiere, digna de ser comunicada a alguien, por medio de sonidos —palabra y música— difundido electrónicamente a través de ondas y cuya recepción es sonora²⁴.

Una definición más completa, ya que tiene en cuenta todos los elementos sonoros con los que cuenta la radio para elaborar sus mensajes, la propone Balsebre quien delimita así el *mensaje radiofónico*:

²⁴ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 187.

*La sucesión ordenada y continua, sintagmática, de los contornos sonoros de la realidad, representada por la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, y clasificados según el sistema semiótico del lenguaje radiofónico*²⁵.

Resumiendo estas definiciones, se podría decir que el *mensaje radiofónico* es un contenido relatado por un comunicador y difundido a través de la radio mediante un conjunto ordenado de los elementos sonoros que componen el lenguaje radiofónico: palabras, músicas, efectos y silencios. Por tanto, cualquier mensaje radiofónico —y como consecuencia, también la información— se manifiesta a través del sonido; una circunstancia que, como venimos explicando en este trabajo, obliga al oyente a recibirlo única y exclusivamente a través del sentido del oído y al comunicador, a emplear un tratamiento de carácter sonoro:

*La información radiofónica busca esencialmente el tratamiento sonoro, los valores sonoros de los hechos y de las opiniones: sonidos de los objetos, de las acciones y de las voces de los protagonistas y testigos*²⁶.

Por eso, los mensajes radiofónicos —y en particular los mensajes informativos— gozan de un estilo narrativo propio, un estilo que difiere notablemente del resto de medios de comunicación:

El estilo de la información radiofónica ha de ser hablado. El oyente debe tener la impresión de que se le cuenta lo que pasa

²⁵ BALSEBRE, Armand: *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1994, pp. 163-164.

²⁶ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual...*, p. 184.

en el mundo. El diario hablado debe ser enunciado más que redactado²⁷.

Ésta es pues su característica esencial. Pero además de acotar el concepto de *mensaje radiofónico* como base para estudiar la información radiofónica, también es importante incidir en otros rasgos significativos que identifican los mensajes que se emiten por la radio y que afectan a la posterior comprensión del oyente. Se trata de características reconocidas por gran parte de los teóricos de la comunicación radiofónica que son atribuibles a todos los mensajes del medio —por tanto, también a la información radiofónica—. Se derivan inevitablemente de los rasgos específicos del canal radiofónico²⁸.

El siguiente cuadro nos guía en la exposición de estas características:

Características del canal radiofónico	Características del mensaje radiofónico
- Temporalidad	- Temporal - Lineal - Irreversible - Fugaz
- Alta penetración	- Permanente - Ubicuo
- Rapidez	- Inmediato - Instantáneo - Simultáneo

²⁷ HANKARD, cit. en MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Op. cit.*, p. 446.

²⁸ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, pp. 189-191. MERAYO PÉREZ, Arturo: *Op. cit.*, pp. 115-121.

1. De la **temporalidad** del canal radiofónico, se desprenden las siguientes características del mensaje:

- El mensaje es temporal. El hecho de que se manifieste a través del sonido provoca que el mensaje radiofónico se encuentre vinculado forzosamente al tiempo. Esto implica que los mensajes, una vez difundidos, serán imposibles de recuperar, al menos, para el oyente.
- El mensaje es lineal. Debido a que su esencia es sonora, el oyente obtiene una visión del mensaje condicionada al tiempo; lo que supone adquirir una visión parcial del mismo.
- El mensaje es irreversible. Desde el punto de vista del receptor, la condición de temporalidad propia del canal radiofónico hace que los mensajes sean irrepetibles y únicos; fluyen sin posibilidad de volver atrás ni de actuar sobre ellos.
- El mensaje es fugaz. Lo que implica una escasa permanencia en el tiempo.

2. Debido a que la radio es un canal de alta penetración, tanto temporal como espacial, el mensaje posee estos rasgos:

- El mensaje es permanente. Su presencia es constante, está presente a lo largo de todas las horas del día.

- El mensaje es ubicuo. Un mismo mensaje se puede escuchar al mismo tiempo en lugares muy distintos gracias a la simplicidad técnica de la radio.
3. De la **rapidez** del canal, tanto para acceder a las fuentes informativas como para transmitir los contenidos, se deduce lo siguiente:
- El mensaje es inmediato. Lo que supone que desde que se emite el mensaje hasta que se recibe, las únicas mediciones que experimenta son de carácter técnico.
 - El mensaje es instantáneo. Su emisión y recepción se pueden producir al mismo tiempo.
 - El mensaje es simultáneo. Lo que significa que los hechos pueden emitirse a la vez que están sucediendo y en un mismo tiempo para todos los destinatarios. Gracias a la simultaneidad, el mensaje radiofónico se encuentra enormemente capacitado para la difusión de información de actualidad.

Así pues, se pueden señalar como primeras características específicas de la *información radiofónica*, las mismas que hemos apuntado sobre el *mensaje radiofónico*: temporalidad, linealidad, irreversibilidad, fugacidad, permanencia, ubicuidad, inmediatez, instantaneidad y simultaneidad. Las consecuencias que se derivan de estas características habrán de ser tenidas en cuenta por el informador

radiofónico si aspira a elaborar una comunicación comprensible para la audiencia.

Las nociones de **información de actualidad** y de **mensaje radiofónico** confluyen, por tanto, en la definición y características de la información radiofónica.

Características de la Información Radiofónica	
Características de la Información de actualidad	Características del Mensaje Radiofónico
- Periodicidad	<ul style="list-style-type: none">- Temporalidad- Linealidad- Irreversibilidad- Fugacidad
- Difusión	<ul style="list-style-type: none">- Permanencia- Ubicuidad
- Actualidad	<ul style="list-style-type: none">- Inmediatez- Instantaneidad- Simultaneidad

Todos estos condicionantes del medio radiofónico provocan que el mensaje radiofónico deba adecuarse a unas determinadas cualidades. Así, el comunicador debe elaborar sus textos de acuerdo a los siguientes principios²⁹:

²⁹ RODERO ANTÓN, Emma: *Op. cit.*, pp. 54-57.

- Corrección. Todos los elementos empleados en la redacción deben ser correctos desde el punto de vista de la sintaxis, el léxico, la gramática y la semántica.
- Claridad. El mensaje debe estar elaborado de la forma más clara posible para facilitar la comprensión de toda la audiencia. La claridad también se debe manifestar en la sintaxis, el léxico, la gramática y la semántica.
- Concisión. La brevedad es condición indiscutible en cualquier redacción radiofónica. En cada mensaje es necesario contar muchos datos en poco tiempo. Por eso, en la radio es necesario transmitir los datos de manera breve.
- Lenguaje coloquial culto. Se debe emplear un lenguaje adaptado al código sonoro de la radio, adecuado a las estructuras orales.
- Atractivo. Puesto que la atención del oyente es siempre dispersa es necesario encontrar fórmulas que reclamen el interés en la escucha de los productos. Para ello, el redactor debe emplear un lenguaje expresivo, alejado de la pobreza, sugerente y colorista.
- Redundancia. La redundancia consiste en reiterar de maneras diversas un determinado dato; en el caso de la

radio, aquella parte del mensaje que sea determinante para su comprensión.

A la vista de lo expuesto, podemos concluir que la *información radiofónica* se manifiesta en un mensaje vinculado a los hechos actuales y novedosos de la realidad, que selecciona, valora y narra un comunicador de forma correcta, clara, concisa, atractiva y redundante mediante el empleo adecuado de palabras, músicas, efectos y silencios. Dicho de otro modo, la información radiofónica es el tratamiento sonoro de la información de actualidad. Pero de una información de actualidad que tiene que mantener como principal objetivo, no debemos olvidarlo, la comprensión por parte del oyente; más aún si, como explicábamos antes, la información cobra en la radio un indudable protagonismo. Esta circunstancia exige por parte del comunicador radiofónico un esfuerzo —quizá mayor que en el caso de otros contenidos— por facilitar la comprensión de los hechos más recientes a la mayoría de los receptores.

*El tratamiento de la información en la radio tiene como único objetivo sintetizar lo más reseñable de la actualidad y ofrecerlo a la audiencia de la manera más directa y comprensible que sea posible, de modo que el oyente capte rápidamente el contenido sustancial y significativo de la información*³⁰.

Precisamente este debe ser el espíritu de cualquier informador radiofónico que pretende llevar a cabo una comunicación eficaz. Por tanto, con la intención de servirle de guía en la elaboración de

³⁰ MATEOS SAINZ de MEDRANO, Vicente: *Op. cit.*, p. 221.

mensajes informativos comprensibles, una vez definida la información radiofónica y sus características, nos centramos ahora en conocer qué son y qué particularidades poseen los programas radiofónicos que han de contener dicha información.

2. Los programas informativos.

Es cierto que los noticieros radiofónicos no generan las grandes audiencias de otro tipo de espacios radiofónicos conducidos por las grandes estrellas radiofónicas, pero es, a través de ellos, como las emisoras generalistas logran las mayores cotas de credibilidad. De hecho, buena parte de la programación se articula según la pauta que establecen los informativos, de modo que éstos acaban constituyendo la columna vertebral de la emisora. Además, es de tal relevancia que la información no se concentra únicamente en uno o dos programas a lo largo de la jornada, sino que durante todo el día se renueva y actualiza permanentemente.

La programación informativa es, por tanto, algo nunca terminado, siempre en evolución; es lo más opuesto a lo definitivo o estático; es, esencialmente, dinámica, y se perfila como parte vital del conjunto de la emisión total, comunicándole su ritmo, fuerza y tensión³¹.

Teniendo presente esta idea, vamos a conocer cuáles son las particularidades que definen cualquier programa radiofónico sea del

³¹ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 212.

tipo que sea y alcanzar después el espacio informativo. Para ello tendremos en cuenta dos perspectivas: la que se basa en el mensaje y la que atiende a las características que definen la comunicación radiofónica.

a) Atendiendo al *mensaje*, algunos autores como Muñoz y Gil contemplan el programa radiofónico como “el conjunto de contenidos que con un tiempo y título determinados son difundidos por radio, integrándose en la programación, generalmente con un estilo propio”³². Desde esta misma perspectiva, Cebrián conceptúa el programa radiofónico de la siguiente manera:

*Un conjunto de contenidos sistematizados en torno a un título dentro de una duración determinada conforme a una unidad y coherencia de tratamiento, estructura y tiempo para ser difundidos en una programación*³³.

b) Atendiendo a las características específicas de la *comunicación radiofónica*, Merayo³⁴ considera que los factores determinantes del concepto de programa de radio son los siguientes:

- Temporalidad. Los programas radiofónicos se encuentran sometidos a la limitación temporal, por lo tanto, tienen un principio y un fin.

³² MUÑOZ, José Javier y GIL, César: *Op. cit.*, p. 48.

³³ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica: Mediación Técnica, Tratamiento y Programación*. Síntesis, Madrid, 1994, p. 443.

³⁴ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Op. cit.*, pp. 235-239.

- Límites temporales previstos. La duración de los programas de radio está previamente determinada en función de criterios empresariales.
- Periodicidad y título. Los programas se emiten a determinadas horas y en días precisos. Se identifican por un mismo título, y habitualmente por la misma careta de entrada y salida. La periodicidad más frecuente es diaria — de lunes a viernes— pero también pueden ser de carácter semanal —especialmente sábados y domingos—, aunque también existen programas con periodicidad menor —cada día y cada hora—, como ocurre en el caso de los boletines horarios.
- Difusión radiofónica. Los programas de radio han de ser difundidos públicamente a través de la radio.
- Mensaje con significación. Los programas radiofónicos han de transmitir mensajes compuestos por palabras, músicas, efectos y silencios con los que se dotan de sentido.
- Ideación y unidad de criterio. El mensaje de los programas de radio ha de responder a una idea y a un criterio único, aunque pueda ser producido y realizado por distintas personas.

- Adecuación al canal: El programa difundido a través de la radio debe adaptarse a las peculiaridades del medio radiofónico, que ya hemos analizado.

Pues bien, basándonos en las consideraciones que realizan los autores anteriores sobre el concepto de programa de radio, proponemos la siguiente definición de programa informativo radiofónico:

Es el tiempo radiofónico dedicado al desarrollo de los contenidos informativos que se difunden a través de la radio bajo un mismo título y unidad de criterio, en un tiempo previsto y limitado, con una periodicidad fija, un estilo propio y cuya forma se adecua a las exigencias específicas del canal; lo que provoca que el programa informativo resulte fácilmente reconocible por los oyentes.

Pero no todos los programas informativos son iguales. Para Soengas, aunque los programas informativos radiofónicos se clasifican según múltiples criterios, existen unos parámetros básicos que definen las características de cada modelo: el formato, el contenido, el género, la hora de emisión y la periodicidad³⁵.

Según este autor, el *formato* condiciona la duración y la estructura de cada espacio, y además, opera en tres niveles: el formato del programa, el de las secciones y el de cada noticia.

³⁵ SOENGAS, Xosé: *Informativos radiofónicos*. Cátedra, Madrid, 2003, p. 163.

Por otro lado, el *contenido* divide a los programas informativos en generalistas —en los que se tratan temas variados—, monográficos —que sólo abordan un tema— y especializados —que desarrollan varias informaciones pero todas relacionadas con el mismo campo temático—.

También el contenido puede considerarse desde una perspectiva geográfica, teniendo en cuenta el ámbito de cobertura de la emisora. De este modo, los programas informativos también pueden clasificarse como de ámbito local, provincial, autonómico, nacional o internacional.

En cuanto al *género*, Soengas se refiere a la división entre informativos “puros” y los denominados “de autor”, cuyos presentadores marcan el estilo propio del programa.

La *hora de emisión* es otro de los condicionantes que influyen en el proceso de elaboración de un espacio informativo. Así, unos espacios profundizan en la información del día, otros resumen lo más destacado de cada hora, otros avanzan previsiones, etc.

La *periodicidad* también es un factor que condiciona las características de los informativos. De ahí, que el tratamiento de la información y el ritmo de trabajo de los redactores de un programa informativo que se emita cada hora y, por ejemplo, el de un programa cuya periodicidad sea semanal, resulte —según Soengas— radicalmente diferente.

Desde el punto de vista de los géneros que se incluyen en los programas informativos, Faus considera que la programación informativa diaria está formada por una serie de espacios noticiosos que pueden clasificarse en dos grandes grupos: *fórmulas puras* —en las que únicamente se emplea la información como género: el flash, el boletín horario y los boletines de resumen— y *fórmulas mixtas*, que admiten la introducción de otros géneros más interpretativos que la pura noticia — como los servicios principales de noticias—³⁶.

Pero si atendemos al modelo actual de información radiofónica que se sigue en España, la clasificación de programas informativos realizada por Faus y la mayor parte de autores radiofónicos (flash o noticia de última hora, boletín resumen, boletín, informativo principal e informativo especial) ha quedado reducida prácticamente a tan sólo dos de ellos: el boletín y el servicio principal de noticias³⁷.

*La hibridación de los géneros informativos ha terminado por simplificar la oferta tradicional y estable de programas puramente informativos, de modo que la amplia tipología habitual hace no muchos años se restringe en la actualidad al boletín y a los servicios principales de noticias*³⁸.

Pues bien, aunque nuestro objeto de estudio y ámbito de aplicación de nuestro trabajo sea el boletín horario y, por tanto, el programa que estudiaremos en profundidad, también nos detendremos

³⁶ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 215.

³⁷ No es objeto de esta tesis el análisis riguroso de los diferentes programas informativos radiofónicos. No obstante, resulta imprescindible hacer algunas consideraciones breves sobre sus características más esenciales.

³⁸ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: "Programación informativa en la radio generalista", en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Op. cit.*, pp. 283-284.

a analizar —aunque sea de forma más breve— el resto de espacios informativos con el fin de contextualizar el boletín en el conjunto de los programas informativos.

Tipología de programas informativos
FLASH INFORMATIVO
AVANCE-BOLETÍN RESUMEN
SERVICIO PRINCIPAL DE NOTICIAS
INFORMATIVO ESPECIAL O MONOGRÁFICO
INFORMATIVO ESPECIALIZADO
BOLETÍN HORARIO

a) Flash informativo.

También se denomina al flash informativo noticia de última hora. Se trata de un espacio informativo, sin periodicidad fija, que se utiliza para dar a conocer de forma inmediata los primeros datos de alguna noticia, lo suficientemente relevante como para interrumpir el programa que se está emitiendo. Muñoz y Gil lo definen de esta manera:

Comunicaciones breves de los primeros datos de un suceso o noticia imprevista en el instante en que son conocidos por el informador, también en directo e interrumpiendo el desarrollo del espacio que se emite en ese momento si la urgencia o la importancia del tema lo requieren³⁹.

³⁹ MUÑOZ, José Javier y GIL, César: *Op. cit.*, p. 83.

En la misma línea, Cebrián considera el flash informativo de esta forma:

*El avance escueto y urgente de una noticia de suma importancia en sí misma o de máximo interés para la audiencia, de tal manera que la redacción considera que no debe esperarse al boletín horario inmediato para su difusión*⁴⁰.

Si la noticia es realmente interesante, el flash puede dar lugar a un programa informativo especial. García incluso recomienda asociarlo “con algún sonido de urgencia, tipo repiqueteo de teletipo, distinto de las caretas y ráfagas habituales”⁴¹. El mayor riesgo de este tipo de espacios —casi siempre imprevistos— suele ser la escasez de datos y la falta de confirmación del suceso.

b) Avance o boletín resumen.

Es un programa informativo de corta duración —entre cinco y siete minutos—. Entre sus funciones más importantes destacan la de recordar las noticias más importantes del día anterior y avanzar las previsiones del día siguiente, por lo que se emite dos veces al día: a primera hora —boletín resumen matinal— y a última hora de la jornada —boletín de medianoche—⁴².

⁴⁰ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 459.

⁴¹ GARCÍA GONZÁLEZ, Aurora: *Manual del comunicador radiofónico*. Cims, Barcelona, 2001, p. 198.

⁴² Cfr. FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, pp. 223-227.

A diferencia del boletín horario, el boletín resumen no informa de la última hora sino de las noticias más relevantes de un período de tiempo más largo, suelen formar parte de una unidad programática más amplia dentro de la cual ocupa los primeros minutos y su estilo es más desenfadado. En cuanto al contenido, además de las noticias que impone la actualidad más inmediata, el boletín resumen incluye información de servicio: meteorológica, tráfico, teléfonos de utilidad, etc.

c) Servicio principal de noticias, diario hablado o radiodiario.

Se trata de un programa informativo que se ocupa de relatar, analizar e interpretar, con un tratamiento en profundidad, las noticias más importantes ocurridas hasta su hora de comienzo y durante su emisión. Se programan en horario de máxima audiencia. A lo largo del día, lo más habitual es que las emisoras generalistas emitan tres servicios principales de noticias: por la mañana, por la tarde y por la noche. Dependiendo del horario de emisión, cada uno de estos informativos posee una función específica:

- *Informativo matinal*: Ofrece un resumen de los acontecimientos más destacados del día anterior y una agenda completa del día que comienza.

- *Informativo de mediodía*: Se caracteriza por un tratamiento amplio y completo de la información generada durante la mañana.

- *Informativo de noche*: Resume las noticias más importantes ocurridas durante toda la jornada, a la vez que ofrece las previsiones del día siguiente.

Su duración varía en función de los tramos horarios y las cadenas, pero lo más habitual es que sea de una hora a mediodía, media hora en la franja tarde-noche, y entre una o dos horas por la noche.

Su estructura es menos flexible que la de los informativos más breves. Según Merayo, esto se debe no sólo a que el tiempo está previsto y, por tanto, es inamovible, sino porque el editor impone un estilo propio al que deben someterse los redactores que trabajan en el programa: "estamos ante un informativo que exige necesariamente el trabajo en equipo y, por tanto, una dirección definida, que determina sin grandes modificaciones la estructura de cada programa"⁴³. Coincidiendo con esta opinión, también la Cadena COPE, en su Libro de Estilo, reconoce que el servicio principal de noticias ha de reflejar la personalidad del conductor:

Se trata de unos informativos 'con firma', es decir, confeccionados y puestos en antena por 'alguien': la persona que lo coordina y presenta, y cuyo nombre se anuncia en la careta. Han de exponerse con personalidad, lo dice ese 'alguien', con su nombre y apellidos⁴⁴.

⁴³ MERAYO PÉREZ, Arturo: "La construcción del relato informativo radiofónico", en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Op. cit.*, p. 75.

⁴⁴ CADENA COPE: *Libro de Estilo COPE*, 2003, p. 41.

El conductor, que habitualmente es también el director/editor del programa, es quien se responsabiliza de la coordinación global y el que introduce al resto de locutores y contenidos: conexiones desde el exterior, entrevistas, redactores en estudio o en otras emisoras, cuñas publicitarias, etc.

Todos los informativos principales se identifican con un título propio, una sintonía, y unos efectos sonoros específicos, lo que le confiere un estilo característico y, por tanto, una autonomía con respecto al resto de programas. Suelen ir encabezados por un indicativo de los servicios informativos y una careta específica con el nombre del programa. En ocasiones, también se menciona el nombre del director. Ejemplos de estos indicativos pueden ser los siguientes: “Hora 14”, “Las noticias de las dos”, “La brújula”, “España a las 7”, etc.

Tras la careta, el editor saluda e inicia el relato de las noticias más importantes a modo de portada. Según Soengas, ésta admite dos formas de presentación:

La fórmula mosaico permite hacer un resumen inicial conjunto de los temas más importantes que se van a desarrollar en el informativo, uniéndolos a través de cualquiera de las modalidades de raccord: relación, contraste, temático o geográfico; según proceda; y la otra variante consiste en presentar el tema del día suelto y luego dar paso a los titulares⁴⁵.

⁴⁵ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 168.

A continuación, y sobre un colchón instrumental, el conductor da paso a los titulares donde se avanzan de forma atractiva los contenidos del programa:

Éstos pueden adoptar distintas variantes (enunciado simple de una voz que complementa otra, lectura autónoma de titulares con dos voces, inserción de cortes de grabación entre titulares, etc), siendo válidas todas aquellas que sinteticen con claridad y exactitud los hechos que se contarán con mayor profundidad a lo largo del servicio principal⁴⁶.

En cualquiera de las modalidades, la lectura de los titulares ha de ser dinámica. Después de éstos —y bajo el mismo esquema— se suelen ofrecer datos referentes al tráfico, la información meteorológica o los resultados de distintos sorteos.

Pese a que el programa se caracteriza por tener un estilo propio, Faus sostiene que los contenidos incluidos en el servicio principal de noticias han de guardar una cierta relación con respecto al resto de programación informativa diaria. Este autor⁴⁷ considera que estos son los contenidos específicos del informativo principal:

- Las noticias más importantes del momento en cualquiera de los ámbitos de actuación (nacional, internacional, local o regional), etc.

⁴⁶ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: "Programación informativa en la radio generalista", en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Op. cit.*, p. 280.

⁴⁷ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 230.

- Las más importantes de entre las que interesen en cada ámbito.
- Aquellas que, sin ser máximamente actuales, tienen una permanencia en la actualidad, y después de algún tiempo de circulación, mantienen un interés o unas consecuencias.
- Las que el programa siguió de un modo especial, atendiendo únicamente a sus repercusiones, y los aspectos que las convierten en algo terminado.
- Las más importantes producidas desde el anterior servicio principal tratadas de un modo somero, es decir, resumidas.
- Cualquier tipo de información de utilidad inmediata para el oyente, en casos de información regional o local y, más esporádicamente, en actuaciones de nivel nacional.

Frente a otro tipo de programas, el servicio principal de noticias agrupa estos contenidos en secciones o bloques de actualidad —economía, internacional, nacional, sociedad y cultura y deportes— aunque siempre con flexibilidad y separados habitualmente por un efecto musical o cuñas publicitarias. El tratamiento que se realiza de la información en los servicios principales de noticias es amplio y normalmente las noticias más relevantes incluyen el testimonio sonoro de los protagonistas.

Al tratarse de un informativo más extenso, la variedad de géneros es muy rica. Aparte de los géneros de monólogo, también tienen cabida

los géneros de diálogo: la noticia dialogada, la crónica de alcance, la entrevista, el reportaje o el coloquio. A todos ellos, Faus añade el comentario —como valoración de los hechos— y el editorial —como posicionamiento de la emisora— aunque, en la radiodifusión actual adquieren mucha más presencia los primeros.

d) Informativo especial o monográfico.

Se trata de un programa informativo sin periodicidad fija, dedicado monográficamente a un tema de actualidad. Lo propicia un acontecimiento de gran calado social que requiere una profundización mayor que la que se pueda dar habitualmente en una noticia incluida en programas informativos más generales. Así lo definen Muñoz y Gil:

Informativos realizados en ocasiones extraordinarias y que no se ajustan al formato ni a la hora de emisión de un Diario Hablado, bien por su contenido monográfico, bien por la imprevisibilidad de su duración”⁴⁸.

Lo más habitual es que los programas especiales surjan por una noticia imprevista de gran trascendencia difundida previamente en algún programa informativo. Para Soengas⁴⁹, existen una serie de circunstancias especiales que justifican la emisión de este tipo de programas:

⁴⁸ MUÑOZ, José Javier y GIL, César: *Op. cit.*, p. 84.

⁴⁹ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, pp. 173-174.

- a) Los acontecimientos extraordinarios, de importante repercusión política, económica o social, como un proceso electoral o una catástrofe.
- b) Los acontecimientos históricos que acostumbran a ser conmemorados.
- c) Las fechas simbólicas.
- d) Los acontecimientos importantes previsibles.

El manual de estilo de la Cadena COPE también recomienda la emisión de este tipo de programas si el hecho es lo suficientemente relevante como para tratarlo monográficamente:

Quando la actualidad lo requiera o aconseje, se pondrán en antena programas informativos especiales, con mayor o menor duración y prioridad, en función del acontecimiento de que se trate (elecciones, un suceso nacional relevante, acontecimiento internacional...)⁵⁰.

La elaboración de los programas especiales o monográficos requiere gran cantidad de documentación y un gran despliegue de medios humanos y técnicos, si se realizan en directo, en el mismo instante en el que se desarrolla el hecho. La mayor parte de los autores radiofónicos recomiendan no abusar de este tipo de programas.

⁵⁰ CADENA COPE: *Op. cit.*, p. 43.

e) Informativo especializado.

Frente a los programas informativos centrados en la difusión de noticias de muy diversa índole, los programas informativos especializados tratan en profundidad la actualidad de una sección informativa específica: información económica, deportiva, cultural, agrícola, etc— que, en principio interesa a una audiencia concreta. En la radio actual existen numerosos ejemplos de este tipo de programas: Ser Consumidor (Cadena SER), El Albero (Cadena COPE), El Ojo Crítico (RNE), Onda Agraria (Onda Cero), etc.

Debido a la especialización de sus contenidos, y por tanto de la terminología empleada, su mayor dificultad radica en transmitir la información de forma comprensible para los oyentes.

Una vez realizada una rápida descripción de los distintos programas informativos para ubicar el objeto de aplicación de este trabajo, nos centramos ahora en analizar con más profundidad el boletín horario.

3. El boletín horario.

3.1. Definición.

La necesidad de realizar un seguimiento continuo de la información de actualidad es una de las causas más importantes que,

según Faus, han motivado la implantación de este tipo de programas informativos en la radio española:

*El seguimiento más perfecto de la actualidad; la mejor utilización de las posibilidades del medio; el empleo tan óptimo como fuera posible del caudal informativo y las sucesivas demandas de la sociedad por una información más amplia*⁵¹.

Coincidiendo con esta opinión, también Soengas señala que la razón de ser del boletín horario se encuentra en la demanda permanente de información de actualidad:

*Existe en función de la necesidad radiofónica de tener una cita con el tiempo lo más cercana posible y pretende agotar al máximo las posibilidades informativas de la radio desde la perspectiva de la actualidad más inmediata, de acuerdo con la exigencia del medio de ofrecer lo más reciente*⁵².

En definitiva, el boletín representa “la cita permanente con la actualidad”⁵³. Por esta razón, como bien argumenta Pedrero, este espacio es, sin lugar a dudas, el programa informativo radiofónico por excelencia:

El boletín representa mejor que ningún otro programa la trascendencia que la radio actual concede a la información, pues sus objetivos no son otros que el seguimiento preciso y

⁵¹ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 218.

⁵² SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 165.

⁵³ ATORRESI, Ana: *Los géneros radiofónicos*. Colihue, Argentina, 1999, p. 21.

*completo de su evolución y la óptima utilización de las posibilidades del medio radiofónico*⁵⁴.

Este es el motivo por el que se puede considerar que este programa informativo posee una indudable vocación de servicio público. De hecho, en el día a día, para la audiencia constituye la mejor manera de estar informada continuamente sobre lo que está sucediendo.

*Al margen de estas discusiones, lo cierto es que de todos los espacios radiofónicos posibles, el boletín horario es el que mejor representa el afán de servicio público de este medio de comunicación. Mediante este programa de formato reducido, las emisoras mantienen a sus oyentes al tanto de la actualidad de forma puntual, les aportan noticias relativas a la vida cotidiana (información meteorológica, de tránsito en carretera, avisos, etc.) englobadas bajo la denominación de información de servicio y les proporcionan una valiosa ayuda cuando concurren circunstancias inesperadas o extraordinarias*⁵⁵.

En líneas generales, el boletín puede considerarse como un verdadero programa informativo radiofónico, puesto que reúne las principales características que le identifican como tal:

- Es un espacio de la programación radiofónica que desarrolla contenidos informativos.

⁵⁴ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: "Programación informativa en la radio generalista", en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Op. cit.*, p. 274.

⁵⁵ LEGORBURU, José María: "Funciones del boletín de noticias en la construcción de la imagen corporativa de las emisoras de radio", *Información Pública*, vol. II, n^o 1, junio de 2004, p. 75.

- Se encuentra sometido a un límite temporal.
- Su duración —siempre aproximada— está prevista por la cadena.
- Mantiene una periodicidad fija y un estilo propio.
- Difunde mensajes con significación.
- Se adecua a las peculiaridades del canal radiofónico.

La mayor parte de autores radiofónicos coinciden en observar los mismos rasgos distintivos a la hora de definir el boletín horario. Así, Ortiz y Volpini lo conceptúan como “una sucesión de noticias ordenadas, de acuerdo con un criterio de interés informativo, por bloques temáticos y separadas, a veces, por una ráfaga musical”⁵⁶. Para Muñoz y Gil, un boletín es “una recopilación breve de las noticias llegadas a la redacción entre dos periodos pre-fijados”⁵⁷. En la misma línea, Cebrián apunta que los boletines horarios “constituyen una cita con la audiencia cada cierto tiempo para ofrecer una síntesis de la actualidad tal como se encuentra hasta ese momento”⁵⁸. También Merayo considera que el boletín es “un programa de noticias de frecuente periodicidad y de corta duración cuya finalidad es el

⁵⁶ ORTIZ, Miguel Ángel y VOLPINI, Federico: *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. Paidós, 1995, p. 150.

⁵⁷ MUÑOZ, José Javier y GIL, César: *Op. cit.*, p. 83.

⁵⁸ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 462.

seguimiento puntual de las noticias más recientes, una vez valoradas y seleccionadas”⁵⁹.

En definitiva, aunando las definiciones de estos autores, podemos extraer una serie de rasgos básicos de los boletines:

- Se trata de una recopilación de noticias que sintetiza la actualidad.
- Mantiene una frecuente periodicidad.
- Se caracteriza por su breve duración.

Contemplado desde la óptica adoptada por los autores anteriores, el boletín puede considerarse como el programa informativo más elemental y aséptico de la radio. Se trata de la manera más sencilla y escueta de narrar las noticias. Pero, además, en la práctica se convierte en el programa informativo que identifica y define a las cadenas radiofónicas, tal y como se contempla en algunos libros de estilo de cadenas de radio españolas, como es el caso de la Cadena COPE:

*Los boletines horarios son la imagen de los Servicios Informativos y, por su presencia constante en la programación, contribuyen en gran medida a crear el sello distintivo de la cadena. Constituyen además, la columna vertebral de la programación a lo largo de toda la jornada*⁶⁰.

⁵⁹ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender...*, p. 276.

⁶⁰ CADENA COPE: *Op. cit.*, p. 37.

Esta misma concepción del boletín es la que destaca Legorburu cuando concibe este programa informativo como “un atributo central básico de la imagen corporativa de la emisora”:

No es un atributo que diferencia a una radio de otra, sino que es un elemento mínimo que debe identificar a la emisora para que comience a competir. Con el boletín horario no se logra una diferenciación importante con la competencia, pero, si no se tiene, se corre el riesgo de no poder competir en igualdad de condiciones con ella⁶¹.

En segundo lugar, el boletín horario es el programa informativo más aséptico, puesto que su autoría se identifica con la emisora, no con un comunicador concreto. De ahí que su elaboración tenga que ser lo más imparcial posible: “el estilo de los periodistas suele ser impersonal, porque se trata de una información ‘sin firma’ ⁶². Esta es una de las razones por las que la mayor parte de autores radiofónicos consideraran el boletín como el programa informativo que mejor representa el tratamiento más puro de la información:

En este programa se sigue respetando todavía, pese a la hibridación y desnaturalización ya denunciadas de los tratamientos clásicos de la información, el valor de la noticia narrada con la máxima precisión, con la aportación más

⁶¹ LEGORBURU, José María: “Funciones del boletín de noticias...”, p. 73.

⁶² GONZÁLEZ CONDE, María Julia: *Comunicación Radiofónica*. Universitas, Madrid, 2001, p. 213.

*exhaustiva posible de datos, pero sin el acompañamiento de ningún elemento interpretativo distorsionante*⁶³.

En este sentido, la brevedad, como característica básica del boletín, contribuye en gran medida a sustentar esa imparcialidad.

Pero, además, los boletines son el espacio idóneo para ofrecer a la audiencia el seguimiento y la evolución de la actualidad, como bien resume Pedrero en su definición de este programa informativo:

*Microespacios de noticias en los que se compila cada sesenta minutos lo más relevante de la información de la última hora, se resume lo más destacado del día, y se avanzan los aspectos noticiosos que serán objeto de interés en la actividad informativa de la emisora*⁶⁴.

Para Ortiz y Volpini, aunque el boletín puede considerarse como un programa informativo cuya finalidad es el seguimiento de las noticias más recientes, también puede concebirse como un avance de las noticias que más tarde aparecerán en el diario hablado⁶⁵. En la misma línea, otros autores también señalan que el boletín horario cumple una función básica en el ámbito de la información radiofónica. En concreto Cebrián⁶⁶ apunta, al menos, dos objetivos que debe cumplir este programa:

⁶³ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: "Programación informativa en la radio generalista", en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Op. cit.*, p. 275.

⁶⁴ *Ibidem*, p. 274.

⁶⁵ ORTIZ, Miguel Ángel y VOLPINI, Federico: *Op. cit.*, p. 150.

⁶⁶ CEBRIÁN, Mariano: *Información radiofónica...*, pp. 462-463.

a) Presentar un resumen de las noticias sobresalientes de las últimas horas.

b) Actualizar los hechos y datos, y si es preciso, efectuar conexiones en directo con una emisora de la cadena, un corresponsal o una unidad móvil desde el lugar de los hechos para ofrecer el último dato.

Además de estos dos objetivos, el Libro de Estilo de la Cadena SER añade un tercero, de carácter más práctico, destinado principalmente al funcionamiento interno de la emisora: “los boletines de noticias son una parte importante de los servicios informativos porque enlazan los programas entre sí y garantizan la continuidad del trabajo del cuerpo de redacción”⁶⁷.

Por tanto, entre sus funciones principales, destacan las siguientes:

a) Recoger y comunicar lo más relevante de la información que ocurre en la última hora.

b) Resumir lo más destacado de las franjas anteriores, con especial atención en el tema del día.

c) Avanzar las noticias más importantes que previsiblemente pueden ocurrir.

⁶⁷ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Proyecto de Normas de Estilo*. Texto mecanografiado, Madrid, 1990, p. 34.

- d) Enlazar los distintos programas radiofónicos garantizando la continuidad.

Una vez expuestas las definiciones que proponen los distintos autores y las principales funciones que han de cumplir los boletines radiofónicos, veamos ahora cuáles son sus características esenciales.

3.2. Características.

Los boletines horarios poseen unas características específicas que los diferencian con respecto al resto de programas informativos; diferencias que se observan principalmente en cuatro factores⁶⁸: periodicidad, duración, géneros y estructura.

a) Periodicidad.

Este tipo de programas informativos está muy influido por su periodicidad ya que se emiten en horario fijo, cada sesenta minutos, a las horas en punto, durante las veinticuatro horas al día. Esta periodicidad contribuye a generar hábitos de escucha y a crear vínculos con la audiencia:

⁶⁸ A pesar de que existen muchas similitudes entre los boletines de las distintas cadenas, también se pueden encontrar grandes diferencias en cuanto a su forma y tratamiento informativo. Por ello, conviene dejar constancia en este epígrafe de algunos ejemplos reales procedentes de las principales cadenas generalistas españolas que pueden ayudarnos a ilustrar los rasgos distintivos de los boletines horarios. Aunque no se ha realizado un estudio pormenorizado, sí nos ha parecido importante recoger ejemplos de los rasgos que caracterizan a cuatro boletines emitidos el mismo día y a la misma hora —en concreto, el 8 de octubre de 2003 a las 12:00h— correspondientes a cuatro emisoras generalistas españolas: Cadena COPE, Onda Cero, Cadena SER y RNE. No se incluye la Cadena Punto Radio debido a que el comienzo de sus emisiones ha sido posterior al análisis.

*El hecho de que este espacio radiofónico de corta duración se emita puntualmente y de forma sistemática cada hora completa facilita la certidumbre horaria de la audiencia y el establecimiento de vínculos de interrelación entre los hábitos de escucha y las rutinas de los oyentes*⁶⁹.

Por eso resulta tan importante que el boletín radiofónico se emita con una rigurosa puntualidad ya que los oyentes, conocedores de este horario, pueden sintonizar la radio en ese preciso momento para informarse.

El corto espacio que media entre un boletín y otro permite actualizar de forma permanente los acontecimientos que van sucediendo a lo largo del día, y aunque no se produjeran nuevas informaciones —caso difícil—, los teóricos de la radio recomiendan, al menos, que la redacción de las noticias sea distinta: “cada noticia, aunque se repita en varios boletines horarios ofrece una elaboración distinta y ampliada con algún dato nuevo o más actual”⁷⁰. Es la misma idea que recalca Prado cuando afirma que “no basta con cambiar el redactado de las noticias, hay que ofrecer nuevos datos, nuevos ángulos y repercusiones a lo largo del día. Este hecho da al oyente la sensación de estar al pie de la noticia constantemente”⁷¹. Coincidiendo con esta opinión, algunos libros de estilo, como el de RNE aconseja adoptar el mismo criterio:

⁶⁹ LEGORBURU, José María: “Funciones del boletín de noticias...”, p. 86.

⁷⁰ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 463.

⁷¹ PRADO, Emilio: *Estructura de la información radiofónica*. Mitre, Barcelona, 1985, p. 40.

*Cada hora hay que cambiar buena parte del material informativo, o al menos, hay que 'seguir' las noticias, aportando nuevos datos. En cualquier caso, la noticia que deba permanecer ha de ser presentada —o redactada— de forma distinta*⁷².

También el Libro de Estilo de la Cadena COPE recomienda que “la redacción de las noticias nunca será la misma en los sucesivos boletines”⁷³. De la misma manera, Onda Cero propone a sus redactores seguir la misma indicación:

*Onda Cero es una radio abierta. Por ello ha de atender a los siguientes principios: 1. Cada hora ha de cambiarse el material informativo, al tiempo que hay que profundizar en los asuntos en los que la redacción tenga interés. 3. Si se repite una información en varios boletines, esta ha de estar redactada de forma distinta. La información puede que no cambie, la forma de contarla sí debe cambiar*⁷⁴.

Por tanto, existe un importante consenso en torno a esta exigencia del trabajo informativo. Precisamente, a título de ejemplo y con el fin de observar la continuidad en el tratamiento informativo y los cambios producidos entre las noticias que componen dos boletines contiguos emitidos por la misma cadena, se reproducen aquí las pautas de dos de ellos difundidos por Onda Cero el miércoles 8 de octubre de 2003 a las 12:00h y a las 13:00h respectivamente. En el siguiente

⁷² RTVE-RNE: *Manual de estilo de Radio Nacional de España. Manual de estilo para informadores de radio*. Madrid, 1980, p. 58.

⁷³ CADENA COPE: *Op. cit.*, p. 37.

⁷⁴ ONDA CERO: *Guía de estilo de Onda Cero Radio*. Madrid, 1996, p. 19.

ejemplo, se observa cómo Onda Cero ofrece ocho noticias en el boletín de las 12:00h y siete en el de las 13:00h. Cuatro de estos temas se repiten (boletín 12:00h: noticias 1, 2, 7 y 8; boletín 13:00h: noticias 1, 2, 6 y 7), dos de ellos adoptando un enfoque diferente y aportando datos nuevos —ver pauta y transcripción de la primera noticia—, y los otros dos temas —correspondientes al bloque de deportes— están escritos con una redacción y orientación prácticamente idéntica salvo el testimonio sonoro que lo acompaña —ver transcripción de las noticias deportivas—.

A continuación, presentamos la pauta de los dos boletines horarios y, a modo de ejemplo, la transcripción de dos de las noticias que se repiten en ambos programas informativos:

ONDA CERO RADIO, 8-10-2003. Pauta boletines horarios
12:00h/13:00h

12:00h

1. Detención 34 personas relacionadas con ETA.
Conexión OCR Bilbao
2. Condena coruñeses muerte aficionado Deportivo.
Conexión OCR la Coruña
3. Reunión Comisión antiviolenencia en el Ministerio del Interior
4. Conferencia Dalai Lama en el Club siglo XXI.
Conexión Club Siglo XXI
5. Infección estomacal Arafat
6. Premio Nobel de Química
7. Mención al incidente del aficionado del Deportivo.
Resultados partidos de fútbol: Castellón- Valencia,
Real Madrid, Barcelona, Villarreal, La Gimnástica
de Torrelavega, etc. Corte. Gregorio Manzano
8. Resultados partidos baloncesto: Barcelona

13:00h

1. Estado instalaciones polideportivo por incidente aficionado Deportivo. Conexión polideportivo. Corte alcalde de Santiago de Compostela
2. Perfil de los detenidos ETA. Conexión OCR Bilbao
3. Posibles sanciones de la Comisión Europea a Francia por su no corrección del déficit público
4. Manuel Fraga en Bruselas. Crónica corresponsal Bruselas
5. Anuncio boda real en Dinamarca
6. Mención al incidente del aficionado del Deportivo. Resultados partidos de fútbol: Castellón-Valencia, Real Madrid, Barcelona, Villarreal, La Gimnástica de Torrelavega, Athletic de Bilbao etc. Corte delantero del Athletic. Corte. Ismael Urzaiz.
7. Resultados partidos baloncesto: Barcelona

ONDA CERO, 8-10-2003. Transcripción de dos de la cuatro noticias coincidentes

1. Detención personas relacionadas con ETA

12:00h

LOC. PPAL: La policía nacional se ha incautado de abundante documentación de SEGUI, la organización juvenil ilegalizada próxima a Batasuna, en el curso de la operación en la que han sido detenidas treinta y cuatro personas, la última en Navarra. Onda Cero Bilbao, Aranzazu Ojeda.

OCR. BILBAO: La operación conjunta entre las policías española y gala continúa a estas horas con los registros. El último llevado a cabo en una nave de Guipúzcoa, donde los agentes se han incautado de abundante documentación en papel y soporte informático de la ilegalizada SEGUI, a la que pertenecen todos los arrestados. Además se ha realizado otra detención, ha sido en Navarra. Con ésta son ya 34 las personas arrestadas y 40 los registros. Esos son los datos de la operación antiterrorista. El mayor número de arrestos, 29, se ha llevado a cabo en el país vasco.

13:00h

LOC: PPAL: Uno de los 34 detenidos en la operación de la Policía Nacional contra ETA que permanece abierta es hijo de una concejala del Partido Socialista en Alsasua. Entre los detenidos figuran además dos hermanos con un amplio historial de terrorismo callejero. Todos los detenidos se encargaban de pasar información a Francia sobre personas que pudieran ser objetivos para ETA. Onda Cero Bilbao, Aranzazu Ojeda.

OCR. BILBAO: De los detenidos en Navarra, dos pertenecen a los trillizos Compains, con un amplio historial relacionado con la violencia callejera. Se trata de los hermanos Joseba y Eneko Compains de 23 años, arrestados ya con anterioridad en Pamplona por integrar un *Comando Y* de apoyo a ETA. La policía también ha detenido esta madrugada en Alsasua a Ramón López Cid, hijo de la edil socialista Julia Cid, acusado de un presunto delito de apoyo e integración a la banda terrorista. En total, ya son 34 los arrestados y 40 los registros los que ha llevado a cabo la Policía Nacional en la operación antiterrorista que desde la madrugada se lleva a cabo en País Vasco, Navarra, Aragón y las localidades francesas de Burdeos y Bayona.

2. Deportes

12:00h

LOC. PPAL: Los sucesos ocurridos en Compostela y Castellón empañan los partidos de la primera ronda de la Copa del Rey. Suspendió el Castellón-Valencia en el minuto 83 con empate a uno en el marcador. Victorias del Real Madrid, Barcelona, Villarreal y Deportivo. La sorpresa la dio la Gimnástica Torrelavega, al vencer al Athletic de Bilbao 2-1. Hoy se disputan el resto de partidos destacando el Conquense-Atlético de Madrid, con el técnico Gregorio Manzano muy cuestionado. Aunque éste le resta importancia a la situación.

CONTROL: CORTE GREGORIO MANZANO

LOC. 2: En baloncesto, el Barcelona perdió en casa ante el Auna en la segunda jornada de liga. Hoy se disputan

la mayoría de partidos. El jueves terminará la jornada con el Pamesa-Estudiantes.

13:00h

LOC. PPAL: Triste jornada en la Copa del Rey, ronda de treintadosavos de final, marcada por los incidentes en Compostela y los altercados en Castellón. Suspendió el Castellón-Valencia en el minuto 83 con empate a uno en el marcador. En el resto de encuentros jugados ayer, victorias del Real Madrid, Barcelona, Villarreal y Deportivo. La sorpresa la dio la Gimnástica Torrelavega, al vencer al Athletic de Bilbao 2-1. Ismael Urzáiz delantero del Athletic, no encontraba explicación a lo sucedido.

CONTROL: CORTE ISMAEL URZAIZ

LOC. 2: Hoy se disputan el resto de partidos destacando los encuentros en los que los técnicos están cuestionados. Gregorio Manzano en el Atlético de Madrid, Fernando Vázquez en el Valladolid y Paco Flores en el Zaragoza. En baloncesto, el Barcelona perdió en casa ante el Auna en la segunda jornada de la liga ACB.

En definitiva, la actualización de noticias constituye una tarea ineludible del comunicador en los boletines horarios.

b) Duración.

En cuanto a su duración, el boletín es un programa que se caracteriza, como decíamos, por su brevedad⁷⁵. Por lo general, no supera los cinco minutos —entre tres y cinco— salvo que, por razones

⁷⁵ A modo de ejemplo y sin ninguna validez representativa, incluimos aquí la duración de los boletines que emitieron las distintas cadenas generalistas el 8 de octubre de 2003 a las 12:00 horas: RNE: 8'10", Cadena COPE: 5'45", Onda Cero: 5'34", Cadena SER: 3'30".

excepcionales, la actualidad obligue a ampliar el tiempo de emisión. En este caso, el Libro de Estilo de la Cadena SER recomienda que “la duración óptima de un boletín de noticias se estime en tres minutos”⁷⁶.

Esta brevedad lleva consigo la exigencia de una concisión en torno a los siguientes aspectos:

a) Número de noticias y testimonios sonoros: La brevedad del boletín obliga a seleccionar los datos elementales de un número de temas muy variable. Lo habitual es que este tipo de programa contenga un número aproximado de entre cinco y diez noticias, aunque puede variar debido a la actualidad informativa⁷⁷. Por la misma razón, el número de testimonios sonoros incluidos en cada información no puede ser muy elevado⁷⁸.

b) Duración de noticias y testimonios sonoros: La brevedad del boletín exige que la duración de las noticias y de las grabaciones no sea muy extensa.

En cuanto a la duración de las noticias, el Libro de Estilo de la Cadena SER recomienda a sus redactores que “los textos no deben sobrepasar los 30 segundos de duración (6-7 líneas). Las

⁷⁶ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Op. cit.*, p. 33.

⁷⁷ Continuando con el ejemplo y como mera orientación, incluimos el número de noticias que incluyeron los boletines emitidos el miércoles, 8 de octubre de 2003 a las 12:00h: RNE emitió 10 noticias, Onda Cero, 8 noticias, Cadena COPE, 6 noticias, Cadena SER, 5 noticias.

⁷⁸ En este sentido, las mismas cadenas recogieron los datos siguientes: RNE: 2 grabaciones sonoras, Onda Cero: 3 grabaciones, Cadena COPE: 3 grabaciones, Cadena SER: 1 grabación.

conexiones deben atenerse a las mismas normas⁷⁹. Coincidiendo con este mismo criterio, Soengas también hace referencia a un límite temporal de treinta segundos por cada noticia⁸⁰; lo que en absoluto se corresponde con la realidad radiofónica⁸¹.

Sobre la duración de los testimonios sonoros lo habitual es que no sobrepasen los treinta segundos y se aconseja que sean más cortos que los que se incluyen en las noticias de un informativo principal guardando cierta proporcionalidad con el tiempo global del programa. En este sentido, el Libro de Estilo de Onda Cero recomienda que “un corte de sonido, un testimonio en un boletín, no debe durar más de 15 segundos”⁸², aunque en la práctica los testimonios sonoros de esta cadena superan en unos segundos el límite aconsejado⁸³.

⁷⁹ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Op. cit.*, p. 33.

⁸⁰ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 165.

⁸¹ Si nos fijamos en la duración de las informaciones que componen los boletines que estamos analizando, advertimos que los tiempos son los siguientes (se recogen los datos correspondientes a las noticias de menor y mayor duración): RNE: 25"-1'20", Onda Cero: 15"-1'10", Cadena COPE: 1'-1'45", Cadena SER: 10"-1'30". Se trata, una vez más, de hacernos una idea aproximada de los tiempos que pueden emplear las cadenas radiofónicas generalistas, sin ningún afán representativo.

⁸² ONDA CERO: *Op. cit.*, p. 21.

⁸³ A propósito de la duración de los testimonios y siguiendo el ejemplo que viene ilustrando el epígrafe, los resultados sobre la duración de los testimonios sonoros fueron los siguientes⁸³: RNE: 28"-30", Onda Cero: 18"-20", Cadena COPE: 20"-24", Cadena SER: 28"-30".

c) Géneros.

El boletín horario es la fórmula más pura de información en la que no tienen cabida otros géneros que no sean informativos. Así lo pone de manifiesto Faus:

*La finalidad del boletín horario es puramente informativa. En él no tienen cabida los comentarios, ni entrevistas, ni tan siquiera el más pequeño de los reportajes. En consecuencia, este tipo de programa maneja únicamente el género información (...) Sobre todo interesa la noticia, por la noticia y la rapidez en la transmisión de la misma. Supone una selección y valoración de los hechos más recientes*⁸⁴.

Al ser el boletín un informativo de breve duración, se trabaja casi exclusivamente con géneros de monólogo, es decir, noticias, crónicas y excepcionalmente informes. Así pues, las noticias del boletín no aparecen analizadas en profundidad, lo importante es ofrecer los últimos y esenciales datos de las noticias más relevantes, dejando el análisis y la reflexión para otro tipo de programas informativos en los que la actualidad se aborda con mayor profundidad como, por ejemplo, los servicios principales de noticias.

Todos los géneros que aparecen en el boletín pueden estar ilustrados con testimonios sonoros de los protagonistas de los hechos. El periodista rara vez es testigo de los hechos por lo que debe acudir a las denominadas fuentes informativas. A la hora de presentar la información cuenta con dos formas para hacer presente en su noticia u

⁸⁴ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 218.

otro género la información que les trasmite la fuente original. Puede citar determinados datos de manera indirecta mencionándolos con su propia voz o bien de manera directa insertando una grabación con la voz de la fuente que le ofrece esa información. En este último caso, nos encontramos con una información que contiene los denominados cortes de voz, es decir, declaraciones grabadas de los protagonistas de la información o testimonios de los testigos de los hechos.

Suele ser conveniente introducir estos cortes de voz en la emisión puesto que mejoran el interés y la credibilidad de la información:

La importancia de combinar la palabra de los periodistas con las declaraciones de los implicados en la información tiene una doble raíz. Por un lado, las características de la radio como medio basado exclusivamente en el sonido imponen la combinación de voces para mantener la atención del oyente. Con ello se consigue una información más dinámica, con más ritmo, una información que elimina la monotonía del discurso único. Por otro lado, la variedad de voces es importante ya que permite conocer al oyente otro punto de vista que no sea el del periodista. El uso de declaraciones, de esta forma, dota de mayor credibilidad a la noticia⁸⁵.

En definitiva, incorporar grabaciones permite, por un lado, renovar la atención de los oyentes porque provoca un cambio de elemento sonoro pero, además, el hecho de que el oyente pueda acceder directamente a las declaraciones del protagonista de la

⁸⁵ RODERO, Emma y MERAYO, Arturo: *Op. cit.*, p. 25.

información, es decir, escuche a la fuente directa, introduce mayores dosis de credibilidad.

Como decimos, estas grabaciones sonoras se pueden incluir en los principales géneros que se emplean en el boletín horario radiofónico. Estos son: la noticia, la crónica y el informe, que son los que analizamos a continuación.

La noticia.

Consiste en la narración escueta y concisa de la realidad; es la forma más sencilla de contar un hecho. González Conde la define como “un relato breve de la realidad, de los hechos, del momento (story). Exenta de opinión personal (‘comment’), pero no de estimaciones o análisis⁸⁶. Se trata entonces de un “relato puro y realista para que quien escucha tenga un conocimiento lo más exacto posible de los que ocurrió”⁸⁷.

Las noticias del boletín son breves y poseen una estructura y unas características diferentes a la noticia estándar. En líneas generales, para Soengas, las noticias que constituyen los boletines radiofónicos “constan de una primera parte identificativa, que incluye el QUIÉN , el QUÉ, el CUÁNDO y el DÓNDE; y una segunda parte explicativa, que incluye el CÓMO y el PORQUÉ”⁸⁸. De ahí, que se ofrezca una idea muy general y condensada sin aportar demasiados detalles, a no ser que sean imprescindibles para comprender la noticia.

⁸⁶ GONZÁLEZ CONDE, María Julia: *Op. cit.*, p. 165.

⁸⁷ GARCÍA GONZÁLEZ, Aurora: *Op. cit.*, p. 195.

⁸⁸ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 166.

De la misma manera, esta exigencia de seleccionar los datos más importantes conlleva también una elección muy cuidada de las citas con grabación, debiendo dejar éstas para ilustrar las noticias más importantes. Precisamente, dependiendo de la inclusión o no de testimonios sonoros en las informaciones se pueden distinguir dos tipos de noticias:

- a) Noticia estricta. Todos los datos de la información son expresados por el periodista.

- b) Noticia con grabación. Alguno de los datos son expresados de viva voz por los protagonistas o implicados en los hechos.

La crónica.

Los teóricos de la comunicación coinciden en señalar que la crónica radiofónica es un género híbrido, que se sitúa a medio camino entre la información y la opinión, entre el relato de los hechos y la valoración de los mismos. Además advierten que la crónica no es cualquier conexión que se desarrolla desde el exterior de los estudios: “dado que el cronista es un testigo de los hechos que narra, la crónica de calidad da cuenta de cosas que desde la redacción no es posible conocer”⁸⁹. Por eso, Faus la define como “la narración hablada de los hechos”⁹⁰. Así pues, podemos decir que la crónica es el relato

⁸⁹ MERAYO PÉREZ, Arturo: “La construcción del relato...”, p. 89.

⁹⁰ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 295.

personalizado de los hechos verificados directamente por el cronista, de ahí que Rodero⁹¹ identifique este género por los siguientes rasgos:

- Gracias a la implicación del cronista en los hechos que cuenta, se genera un vínculo más familiar con el oyente.
- Se caracteriza por un tono directo, llano y desenfadado.
- El estilo de la crónica es absolutamente libre, aunque sujeto a los datos de la noticia.
- La crónica atiende más a los detalles, al ambiente y a las curiosidades.

Puesto que el cronista se sitúa en el lugar de los hechos, las descripciones son importantes en una crónica:

Es frecuente que en el marco del relato de sucesos el cronista se detenga a describir seres y lugares que están al margen de la trama narrativa propiamente dicha. Las descripciones, en lugar de considerar los acontecimientos como procesos, conforman espectáculos: el tiempo se detiene y la mirada va cayendo (abundan los verbos de percepción) en la yuxtaposición de los elementos que constituyen el escenario y los personajes⁹².

⁹¹ RODERO ANTÓN, Emma: *Op. cit.*, p. 203.

⁹² ATORRESI, Ana: *Op. cit.*, p. 23.

Pero para la mayoría de autores radiofónicos la crónica, concebida como género periodístico clásico, ha ido desapareciendo poco a poco de los programas informativos dejando paso a otro tipo de formatos menos puros, pero igualmente radiofónicos como la crónica de alcance o ampliación informativa. De ahí que, según González Conde, la figura tradicional del cronista haya tenido que experimentar algunas variaciones como “free-lance”, enviado especial, periodista especializado o corresponsal. En la actualidad —ya sea como la crónica en su estado puro o con sus variaciones—, las crónicas representan una parte esencial de los programas informativos —y de los boletines en particular—. Existen diversos tipos de crónicas, González Conde⁹³ las resume en la siguiente clasificación:

1. Según su forma de difusión

- De *alcance*. Recoge los primeros datos cuando la noticia acaba de producirse.
- De *continuidad*. Conlleva la actualización de una noticia muy relevante a lo largo de diversos programas informativos.
- En *diferido*. Es la crónica grabada pero se ofrece como si se emitiera en directo.
- En *directo*. Es la más radiofónica. Aporta naturalidad y posibilita en diálogo entre el cronista y el conductor.

⁹³ GONZÁLEZ CONDE, María Julia: *Op. cit.*, pp. 170-173.

2. Según su contenido

- De *información general*. Aborda cualquier tipo de información desde cualquier lugar: a) monotemática, b) pluritemática. Los diferentes temas han de ser relacionados por el cronista.
- De *información especializada*. Referidas a un tema concreto como deporte, bolsa, toros, etc.

3. Según su estructura, tratamiento y afinidad.

- *Tradicional*. Cuando expone la noticia, interpreta los hechos y relata el ambiente.
- *Informal*. Más flexibles, como la crónica deportiva o la parlamentaria.

Según el Libro de Estilo de Onda Cero Radio, la crónica debe incluir la información del periodista y los testimonios de los protagonistas de esa noticia. Su duración no puede ser mayor un minuto (texto más testimonio sonoro) y, salvo que el editor lo sepa, la crónica nunca ha de empezar o terminar con un corte⁹⁴.

El informe.

Se trata de un género que aclara, amplía y explica el cómo y el porqué de las noticias más relevantes. Se caracteriza por tener un

⁹⁴ ONDA CERO: *Op. cit.*, p. 22.

estilo impersonal y esquemático. Nunca presenta opiniones de su autor aunque sí puede ilustrarse con los testimonios de las personas relacionadas con el tema en cuestión.

Para González Conde, el informe es “un relato lineal, que no debe exceder de los dos minutos, que aporta datos documentados y sistematizados de noticias relevantes, y puede formar parte de un tema de debate, de un programa especializado o monotemático e incluso dentro de un reportaje⁹⁵. Lógicamente, esta duración se refiere a un informe incluido en un tipo de programa informativo más amplio, pero el caso del boletín, el límite temporal debería guardar una proporción con respecto a la duración global del boletín y al resto de noticias.

Como todo género radiofónico precisa de un lenguaje sencillo, aunque en este caso es aún más importante la claridad por la cantidad de datos que, en ocasiones, se manejan en un informe. Además, la característica más identificativa es que presenta un estilo impersonal y un esquemático y sencillo montaje.

Sobre los distintos tipos de informe, Rodero establece la siguiente clasificación⁹⁶:

- *Científico-económico*: Aporta datos que explican y complementan una noticia de carácter científico o económico.

⁹⁵ GONZÁLEZ CONDE, María Julia: *Op. cit.*, p. 173.

⁹⁶ RODERO ANTÓN, Emma: *Op. cit.*, p. 202.

- *Biográfico*. Proporciona los datos biográficos de una persona para ayudar a la comprensión de una noticia referente a ella.
- *De sucesos*. Expone los datos que dibujan el entorno en el que se produce un suceso.
- *Sociopolítico*. Completa y contribuye a la explicación de noticias de carácter sociopolítico.

d) Estructura.

La estructura del boletín se caracteriza por su sencillez y diversidad. En primer lugar, sencillez, porque la forma de presentar los contenidos está exenta de complejidades y, en segundo lugar, diversidad, porque la ordenación de las informaciones responde a múltiples variables, lo que da lugar a que cada boletín sea un programa informativo totalmente diferente.

A grandes rasgos, podemos dividir en dos las partes que componen la estructura del boletín. Por un lado, la presentación de la información y, por otro, la distribución de contenidos.

Presentación del boletín.

Dentro de la presentación del boletín, incluimos los saludos y despedidas del locutor principal y la propia exposición de las noticias.

Saludos y despedidas: El boletín radiofónico suele comenzar tras las señales horarias y la careta de entrada. Entonces el locutor principal saluda a la audiencia —sin especificar el sexo de los oyentes—, menciona la hora peninsular y la de Canarias, e inmediatamente, entra de lleno en el relato de las noticias.

El cierre se produce con la conclusión de la última noticia y la despedida breve del conductor o locutor principal, remitiendo a los oyentes al siguiente programa informativo. En el caso de que el boletín hubiera incluido algún suceso de última hora, el locutor principal terminará el boletín indicando que los servicios informativos trabajarán desde ese momento para ofrecerles nuevos datos en los programas posteriores. El boletín suele finalizar entonces con la careta de cierre o el indicativo de los servicios informativos. De esta manera, queda identificado como una unidad programática.

Si nos fijamos en las indicaciones que recomiendan los libros de estilo de las principales emisoras a propósito de los saludos y las despedidas, nos encontramos con diferencias como éstas: por ejemplo, la Cadena SER recomienda cerrar de esta manera: “Esto es todo. Más noticias en la SER a las (...)”⁹⁷. Por el contrario, Onda Cero aconseja a sus redactores que al finalizar el boletín, “se evitarán expresiones como ‘es todo, finalizamos, acabamos’, etc. La radio emite 24 horas y el sonido, la información y el acompañamiento continúan para el oyente”⁹⁸. En cualquier caso, y al margen de diferencias entre los libros de estilo, el comienzo y el final del boletín ha de ser sumamente

⁹⁷ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Op. cit.*, p. 33.

⁹⁸ ONDA CERO: *Op. cit.*, p. 22.

sencillo. Veamos los ejemplos de los boletines emitidos el miércoles, 8 de octubre de 2003 a las 12:00h.

Onda Cero Radio

CONTROL: SEÑALES HORARIAS
LOC.PPAL: Es mediodía, las once en Canarias. Buenas tardes.
(...)
CONTROL: CARETA
LOC.PPAL: Más noticias en Onda Cero a la una de la tarde,
mediodía en Canarias.

Cadena SER

CONTROL: SEÑALES HORARIAS
LOC.PPAL: Es mediodía, las 11 en Canarias.
CONTROL: CARETA
(...)
LOC.PPAL: Es todo por el momento, Iñaqui.

RNE

CONTROL: SEÑALES HORARIAS
CONTROL: CARETA
LOC.PPAL: Son las 12, las 11 en Canarias.
(Sin despedida)
CONTROL: SINTONÍA

Cadena COPE

CONTROL: SEÑALES HORARIAS
CONTROL: CARETA
LOC.PPAL: Saludos, buenos días.
(...)
LOC.PPAL: Pues aquí terminamos. Volvemos a la 1. Hasta
entonces pueden seguir informados en "COPE. es".

Exposición de las noticias. La presentación de las informaciones se realiza también de forma sencilla, normalmente con la lectura a dos voces. Por eso, la presentación suele realizarla un locutor principal apoyado por otros redactores a los que va dando entrada para desarrollar las noticias. Estos redactores pueden encontrarse en el

estudio o en el exterior. Los que permanecen en el estudio son periodistas que integran las diversas secciones de la redacción de informativos de la emisora. Los que se encuentran en el exterior pueden ser: estos mismos redactores de la cadena nacional realizando una crónica desde la calle o bien redactores de las emisoras locales pertenecientes a la cadena, corresponsales o enviados especiales. Éstos son algunos ejemplos sobre la presentación de noticias en los boletines objeto de nuestra observación:

Onda Cero Radio

LOC. PRINCIPAL: En Galicia, en la calle, la indignación es patente por la muerte de Manuel Ríos, el aficionado del Depor que falleció anoche a causa de una paliza cuando intentaba mediar en una trifulca. Redacción en Coruña, Carmen Cruzado.

OCR LA CORUÑA: Indignación es la palabra que más hemos escuchado en la ciudad de A Coruña esta mañana (...).

Cadena SER

LOC. PRINCIPAL: Novedades sobre la visita del Dalai Lama a nuestro país, una visita en la que no va a ser recibido por las autoridades españolas. Informa Alfonso Gea.

CLUB SIGLO XXI. Finalizó ya la conferencia del Dalai Lama, titulada "Ética secular" en la que ha abogado por recuperar los valores que fundamentan los Derechos del Hombre (...).

RNE

LOC PRINCIPAL: En el Ministerio del Interior se analiza, a puerta cerrada, este suceso y los ocurridos en el campo de Castellón y de Langreo, Asturias, una reunión que se prevé larga. Mamen del Cerro. Buenos días.

M. DEL INTERIOR: Hola, buenos días. Pues así parece que los responsables de esta comisión paritaria de la que forman parte los ministerios de Interior y de Cultura, están analizando con detalle estos sucesos (...).

Cadena COPE

LOC. PRINCIPAL: El alcalde de Santiago de Compostela ha anunciado que se presentará como acusación particular en el caso del fallecimiento de un aficionado del Depor que murió anoche tras una agresión con seguidores del Compostela. COPE Santiago, Pablo Acción.

COPE SANTIAGO. PABLO ACCIÓN El alcalde de Santiago, el socialista Xosé Sánchez Bugallo, que este mediodía, por cierto, visitará el estadio de San Lázaro (...).

Distribución de los contenidos.

En la distribución de contenidos englobamos la organización de la información y los elementos separadores entre cada una de las noticias.

Organización de la información: Ya mencionábamos antes que la estructura del boletín se caracteriza por su diversidad, un rasgo que se deriva de los múltiples condicionantes que determinan la distribución de contenidos. En líneas generales, la organización y jerarquización de las noticias en un boletín depende básicamente de:

- a) la información que se esté produciendo en el momento.

b) las preferencias y criterios de la emisora, los editores y redactores que elaboran los boletines.

c) la aplicación del criterio periodístico más elemental que determina qué hechos se convierten en noticia. Este criterio ya hemos visto que se sustenta en tres factores:

– La *actualidad*: se trata de un hecho que acaba de suceder. Cuanto menor sea el tiempo transcurrido entre el hecho y su relato, mayor atractivo tendrá para la audiencia. La actualidad de ese hecho debe mantener el interés hasta que se sustituye su comunicación por la de otro hecho.

– La *novedad*: es un hecho desconocido, que se sale de la rutina. Cuanto mayor sea la novedad, más probabilidades tiene de convertirse en noticia. Cuanto más infrecuente, extraño, inhabitual o paradójico, más capacidad para transformarse en noticia. La novedad está ligada al grado de imprevisibilidad.

– El *interés público*: es un hecho que se transmite a un público masivo, por tanto, ha de ser de interés general. El interés del hecho puede ser⁹⁹:

–Objetivo. Es el que se sustenta en la vía racional. Analiza las causas y consecuencias de los hechos; los conflictos.

⁹⁹ RODERO ANTÓN, Emma: *Op. cit.*, p. 195.

–Subjetivo. Basado en la cercanía física o psicológica, es decir, en el grado de implicación del oyente.

–Formal. Bajo un criterio puramente estético.

–*Interés humano*. Sustentado en la vía emotiva; es decir, el número de personas afectadas y la relevancia social del protagonista.

Una vez seleccionada la información atendiendo a estos factores, el contenido se organiza en el boletín de acuerdo al siguiente criterio: “lo último, lo importante y lo que viene”.

a) *Lo último*: Afirma Legorburu que “la última hora es la reina indiscutible del boletín”¹⁰⁰. Los boletines son el programa informativo por excelencia para comunicar a la audiencia la última hora, pero siempre y cuando esa noticia sea muy importante. Si el boletín es nacional en ese momento pueden estar sucediendo numerosos hechos en distintos lugares. De ahí que también en este caso sea imprescindible la selección tanto por la importancia de la noticia como por la actualidad.

b) *Lo importante*: Los boletines también deben estar muy atentos a los acontecimientos más relevantes sucedidos a lo largo del día, hechos también de actualidad que se han tratado de forma más amplia en los servicios principales de noticias y que el

¹⁰⁰ LEGORBURU, José María: “La temporalidad, factor condicionante de la edición y producción de los boletines horarios”, en MÍNGUEZ, Norberto y VILLAGRA, Nuria: *La comunicación. Nuevos discursos y perspectivas*. Edipo, Madrid, 2004.

boletín ha de recoger bien ofreciendo datos nuevos o bien resumiendo los aspectos más destacados de la noticia. Se trata de que la audiencia no sólo esté informada de lo último sino que además no pierda el hilo de la actualidad aún cuando sean noticias que se hayan producido hace horas. De esta forma, el conductor del boletín debe tener presente, además de los contenidos del último programa informativo, las noticias que se van a desarrollar en el siguiente

c) *Lo que viene*. El boletín también puede anticipar brevemente los datos esenciales de aquello que va ser noticia a corto plazo. Se trata de un simple avance, puesto que se va a desarrollar de forma más amplia en otros programas informativos más extensos. Por lo tanto, se avanzan aquellas noticias que serán importante punto de atención pero sin agotarlas antes de tiempo.

Precisamente, el Libro de Estilo de la Cadena SER recomienda jerarquizar las noticias que formen parte de un boletín en función de esa misma norma:

Los boletines son el elemento primario de la continuidad informativa y deben ofrecer noticias basadas en los principios de inmediatez, actualidad y continuidad, comienza con las noticias importantes de la última hora, sigue con el recordatorio de los acontecimientos principales ya difundidos y termina con un avance de las previsiones informativas¹⁰¹.

¹⁰¹ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Op. cit.*, p. 33

La aplicación de este triple criterio y la breve duración del boletín horario exigen, por un lado, que la disposición de contenidos se realice atendiendo a esa norma y no mediante secciones o bloques fijos. Por tanto, no parece muy adecuada la utilización de expresiones tales como “en el ámbito político...”, “en lo internacional...” pues parece que se reconoce la existencia de una sección que, como tal, no debe aparecer en esta modalidad de programa. Sin embargo, pese a la mencionada inexistencia de secciones temáticas, cada vez son más los boletines que conciben la información deportiva como un bloque con entidad propia, dedicando sus últimos segundos a tratar este tipo de información.

Por otro lado, la jerarquización de noticias bajo el criterio de “lo último, lo importante y lo que viene”, provoca que cualquier información, siempre que sea lo suficientemente relevante, pueda encabezar el boletín; lo que significa que se puede comenzar con una noticia relacionada con cualquier ámbito de la actualidad —deportes, meteorología, política, economía, etc—. Precisamente, es la noticia de apertura la que sirve como punto de referencia para formar el primer conjunto de noticias que presenten algún aspecto en común; seguidamente, otro hecho importante guiará el segundo bloque y así sucesivamente:

A lo sumo aparecerán breves bloques integrados por sucintas noticias que presentan algún elemento en común: suceden a la misma hora, tienen una cierta vinculación temática o se producen en el mismo ámbito geográfico¹⁰².

¹⁰² MERAYO PÉREZ, Arturo: “La construcción del relato...”, p. 75.

De esta manera, si las noticias aparecen relacionadas a partir de cualquiera de estos criterios se facilita el seguimiento de la información por parte de la audiencia. Por tanto, la actualidad se hace más comprensible:

Dentro de un mismo paquete, si tengo dos notas referidas al petróleo, las puedo vincular. Un alijo de droga se junta con otro alijo, la protesta de Montevideo se relaciona con la de Tegucigalpa. Todo lo que hagamos para que el oyente pase — y no salte— de una noticia a otra, permitirá una mejor comprensión de la información. Será ganancia pedagógica¹⁰³.

Como muestra de este “arrastre informativo”, sirva de ilustración el siguiente ejemplo del boletín horario emitido por RNE el miércoles, 8 de octubre de 2003 a las 12:00h. En este fragmento de pauta se observa cómo el periodista ha formado un bloque de noticias con una vinculación temática y que además se separa del resto de noticias por una ráfaga musical. A la noticia sobre la muerte de un aficionado del Deportivo, le siguen otras dos relacionadas también con algún aspecto de la violencia.

RNE

(Noticias, 1 y 2)

- Noticia 3. Inician investigaciones sobre muerte aficionado Deportivo.
- Noticia 4. Reunión Comisión antiviolencia en el Ministerio del Interior.
- Noticia 5. Disputa mortal en San Cugat.

RÁFAGA

¹⁰³ LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Op. cit.*, p. 334.

(Noticias, 6, 7, 8, 9 y 10)

Además de no haber secciones, tampoco los boletines horarios contienen titulares ni resúmenes introductorios. Debido a su brevedad, las noticias se difunden una sola vez, salvo que la propia actualidad obligue a volver sobre alguna de las noticias emitidas a lo largo del boletín.

A continuación se exponen las pautas de los cuatro boletines emitidos el miércoles, 8 de octubre de 2003 a las 12:00h, en RNE, OCR, Cadena COPE y Cadena SER con el fin de observar las diferencias y similitudes que se producen en la selección y jerarquización de las noticias ante una misma realidad.

	RADIO NACIONAL DE ESPAÑA		ONDA CERO RADIO		CADENA COPE		CADENA SER
1	Premio Nobel de Química	1	Detención ETA	1	Aficionado del Deportivo	1	Comisión antiviolencia
2	Detención ETA	2	Aficionado Deportivo	2	Detención ETA	2	Dalai Lama en Madrid.
3	Aficionado del Deportivo	3	Comisión antiviolencia	3	Crítica Cristina Alberdi al PSOE	3	Detención ETA
4	Comisión antiviolencia	4	Dalai Lama en Madrid	4	Problemas de salud Arafat	4	Sentencia caso "TVE-CCOO"
5	Disputa mortal en San Cugat	5	Problemas de salud Arafat	5	Altercados en planta de Repsol	5	Premio Nobel de Química
6	Elecciones en California	6	Premio Nobel de Química	6	Premio Nobel de Química	6	

7	Problemas salud Arafat	7	Resultados fútbol	7	7
8	Altercados en planta de Repsol	8	Resultados baloncesto	8	8
9	Adopción ilegal en Chile	9		9	9
10	Brote de legionela en Alcoy	10		10	10

Si nos fijamos en el cuadro anterior podemos observar que la selección y jerarquización de contenidos en los cuatro boletines emitidos el mismo día y a la misma hora no son coincidentes, lo que nos confirma la idea de que el criterio informativo depende de muchos factores. En líneas generales, éstas son algunas de las apreciaciones más significativas que hemos encontrado:

- Cada uno de los boletines opta por una noticia de apertura diferente.
- Las dos únicas noticias que recogen las cuatro cadenas son la “Detención de ETA” y “Premio Nobel de Química”. Respecto a la primera, tan sólo RNE y la Cadena COPE coinciden en situarla en la misma posición. La colocación de la segunda noticia es tan dispar que algunas emisoras la sitúan en primer lugar —RNE— y otras —Cadena COPE y Cadena SER— la dejan para la última posición.

- Tres emisoras —RNE, OCR y Cadena COPE— seleccionan la noticia del “Aficionado del Deportivo”. En los tres casos, la disposición es diferente.
- Tres emisoras —RNE, OCR y Cadena SER— tratan el tema de “Comisión antiviolencia”, también en distinto lugar.
- Tres emisoras —RNE, OCR y Cadena COPE— hablan de los “problemas de salud de Arafat”, en tres momentos distintos del boletín.
- Dos emisoras —OCR y Cadena SER— incluyen la noticia del “Dalai Lama”, en posiciones diferentes.
- Dos emisoras —RNE y COPE— tratan el tema de “Altercados en planta de Repsol—, también en lugares distintos.
- Existen noticias que se emiten en exclusividad por alguna de las emisoras. Por ejemplo RNE es la única que difunde los temas: “Disputa mortal en san Cugat”, “Elecciones en California”, “Adopción ilegal en Chile”, “Brote de legionela en Alcoy”; las noticias deportivas sólo se emiten en OCR; el tema relacionado con la “Crítica de Cristina Alberdi al PSOE”, sólo se emite en la Cadena COPE y, por último, la Cadena SER es la única que recoge la “sentencia caso TVE-CCOO”.

- Y un caso curioso. Aunque no es objeto de profundizar en el análisis de contenido, sí nos parece interesante comentar lo que ocurrió con la cobertura de la noticia de la visita del Dalai Lama. La simultaneidad de los boletines estudiados permitió observar cómo las emisoras que trataron el tema, lo hicieron de forma contradictoria. Así, a la misma hora, OCR contaba que la conferencia se estaba celebrando en esos mismos momentos: “El Dalai Lama está ofreciendo una conferencia muy centrada (...)” —con sonido de fondo—, mientras que en la Cadena SER, el periodista la daba por finalizada: “Finalizó ya la conferencia del Dalai Lama (...)”.

En definitiva, nos encontramos con cuatro características comunes —periodicidad, duración, tipo de géneros y estructura— pero planteamientos notablemente diferentes para cada emisora, al menos en los cuatro boletines que hemos observado. Esta diversidad significa —principalmente, en lo que se refiere a la selección y distribución de contenidos— que el criterio informativo no es unívoco, sino que depende de múltiples factores y circunstancias.

Elementos separadores: Existen distintas maneras de separar las noticias dentro de un boletín: mediante una pausa —entre una y otra noticia puede existir una pausa de uno o dos segundos de duración—, ninguna —si las voces son masculina y femenina—, con una transición hablada o bien a través de un elemento sonoro, es decir, con una ráfaga.

Las ráfagas son efectos sonoros en forma de fragmentos musicales breves que generalmente mencionan el nombre del programa a modo de recordatorio para el oyente. Su función es precisamente la de separar las informaciones o bien éstas de la publicidad. La mayor parte de autores desaconsejan el uso de elementos sonoros en los boletines radiofónicos por ocupar demasiado tiempo y crear —si se emplean reiterativamente— un ritmo monótono. Por todo ello, el uso de ráfagas o golpes es poco frecuente, salvo en aquellos boletines que adoptan una estructura que incluya breves. Pero también es cierto que estos elementos sonoros cumplen otra importante función. Ese fragmento sonoro claramente diferente del resto del desarrollo hablado del boletín renueva el interés de la audiencia porque representa una clara llamada de atención. Por eso, es conveniente incluir alguna ráfaga en el desarrollo del boletín radiofónico.

La forma más extendida de separar las noticias es mediante una mínima pausa. De esta forma, el relato de las noticias se suele dividir en dos bloques separados por una ráfaga. El primero transcurre con la lectura de las noticias más importantes: el locutor principal introduce los datos elementales de cada noticia y da paso a otras voces que las desarrollan. Y el segundo, está formado por tres o cuatro noticias de carácter breve.

Una vez contextualizado el boletín dentro del conjunto de programas informativos radiofónicos, vistas sus características esenciales y observado de cerca alguno de los boletines de las principales cadenas españolas a modo de definición del ámbito de

aplicación de este estudio, nos detenemos en el siguiente capítulo a analizar cómo es y cómo se puede facilitar la comprensión en este tipo de programas informativos.

CAPÍTULO III.

LA COMPRENSIÓN AUDITIVA EN EL BOLETÍN RADIOFÓNICO.

En los epígrafes anteriores hemos estudiado con detalle cómo funciona el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva y cuáles son las características propias del canal radiofónico aplicadas a la elaboración de boletines informativos.

En primer lugar, el análisis de los componentes que conforman el proceso de comprensión, nos ha permitido elaborar una primera aproximación de lo que podría ser la caracterización psicológica o el comportamiento auditivo de un “oyente-tipo” que intenta comprender un mensaje sonoro. Precisamente éste es el punto del que debe partir el comunicador, en nuestro caso, el comunicador radiofónico, si quiere que sus mensajes sean comprendidos por el receptor.

En segundo lugar, el estudio de la información radiofónica aplicada al boletín nos ha llevado a entender las peculiaridades informativas del medio necesarias para adaptar los mensajes al canal en que se transmiten. Para alcanzar entonces el objetivo último de conseguir la comprensión del oyente como modo de completar el proceso comunicativo radiofónico, el emisor debe concebir el mensaje en función de las características que determinan la conducta perceptiva de los oyentes pero también de estos condicionamientos informativos

del canal radiofónico. Por eso, nuestro siguiente paso consiste en aunar ambas consideraciones y determinar cómo deben construirse estos mensajes en función de estos dos condicionantes. En definitiva, en este tercer capítulo vamos a realizar primero una caracterización del tipo de escucha al que se somete el oyente radiofónico para después definir y determinar cada una de las estrategias comunicativas que deberá emplear el comunicador a la hora de elaborar el boletín informativo para favorecer la comprensión de la audiencia.

1. La comprensión del oyente radiofónico.

Con frecuencia está encendida como un paisaje en el interior de la vivienda, una luz que arde, la llama de una chimenea, una voz que ofrece un acompañamiento melódico de los trabajos cotidianos sin que se deba escuchar o comprender el sentido de las palabras 'cantadas', un envolvimiento de sonidos de los que uno alza el tono para ahogar el ruido de los vecinos, borrar los mensajes inoportunos y restablecer por el contrario el equivalente de un silencio interior¹.

Definíamos en la primera parte de este estudio el comportamiento auditivo de un “oyente-tipo” que intenta comprender cualquier producto sonoro. Pues bien, si este mismo “oyente-tipo” lo situamos ante un producto sonoro específico, el radiofónico, y más en concreto, ante un producto informativo como es el boletín horario, ámbito de aplicación de esta tesis, obtenemos un “oyente radiofónico”,

¹ De CERTEAU, M.: *La invención de lo cotidiano*. Artes de Hacer, Universidad Iberoamericana, México, 1996, p. 168.

cuya comprensión se ve dificultada por las circunstancias de recepción y por las consecuencias derivadas de su tecnificación².

Podemos concluir entonces que, mientras que el “oyente-tipo” es un oyente de un producto sonoro indefinido, el “oyente radiofónico” es un “oyente-tipo” cuyo propósito consiste en comprender un producto sonoro radiofónico, lo que en términos de composición del mensaje informativo comprensible —y en particular del boletín horario— significa que el comunicador se enfrenta ante un sujeto receptor que posee una capacidad perceptiva mermada a causa de las dificultades que imponen las peculiaridades del canal radiofónico —temporalidad, alta penetración y rapidez— y los hábitos de exposición de los oyentes ante los mensajes de radio.

La naturaleza transitoria del mensaje radiofónico requiere que el oyente no sólo escuche el mensaje en el mismo momento de su emisión, sino que lo entienda en ese preciso instante. Por eso, el oyente radiofónico no tiene una segunda oportunidad, lo que implica una dificultad añadida para la comprensión del mensaje: “la no percepción por el oído de una palabra la convierte en irrecuperable, la no comprensión por la inteligencia una vez oída, también”³.

² Ni que decir tiene, que al margen de estos condicionantes, que siempre hemos considerado como los más elementales y, por tanto, ámbito de aplicación de nuestro estudio, la comprensión del mensaje radiofónico también está influida por otros factores subjetivos, que escapan al control del emisor, como los propios intereses del sujeto, habilidades, experiencias, conocimientos previos, nivel educativo, capacidad de audición, etc.

³ COUSIDO, Pilar: “Manifestaciones temporales de la información”, en VV.AA.: *Documentación de las Ciencias de la Información*. Ediciones Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1989, p. 138.

Junto a la fugacidad del mensaje, los hábitos de exposición también condicionan la comprensión del producto sonoro radiofónico. Al no requerir la participación de la vista, el oyente puede escuchar la radio mientras realiza otra actividad, en cualquier momento — penetración temporal del canal radiofónico— y en cualquier lugar — penetración espacial—. Esta circunstancia concede al oyente la oportunidad de estar en permanente contacto con la radio.

Existe un contexto propio de la recepción radiofónica: soledad del oyente, atención distraída por estar efectuando otra actividad, nivel de capacidad atencional. Son elementos que la nueva psicología de la percepción auditiva ha examinado. La radio no puede desatender sus aportaciones ya que esto obligaría a elaborar la información con tratamientos sumamente sencillos y claros⁴.

Por un lado, la recepción radiofónica, en tanto que auditiva, es compatible con la realización de otras actividades por parte del sujeto receptor. De lo que se desprende que el comunicador no tiene ninguna garantía de que el oyente le preste atención; otros sonidos y otras tareas pueden demandar simultáneamente su atención.

La observación sistemática de las prácticas domésticas nos muestra que la atención es selectiva y se mantiene flotante entre los quehaceres domésticos, las pláticas familiares, el

⁴ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica: Mediación Técnica, Tratamiento y Programación*. Síntesis, Madrid, 1994, p. 239.

ruido de los electrodomésticos, el sonido del televisor y los rumores cotidianos⁵.

Por otro lado, el hábito de exposición ante el mensaje radiofónico también se caracteriza por la presencia ubicua del medio. Debido a su bajo coste y a las características físicas del aparato receptor, el oyente tiene la posibilidad de escuchar la radio prácticamente en cualquier lugar y en cualquier momento del día. Si a esto se une que la escucha radiofónica se puede compatibilizar con otras actividades será fácil deducir que, en la mayor parte de las ocasiones, la radio se utiliza muchas veces como fondo sonoro. Esto que para algunos supone grandes ventajas, para otros plantea serios inconvenientes:

El hecho de poder escucharla en cualquier momento del día y prácticamente en cualquier lugar, la convierte en instrumento 'excesivamente' cotidiano y habitual, hasta el punto de que la percepción de sonidos radiofónicos no supone ninguna novedad para los oyentes. Las condiciones de recepción se mezclan así con el entorno familiar o laboral, y resultan en la mayor parte de las ocasiones deficientes⁶.

Pero existen otras voces que argumentan lo contrario, por ejemplo, Petty y Cacioppo plantearon en 1986 el ELM (*Elaboration Likelihood Model*) o *modelo de probabilidad de elaboración de los mensajes persuasivos*. Este modelo es considerado por algunos

⁵ WINOCUR, Rosalía: *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Gedisa, Barcelona, 2002, p. 144.

⁶ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender la radio: Estructura del proceso informativo radiofónico*. Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000, p. 118.

autores, entre ellos, Briñol, De la Corte y Becerra como “el más completo y el más capaz de integrar los muchos resultados contradictorios que la investigación sobre persuasión ha generado en los últimos años”⁷. Entre sus muchos estudios, nos interesan especialmente aquellos que se centran en la atención del receptor de radio. Precisamente, una de las conclusiones más sorprendentes afirma que los mensajes que se difunden a través de los medios audiovisuales —radio y televisión— son mejor recordados que si lo hicieran desde los medios escritos. Según el ELM, esto se debe a que la radio que se mantiene de fondo también es capaz de captar mínimamente la atención de las personas que se encuentran en la sala. Además, este modelo asegura que el escaso control que mantiene el receptor sobre el mensaje radiofónico puede resultar una ventaja. La justificación es la siguiente:

Frente a la televisión o la radio, la única posibilidad de inmunizarnos completamente respecto a la información ofrecida por estos aparatos sería la de apagarlos o quedarnos ciegos y sordos. Mientras la televisión o la radio permanezcan encendidas y al alcance de nuestros sentidos, un mínimo nivel de atención resultará asegurado y, por tanto, también tendremos oportunidad de recordar mínimamente los mensajes atendidos⁸.

El planteamiento de las dos posturas no nos parece en ningún caso contradictorio, puesto que parten de distintas modalidades de exposición ante mensajes radiofónicos diferentes.

⁷ BRIÑOL TORNES, Pablo, de la CORTE IBÁÑEZ, Luis y BECERRA GRANDE, Alberto: *¿Qué es persuasión?* Biblioteca Nueva, Madrid, 2001, p. 24.

⁸ *Ibidem*, p. 161.

Si analizamos estas dos ideas, podemos deducir que para los primeros, el hecho de que la radio se mantenga de fondo, genera en el oyente un fenómeno de adaptación sensorial, es decir, cuando el estímulo es constante, la sensación que produce disminuye progresivamente debido principalmente a que las células receptoras se fatigan. En estas circunstancias, el comunicador tendrá grandes dificultades para que su mensaje sea ESCUCHADO. Sin embargo, para los segundos, el hecho de que la radio suene de fondo garantiza, al menos, que el oyente OIGA el mensaje, es decir, que lo perciba físicamente a través del sentido auditivo. Por tanto, si el oyente está presente en una sala con la radio de fondo, el comunicador tiene asegurada la audición del mensaje —aunque no prestemos atención a los estímulos sonoros, nunca dejaremos de oírlos—, pero no su escucha. De ahí la afirmación que asegura que “la audiencia radiofónica oye mucho pero escucha poco la radio”⁹.

Asimismo, los dos planteamientos anteriores nos llevan a pensar que no todos los contenidos demandan el mismo nivel de atención. Por ejemplo, no exige el mismo nivel atencional un programa de contenido íntegramente musical, cuyo propósito reside en hacer compañía a los oyentes —“radio para oír”—, que un producto informativo que exija del oyente una escucha atenta —“radio para escuchar”—. Este planteamiento condicionará en gran medida la elaboración de cada programa, de ahí que una de las primeras cuestiones que ha de prever el comunicador radiofónico es qué tipo de recepción demandará su

⁹ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual: Concepto, técnica expresión y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, p. 113.

programa para que los oyentes no tengan dificultad en comprender sus contenidos.

Según Moles, pueden distinguirse cuatro modalidades de exposición ante los mensajes radiofónicos: *radio-ambiente*, *radio que se escucha*, *atención concentrada* y *radio-selección*¹⁰. La *radio-ambiente* proporciona al oyente un fondo musical o de palabras. La *radio que se escucha*, es a la que —según Moles— se le presta una atención marginal, combinada con el ejercicio de otra actividad. La *atención concentrada* supone subir el volumen del aparato receptor y centrar la atención sobre el mensaje de manera selectiva y con predominio sobre otras situaciones del entorno sonoro. Y, por último, la *radio-selección* es aquella que requiere la elección y atención a un programa concreto.

Sin embargo, coincidiendo con la opinión de Merayo, no nos parece adecuado que la expresión “radio que se escucha” se emplee para referirse a la atención marginal, puesto que —ya lo aclaramos en el primer capítulo— la escucha implica prestar atención al sonido con intención de identificarlo o interpretarlo. De la misma manera, lo que Moles llama “radio selección” puede equipararse también a la “atención concentrada”. Por eso, nos parece más correcta —y, por tanto, es la que vamos a tomar como referencia— la adaptación que realiza Merayo¹¹:

¹⁰ Cit. en FAUS BELAU, Ángel: *La radio: Introducción a un medio desconocido*. Guadiana de publicaciones, Madrid, 1981, p. 131.

¹¹ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Op. cit.*, pp. 107-108.

- *Radio ambiental*: cuando el oyente desea que el mensaje — normalmente musical— suene únicamente de fondo.
- *La radio que se oye*: exposición que permite la transición rápida y frecuente entre la radio ambiental y la radio que se escucha, a la que se le presta una atención concentrada.
- *La radio que se escucha*: el oyente sube el volumen del receptor para concentrar la atención en el mensaje
- *Radio selección*: el oyente elige un programa concreto en un horario determinado.

Pensemos ahora en nuestro objeto de estudio, en el boletín horario, y preguntémonos qué tipo de modalidad expositiva demanda para que sus contenidos informativos sean comprendidos por el oyente. La respuesta es sencilla: al ser éste un programa de carácter informativo exige del oyente un tipo de *atención sostenida* que necesita de la escucha para ser comprendido; “la actitud de escuchar es la que confirma todas las garantías de que se ha establecido el hilo conductor entre el que da la noticia y el que la recibe: hay comunicación”¹². Por tanto, el tipo de exposición que demanda el boletín, atendiendo a la última clasificación, será la *radio que se oye*, en tanto que posibilita el paso rápido a la *radio que se escucha* y a la *radio selección*. Éstas dos últimas son entonces las modalidades más adecuadas para garantizar la comprensión del boletín: “la radio es omnipresente, si se tiene un

¹² PEDROL BONET, cit. en *Ibidem*. p. 109.

receptor, y no exige mayor esfuerzo para ser oída, pero sí mucha atención para ser escuchada”¹³.

El periodista que elabora un boletín radiofónico debe presentar el contenido de manera que no sólo capte la atención del oyente por unos instantes, sino que permanezca a la escucha el mayor tiempo posible: “naturalmente que el previo interés por un tema influye en la selección, pero no necesariamente en la concentración, es decir, el mantenimiento de la escucha, que es lo que en sí determina el éxito de la comunicación”¹⁴.

Algunos libros de estilo, como el de Onda Cero, previenen a sus redactores de las posibles repercusiones de una radio que actúa en muchas ocasiones como mero acompañamiento. De ahí, que les recomiende actuar de forma que el oyente preste atención al mensaje:

Uno de los factores que juega en contra de los profesionales de la radio es el denominado efecto fiesta. Se define con este término la capacidad del oído y cerebro humanos para discriminar entre todos los sonidos que percibe uno de ellos, relegando a un segundo plano los demás. La radio es un instrumento de acompañamiento que se incorpora al ámbito del oyente entre un sinfín de sonidos y ruidos más. La obligación de los profesionales de la radio es conseguir que el oyente

¹³ CASTRO PEDROZO, Edinson: *Así se diseñan programas radiofónicos*. Ediluz, Venezuela, 2001, p. 16.

¹⁴ GUTIÉRREZ GARCÍA, María y PERONA PAÉZ, Juan José: *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Bosch, Barcelona, 2002, p. 27.

*preste atención a lo que escucha en la radio y discrimine toda la información ajena a ésta que reciba*¹⁵.

Por eso, el comunicador radiofónico debe emplearse a fondo para modificar la forma en la que sus oyentes se exponen al mensaje. Puede conocerlos muy bien para adecuar el producto a las necesidades de su público, no sólo mejorando las condiciones del canal en el que se transmite sino, sobre todo, el mensaje mismo para que resulte más eficaz. Es verdad que, en la mayor parte de las ocasiones, la carencia de estudios cualitativos impide conocer con todo detalle el perfil del “oyente radiofónico”, lo que hace imposible llevar a cabo este propósito con total éxito, pero no por ello el comunicador debe actuar sólo intuitivamente.

Por eso, ante la falta de datos específicos que muestren las características de los grupos sociales que conforman la audiencia, el comunicador debe emplear, si cabe con más empeño, todos los recursos que estén a su alcance para que realmente su mensaje —en nuestro caso el boletín horario— sea comprensible para la mayoría de los sujetos receptores.

No es posible escribir una noticia sin pensar que el oyente puede empezar a oír en la mitad, perdiendo, por tanto, el principio; que fácilmente se distrae de lo que está oyendo porque le pintaron en un semáforo (...): o que, incluso estando en casa, concentrado oyendo la retransmisión del fútbol el teléfono puede sonar en el momento del gol. (...) En otras palabras, cuando escribimos y cuando hablamos en la radio

¹⁵ ONDA CERO: *Guía de estilo de Onda Cero Radio*. Madrid, 1996, p. 37.

*tenemos que pensar que hay cautelas que deben tenerse en cuenta, mucho más cuando escribimos, porque en la improvisación eso no es siempre posible*¹⁶.

De ahí que, al menos, el comunicador tenga muy presente en la elaboración de los contenidos y, en particular, los que forman parte del boletín, aquellos factores psicológicos que intervienen en el complejo ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva.

*También es verdad que un cierto dominio del código por parte del receptor parece imprescindible, pero si el emisor obvia los parámetros que definen el ecosistema auditivo y además menosprecia los procesos psicológicos que actúan durante el proceso de recepción, el resultado final puede verse hartamente comprometido*¹⁷.

Para lograr este objetivo, el comunicador radiofónico puede servirse de una serie de estrategias comunicativas que contribuyen a despertar la atención de los oyentes y, con ello, favorecer la comprensión del mensaje informativo. Por eso, a continuación, analizamos cuáles son estas estrategias aplicadas al boletín radiofónico.

¹⁶ *Nao é possível escrever uma notícia sem pensar que o ouvinte pode começar a ouvir a meio, perdendo, portanto, o início; que facilmente se distrai do que está a ouvir porque lhe buzina num semáforo (...); ou que, mesmo estando em casa, concentrado a ouvir o relato de futebol o telefone pode tocar no momento do golo. (...) Por outras palavras, quando escrevemos e quando falamos na rádio temos de pensar que há cuidados que devem ser tidos em conta, muito mais quando escrevemos, porque no improviso nem sempre isso é possível.* MENESES, Joao Paulo: *Tudo o que se passa na TSF...para um 'Livro de Estilo'*. Edição Jornal de Notícias, Porto, 2003, p. 26.

¹⁷ GUTIÉRREZ GARCÍA, María y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 26.

2. La necesidad de establecer estrategias comunicativas.

Como explicábamos al principio de este estudio, desde nuestro punto de vista se trata de adoptar un planteamiento que es consecuencia de la dimensión pragmática del discurso y la base donde se sustenta el enfoque comunicativo de cualquier mensaje. Por tanto, atender esta perspectiva significa apostar por un *modelo comunicativo* de elaboración textual que se centra en el papel activo del oyente y en su forma de comprender los mensajes, frente al un *modelo informacional*, que atiende básicamente a los procesos de producción y difusión.

El cambio significativo consiste pues en afirmar que el sentido no circula o se trasmite de unos sujetos a otros sino que un proceso comunicativo es una relación o una práctica significativa en la cual emisores y receptores producen el sentido que puede ser unánime o disonante pero que, en todo caso, no puede ser juzgado en términos de decodificación óptima o aberrante (como sucedía desde las perspectivas informacionales). Ambos tipos de sujetos, emisores y receptores, cumplen la misma función de productores de sentido aun cuando ocupen posiciones o lugares diferentes y no simétricos dentro del proceso¹⁸.

¹⁸ MATA, Cristina: "La Radio, una relación comunicativa". *Diálogos de la Comunicación. Revista de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)*, nº 35, Lima, 1983.

Bajo esta concepción, entendemos que la comprensión no sólo depende de las condiciones de recepción del destinatario sino de la habilidad del propio emisor en la construcción de su mensaje, puesto que a nivel discursivo quedan marcadas las características perceptivas del oyente radiofónico.

Un segundo cambio, igualmente significativo, propuesto desde la semiótica textual consiste en dejar de pensar la comunicación como intercambio de mensajes aislados. Lo que cada sujeto recibe en un momento dado son mensajes, discursos, insertos en conjuntos textuales. Es decir, mensajes o discursos insertos en una trama —suele llamarse intertextual o interdiscursiva— que opera en el momento de la producción como referencia pero también en el momento de la recepción (...). Los receptores ya no son sólo el término de un proceso iniciado en otro lado, sino parte activa de él tanto como productores de sentido pero también porque están presentes, inscriptos, en el discurso del emisor¹⁹.

A partir de este planteamiento, es necesario centrar nuestra atención en dos ideas clave que afectan a la forma de actuar de un comunicante de cara a la planificación de sus mensajes. En primer lugar, el discurso ha de ser interpretado como una *actividad intencional*, es decir, todo discurso se realiza “para algo”:

El hablante tiene una intención comunicativa, y de acuerdo con ella selecciona de forma precisa un componente de información, no específicamente lingüística, que transmitir.

¹⁹ *Ibidem.*

*Para ello hace hipótesis sobre el oyente, el contexto, etc, y apoyándose en ellas selecciona palabras y las organiza en una estructura que respeta las reglas lingüísticas y que transmite información más allá de sí misma. Finalmente articula los elementos lingüísticos en una realización concreta*²⁰.

La primera intención comunicativa, o al menos, la más elemental de cualquier discurso —como ya hemos destacado— ha de ser que el contenido elocutivo sea comprendido. Por tanto, la intención comunicativa dominante del discurso radiofónico informativo ha de ser la comprensión.

En segundo lugar, el comunicante debe tener en cuenta que la producción de mensajes no sólo ha de concebirse como una *actividad intencional* hacia la comprensión sino también, de lo expuesto en el epígrafe anterior, deducimos que ha de ser una *actividad cooperativa*. Ambas actividades se encuentran íntimamente relacionadas, tal es así, que Belinchón, Igoa y Rivière sostienen que la eficacia de la actividad intencional de los discursos está regulada por principios como el de “cooperación”. De ahí que “la interpretación de la producción de actos de habla como actividades intencionales sólo pueda realizarse eficazmente en ciertas condiciones de cooperación”²¹. Esto significa que el comunicante radiofónico ha de componer el discurso informativo de forma que el oyente no sólo lo comprenda, sino que lo haga con el menor esfuerzo posible.

²⁰ GALLEGO LÓPEZ, Carlos: “Lenguaje”, en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Psicología básica. Introducción al estudio de la conducta humana*. Pirámide, Madrid, 1995, p. 392.

²¹ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Psicología del lenguaje. Investigación y teoría*. Estructuras y procesos, Madrid, 1992, p. 673.

Dicho propósito, fundamentado a su vez en el *principio de economía cognitiva* y en el de *estrategia discursiva* —como explicábamos anteriormente— obliga al periodista a construir discursos cooperativos, es decir, mensajes cuya realización no es intuitiva ni arbitraria sino que se deriva de un plan, de un proyecto previo que tiene en cuenta la forma de comprender de la audiencia radiofónica. Precisamente Dumazedier refleja muy bien esta idea cuando explica su teoría del “mensaje-programa” —para nosotros “mensaje-programado”—; una concepción que podemos aplicar al discurso informativo en la radio:

*Dos actitudes son posibles para el periodista: o escribe su artículo (mensaje) en función tan sólo del asunto y de su propia personalidad, o enlaza el contenido del asunto y la exigencia de su personalidad con los procesos de aprendizaje del lector, sin traicionar el asunto, sin traicionar su personalidad. Entonces puede elaborar su artículo como un programa. Para significar, se puede decir que la instrucción programada o la información programada se proponen obtener el máximo efecto en un receptor con un mínimo de medios. (...) La información programada consiste en tratar de favorecer al máximo, por medio de un mensaje, la comprensión de cada personalidad que lo recibe*²².

Para Mauro Wolf, esta actividad cooperativa estaría fundamentada en lo que él denomina *estrategia de anticipación*; a nuestro modo de ver, una manera muy acertada de prever, en la propia

²² Cit. en NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *El lenguaje de los “media”. Introducción a una teoría de la actividad periodística*. Pirámide, Madrid, 1979, pp. 208-209.

composición del discurso radiofónico, las condiciones perceptivas en las que los oyentes van a recibir el mensaje.

Estamos ante una comunicación en la que el emisor organiza el mensaje no a partir de la información que quiere transmitir sino más bien a partir de las condiciones —situación, competencias, posibilidades— de la recepción. Esa dinámica de interacción Wolf la denomina estrategia de anticipación mediante la cual el emisor anticipa la comprensión del receptor, escoge las formas aceptables por el destinatario, y al hacer esto, la codificación resulta influenciada por las condiciones de la descodificación²³.

Este modelo comunicativo, asentado en el uso de la denominada *estrategia de anticipación* de Wolf, refleja la capacidad y el compromiso que tiene el comunicante de planificar sus mensajes en función de la forma de comprender que tienen los oyentes. Un planteamiento que también se encuentra presente entre las teorías de otros autores. Por ejemplo, Ries y Trout recomiendan lo siguiente:

Como sólo una parte mínima del mensaje logrará abrirse camino, debe usted desentenderse del extremo emisor y se debe concentrar en el extremo receptor. Debe usted concentrarse en la manera de percibir que tiene la otra persona, no en la realidad del producto²⁴.

²³ Cit. en MARTÍN BARBERO, Jesús: "Euforia tecnológica y malestar en la teoría", en *Diálogos de la Comunicación*, Revista de FELAFACS, Lima, abril, 1988, nº 20, p. 6.

²⁴ RIES, Al y TROUT, Jack: *Posicionamiento*. McGraw-Hill, Madrid, 1997, p.3.

Del mismo modo, Grice defiende que el carácter cooperativo de los discursos actúa como principio regulador de las estrategias de hablantes y oyentes en sus intercambios conversacionales²⁵. Así pues, hablamos de planificación de mensajes cooperativos mediante el uso de *estrategias discursivas* o *estrategias de anticipación*.

De la misma manera, para Tardo Fernández, la finalidad del enfoque comunicativo es desarrollar la *competencia comunicativa* del emisor; una competencia que viene amparada por diferentes estrategias de comunicación:

Las estrategias de comunicación devienen en este modelo en los principales constituyentes de la competencia estratégica, la cual supone el dominio de planes y mecanismos para solucionar —según Pinilla— ‘cualquier dificultad que se presente en el resto de las áreas de su competencia comunicativa, ya sea de tipo lingüístico, discursivo o sociocultural’²⁶.

En definitiva, aunando estas ideas, concluimos que para favorecer la activación del ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva, el emisor radiofónico debe valerse en la elaboración de sus mensajes informativos de una serie de estrategias comunicativas. Se trata, por tanto, de un concepto básico en este estudio, el de estrategia, que requiere de una mayor profundización.

²⁵ Cit. en BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 641.

²⁶ TARDO FERNÁNDEZ, Yaritza: “Para un enfoque didáctico integral de las estrategias de comunicación oral en la enseñanza del Español como lengua extranjera”, en <http://www.sgci.mec.es/redele/revista3/tardo.htm>.

3. Estrategias comunicativas derivadas del proceso de comprensión auditiva.

En una de sus acepciones, el DRAE define este término como “arte, traza para dirigir un asunto. En un proceso regulable, el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento”. Por tanto, a la vista de esta definición, podemos decir que *estrategia* y *regla* son conceptos diferentes pero íntimamente relacionados. De ahí que Van Dijk proponga el uso de *estrategias* para una aplicación eficaz de las *reglas* en los textos. Para aclarar las diferencias entre ambos conceptos, Van Dijk emplea de forma muy gráfica, la analogía del juego del ajedrez. Este autor explica, por un lado, que existen reglas generales y fijas para jugar al ajedrez, reglas a las que todo jugador debe atender si realmente quiere participar. Pero, además, añade que todo el sentido de la actividad radica en que un jugador intente hacer jaque mate al otro. Para conseguir este fin, Van Dijk asegura que no sólo se debe saber jugar “correctamente” al ajedrez —es decir, conocer las reglas del juego—, sino también debe emplear una serie de estrategias “óptimas” para hacerle jaque mate al contrincante²⁷.

Si trasladamos este ejemplo tan clarificador al ámbito de la información radiofónica, podemos deducir fácilmente que uno de los jugadores es el comunicante y el otro, el oyente. El comunicante mantiene un propósito comunicativo que consiste en hacer “jaque mate”, es decir, conseguir que el oyente comprenda su discurso —

²⁷ VAN DIJK, Teun: *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*, Paidós, Barcelona, 1978, p. 180.

actividad intencional— con el menor esfuerzo posible —*actividad cooperativa*—. Para ello, el emisor deberá asumir en su totalidad las decisiones de planificación tanto del contenido como de la forma de su discurso; decisiones que pasan no sólo por la aplicación correcta de un conjunto de reglas —por ejemplo, gramaticales— sino por un empleo adecuado de estrategias comunicativas (*discursivas/de anticipación*) que favorezcan la comprensión del oyente radiofónico.

Siguiendo este mismo argumento, tenemos que detenernos a explicar qué es la *competencia* comunicativa a partir de la distinción con otro concepto muy similar: la *actuación*. Para Chomsky, la *competencia* es “el conjunto abstracto de reglas gramaticales que comparten los miembros de una comunidad lingüística”; la *actuación*, en cambio, es “el conjunto de reglas que usa un miembro de esta comunidad en un acto lingüístico determinado”²⁸. En relación con el código escrito, Krashen va más allá y establece una correlación muy precisa entre ambos conceptos.

*La competencia es el código escrito, es el conjunto de conocimientos de la gramática y de la lengua que tienen los autores en la memoria y la actuación es la composición del texto, es el conjunto de estrategias comunicativas que utilizan los autores para producir un escrito. La competencia es el saber y la actuación es el saber hacer*²⁹.

²⁸ Cit. en CASSANY, Daniel: *Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*. Paidós, Barcelona, 1997, p. 17.

²⁹ *Ibidem*.

A propósito de las *reglas gramaticales*, Flower y Hayes — retomando las ideas de Krashen— aseguran que una preocupación demasiado temprana por éstas puede resultar perjudicial para el producto textual final, ya que sostienen que “una excesiva atención consciente hacia los aspectos gramaticales de la escritura, puede interferir en el proceso más global de planificación del texto³⁰. Del mismo modo, autores como Leech o Levinson, manifiestan que “la corrección gramatical no es suficiente para comunicar con eficacia”³¹. También Cassany defiende este mismo argumento:

*Tanta obsesión por la epidermis gramatical ha hecho olvidar a veces lo que tiene que haber dentro: claridad de ideas, estructura, tono, registro, etc. De esta manera, hemos llegado a tener una imagen parcial, y también falsa de la redacción*³².

De la misma idea es Canale, quien reconoce que el objetivo fundamental es la comunicación; por consiguiente para conocer bien una lengua, “además de las reglas gramaticales es preciso dominar una serie de conocimientos que incluyen los discursivos, sociolingüísticos y estratégicos³³.”

En definitiva, algunas de estas posturas comunes sobre un uso excesivo de las reglas de la gramática han llevado a Cassany a destacar que uno de los cambios más importantes que se han formulado en los actuales modelos psicológicos de elaboración del

³⁰ *Ibidem*, p. 88.

³¹ Cit. en MERAYO PÉREZ, Arturo y PÉREZ ÁLVAREZ, Carmen: *La magia radiofónica de las palabras. Aproximación a la lingüística en el mensaje de la radio*. Librería Cervantes, Salamanca, 2001, p. 70.

³² CASSANY, Daniel: *La cocina de la escritura*, Anagrama, Barcelona, 2002, p. 36.

³³ Cit. en TARDO FERNÁNDEZ, Yaritza: *Op. cit.*

texto es la sustitución del concepto básico de *reglas* por el de *estrategias*³⁴. Y, por eso, el autor recomienda a un buen escritor que aspira a comunicar con eficacia, es decir, a componer un texto comprensible, que domine la *competencia* y la *actuación*. Esto mismo es que lo que debe aplicar el comunicador radiofónico en sus mensajes informativos.

Por un lado, el comunicante debe conocer el **código** y, por tanto, las reglas lingüísticas de la lengua y, por otro, dominar el **proceso de composición**, que a su vez está formado por un conjunto de estrategias que le permiten aplicar los conocimientos del código en cada situación comunicativa concreta³⁵. El siguiente cuadro nos ayuda a comprender estas ideas:

³⁴ CASSANY, Daniel: *Describir el escribir...*, *Op. cit.*, p. 124.

³⁵ *Ibidem*, p. 18.

ELABORACIÓN DEL MENSAJE	
Competencia <i>Código. Dominio de reglas</i>	Actuación <i>Proceso de composición. Dominio de estrategias</i>
<p>Se debe conocer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La gramática (ortografía, morfosintaxis...). - Los mecanismos de cohesión (enlaces, puntuación, referencias...). - Las formas de coherencia (estructura global, informaciones relevantes...). - El registro adecuado (la diversidad sociolingüística de la lengua). 	<p>Se debe tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser consciente del contexto comunicativo. - ¿Cómo es el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva? - Pensar en cómo serán los oyentes. - ¿Cuándo escucharán el mensaje? - ¿Dónde? - ¿Qué conocimientos previos tendrán sobre el tema? <p>Para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificar la estructura global del discurso.

Cuadro inspirado en los estudios de Cassany.

En definitiva, defendemos un modelo cuyo objetivo último es la comprensión por parte del oyente radiofónico, como actividad intencional y cooperativa, a través de la composición y organización del discurso informativo en estrategias comunicativas —actuación—, definidas por reglas —competencia—, que se derivan de cada uno de los procesos cognitivos.

En este marco entonces se entiende la **estrategia comunicativa** como el conjunto de reglas que configuran el plan de actuación intencional y cooperativo del emisor radiofónico a la hora de elaborar el discurso informativo, con el objetivo de activar el ciclo de procesamiento de la comprensión y, con ello, conseguir la máxima

eficacia comunicativa. La estrategia se deriva entonces de los procesos cognitivos y configura la estructura del mensaje informativo, proporciona unidad al conjunto y se adapta al contexto comunicativo radiofónico. De esta definición, podemos extraer la siguiente caracterización de las estrategias comunicativas:

1. *Coordinación y planificación.* Las estrategias están determinadas por la aplicación de las reglas más pertinentes. Estas reglas se integran en dimensiones más amplias que las engloban, las justifican y permiten operar con ellas en virtud de unos principios y propósitos. Es decir, cada una de las *estrategias* que vamos a formular y a aplicar al boletín radiofónico resultan comunicativas gracias a que en ellas subyacen unos modos de articulación o dimensiones que las dotan de sentido. De este modo, resultaría muy abstracto hablar, por ejemplo, de la estrategia de *cohesión* si no explicamos en qué niveles o unidades sería recomendable que el emisor actuara —palabras, oraciones, géneros, globalidad del programa, efectos sonoros...— para intensificar o aumentar el grado de eficacia comunicativa. De este modo, cada una de ellas opera a través de las reglas para activar y estimular el proceso de comprensión.

2. *Intención.* Las estrategias están dirigidas a un objetivo de comunicación, en nuestro caso, de carácter informativo. Y así, su empleo es siempre intencional y consciente: “actúan para conseguir un objetivo determinado que dirige el escritor según sus intereses.”³⁶. Las reglas operan individualmente, por lo que, por sí

³⁶ *Ibidem*, p. 124.

solas, no pueden perseguir objetivos comunicativos; las estrategias sí, ya que interactúan para conseguir un fin determinado, son aplicadas intencionadamente por el emisor radiofónico en función de su objetivo comunicativo dominante: la comprensión.

3. *Cooperación*. Las estrategias producen mensajes cooperativos, lo que favorece el *principio de economía cognitiva*. Según Cassany, las estrategias “(...) intentan ser eficientes al máximo”³⁷; así lo manifiesta también el DRAE cuando define el término estrategia como “arte, traza para dirigir un asunto. En un proceso regulable, el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento”. De ahí que uno de los rasgos que mejor las definen es su contribución a crear mensajes cooperativos o comunicativamente eficaces. Desde el punto de vista procedimental, la eficacia de un texto contribuye —según Beaugrande y Dressler— a “aumentar la facilidad de procesamiento, puesto que concentra los recursos cognitivos, como la atención y el acceso a la información, en el funcionamiento controlado de las operaciones”³⁸. Esta es siempre la pretensión del emisor radiofónico cuando elabora el mensaje informativo.

4. *Anticipación*. Las estrategias emanan del comportamiento audiocomprensivo de los oyentes. Por tanto, responden a los procesos cognitivos que intervienen en el ciclo de procesamiento.

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ De BEAUGRANDE, Robert-Alain y DRESSLER, Wolfgang Ulrich: *Introducción a lingüística del texto*. Ariel, Barcelona, 1997, p. 73.

En este sentido, cuando un comunicante utiliza una estrategia —y así debería actuar el radiofónico—, está previendo el tipo de procesamiento que espera ponga en funcionamiento el oyente, reduciendo así el gasto de energía que éste ha de emplear en sus procesos mentales de comprensión.

Una vez definidas las características que definen a las estrategias comunicativas, la siguiente cuestión que cabe formularse es cuáles son estas estrategias. En este sentido, Cassany propone el uso de la *adecuación*, la *coherencia* y la *cohesión* como los tres pilares que sustentan la confección de cualquier mensaje. Apoyándose en la idea de que la corrección gramatical es insuficiente para elaborar mensajes eficaces, el autor señala que los estudios de lingüística textual o de gramática del discurso conciben la construcción de textos no sólo desde el punto de vista de la corrección gramatical, sino también desde el dominio de distintas habilidades tales como diferenciar las informaciones importantes de las innecesarias, estructurarlas en un orden determinado, seleccionar el léxico adecuado o, por ejemplo, conectar las frases entre sí.

*Las reglas fonéticas y ortográficas, morfosintácticas y léxicas que permiten formar oraciones aceptables, sólo son un parte del conjunto de conocimientos que domina el usuario de la lengua. La otra parte es la formada por las reglas que permite elaborar textos: las reglas de **adecuación**, **coherencia** y **cohesión**³⁹.*

³⁹ Como venimos planteando a lo largo del epígrafe, nos parece más pertinente el concepto de *estrategia* que el de *regla*. Por eso, atendiendo a la definición operativa que proponemos sobre *estrategia comunicativa* e incluso al concepto mismo de

Las definiciones que propone Cassany sobre lo que podemos entender como estrategias comunicativas de *coherencia*, *cohesión* y *adecuación*⁴⁰ son las siguientes:

La *coherencia* es “la propiedad del texto que selecciona la información (relevante/irrelevante) y organiza la estructura comunicativa de una manera determinada (introducción, apartados, conclusiones, etc.)”. Según Cassany los escritores competentes deben dominar este tipo de estructuras —denominadas por Van Dijk, macroestructuras— para elaborar y organizar el significado del texto.

La *cohesión* es “la propiedad del texto que conecta las diferentes frases entre sí mediante las formas de cohesión”. Para Cassany, estos mecanismos tienen la función de cerciorar la interpretación de cada frase en relación con las demás y, en definitiva, asegurar la comprensión del significado global del texto.

Por último, la *adecuación* es “la propiedad del texto que determina la variedad (dialectal/estándar) y el registro (general/específico, oral/escrito/subjetivo y formal/informal) que hay que usar”. Por lo que según este autor, un escritor es *adecuado* cuando conoce los recursos específicos de cada situación, domina los diferentes registros de la lengua y sabe qué tipo de lenguaje hay que utilizar en cada momento.

“actuación” que propone Cassany, consideramos que es mucho más apropiado denominar *estrategias* a la *adecuación*, *coherencia* y *cohesión*, en vez de *reglas* como así las concibe Cassany: *Describir el escribir...*, *Op. cit.*, p. 17.

⁴⁰ *Ibidem*, pp. 29-31.

Para otros autores, como Belinchón, Igoa y Rivière, la caracterización teórica más generalizada de un discurso se centra también en tres propiedades textuales básicas: *cohesión*, *coherencia* y *relevancia*⁴¹. Para lograr la *cohesión*, Halliday y Hasan —citados por los tres autores anteriores—, subrayan la importancia de una proporcionada inserción de enlaces lingüísticos dentro del texto:

La posibilidad de que una secuencia de emisiones lingüísticas pueda ser interpretada como un 'texto' y no como un conjunto incoherente o arbitrario de enunciados se deriva fundamentalmente de la presencia en la estructura superficial de éstos de una serie de dispositivos lingüísticos —los llamados 'vínculos de cohesión'— que relacionan y conectan unas oraciones con otras.

En cuanto a la *coherencia* y la *relevancia*, Belinchón, Igoa y Rivière relacionan estrechamente ambos conceptos y sostienen que un discurso coherente que se rige por el *principio de la relevancia* implica:

Por parte del oyente la posibilidad de relacionar el contenido proposicional de los enunciados del discurso con un conjunto de proposiciones (emitidas o implícitas) y de presuposiciones que: a) se conocen previamente, b) pueden ser recuperadas en la memoria en el punto exacto que la conversación lo requiere y c) resultan relevantes para la interpretación del significado de los enunciados. Simétricamente, por parte del hablante, la coherencia presupondrá la capacidad de establecer un modelo

⁴¹ Las definiciones de *cohesión*, *coherencia* y *relevancia* se recogen en BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, pp. 658-673.

mental con realidad psicológica también para le oyente (un conocimiento mínimo e inicial) y la elaboración de enunciados sucesivos relevantes (que produzcan efectos sobre la estructura de conocimiento previa) para este modelo mental.

Otros autores, como Beaugrande y Dressler, apuestan por un modelo de procesamiento textual un tanto más complejo que los anteriores al concebir la construcción de cualquier texto comunicativo como el cumplimiento ineludible de siete normas y tres principios reguladores de la comunicación textual. Para estos dos autores, de entre los siete criterios de textualidad, hay dos de tipo lingüístico (*cohesión y coherencia*), dos psicolingüísticos (*intencionalidad y aceptabilidad*), dos sociolingüísticos (*situacionalidad e intertextualidad*) y uno de tipo computacional (*informatividad*); los tres principios comunicativos son: *eficacia, efectividad y adecuación*. Éstas son las definiciones que proponen Beaugrande y Dressler:

*La **cohesión** consiste en que las secuencias oracionales que componen la superficie textual están interconectadas a través de relaciones gramaticales, como la repetición, las formas pronominales, la correferencia, la elisión o la conexión. Un texto posee **coherencia** cuando los conceptos (configuraciones de conocimiento) que componen su universo del discurso están interconectados a través de relaciones de diversa naturaleza, por ejemplo, de causalidad. La **intencionalidad** consiste en que la organización cohesiva y coherente sigue un plan dirigido hacia el cumplimiento de una meta, habitualmente extralingüística. La **aceptabilidad** se manifiesta cuando un receptor reconoce que una secuencia de enunciados constituye*

*un texto cohesionado, coherente e intencionado porque lo que se comunica es, a su juicio, relevante. La **situacionalidad** se refiere a los factores que hacen que un texto sea pertinente en un determinado contexto de recepción. La **intertextualidad** indaga en el hecho de que la interpretación de un texto dependa del conocimiento que se tenga de textos anteriores. La **informatividad** es el factor de novedad que motiva el interés por la recepción de un texto. En cuanto a los principios regulativos de la comunicación textual, la **eficacia** de un texto depende de que quienes intervengan en su intercambio obtengan los mejores resultados comunicativos posibles invirtiendo en esa tarea un esfuerzo mínimo. La **efectividad** está en relación con la intensidad del impacto comunicativo que el texto provoca en sus receptores. La **adecuación** es el equilibrio óptimo que se consigue en un texto entre el grado de actualización de los criterios de textualidad, por un lado, y la satisfacción de las demandas comunicativas por otro⁴².*

Tras realizar una revisión por estas concepciones, consideramos que el planteamiento más completo, al mismo tiempo que sencillo y operativo para el comunicador radiofónico, deben sustentarnos en tres estrategias (*coherencia, cohesión y adecuación*) reguladas por dos principios (*intención y cooperación*). A pesar de que, *a priori*, nuestro modelo pudiera parecer más incompleto, pues recoge un menor número de estrategias, finalmente no lo es ya que el planteamiento estratégico propuesto aglutina la esencia de cada una de las normas enunciadas por Beaugrande y Dressler, además de la de Cassany.

⁴² De BEAUGRANDE, Robert-Alain y DRESSLER, Wolfgang Ulrich: *Op. cit.*, pp. 12-13.

En definitiva, las tres estrategias comunicativas que engloban todo el planteamiento que proponemos serían la coherencia, la cohesión y la adecuación. Estas estrategias comunicativas, a través de sus distintas reglas, se manifiestan en el discurso en tres niveles: configurando su estructura, proporcionándole unidad y adaptándose al contexto comunicativo. A continuación, definimos cada una de ellas:

Estrategia de coherencia. Es el conjunto de reglas que configuran la estructura del mensaje destacando el contenido relevante. Su misión fundamental es asegurar la continuidad del sentido y mantener el orden lógico de todos los elementos que componen el discurso radiofónico para que el oyente reciba el mensaje informativo de forma ordenada y coherente.

Estrategia de cohesión. Es el conjunto de reglas que relacionan y conectan las distintas unidades del discurso informativo. Por tanto, le proporcionan unidad. Su objetivo fundamental es ayudar al oyente a que reconozca e interprete el discurso radiofónico como un mensaje global y conexo.

Estrategia de adecuación. Es el conjunto de reglas que adaptan el discurso al contexto comunicativo. Basándose en las aportaciones de Van Dijk, Cassany afirma que las *estrategias* son operaciones cognitivas más flexibles que las *reglas*⁴³, puesto que propician la creación de discursos adecuados o pertinentes en un determinado contexto comunicativo, en nuestro caso, al canal radiofónico. Las

⁴³ CASSANY, Daniel: *Describir el escribir...*, p. 124.

reglas no se pueden modificar, son fijas e intrínsecas al proceso de elaboración textual. El emisor ha de optar por la combinación más apropiada de acuerdo con la situación comunicativa en la que se encuentran los oyentes de radio.

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS	
Estrategia	Significación discursiva
COHERENCIA	Configuración de la estructura
COHESIÓN	Configuración de la unidad
ADECUACIÓN	Adaptación al contexto comunicativo

En conclusión, cualquier comunicador radiofónico que pretenda construir mensajes informativos comprensibles, debe ejecutar un plan de actuación: en primer lugar, debe tomar conciencia de que el oyente existe; en segundo lugar, conocer cómo es el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva y las peculiaridades del canal radiofónico; y finalmente aplicar las características derivadas de su funcionamiento en la construcción del mensaje a través de diferentes estrategias comunicativas preventivas que disminuyan el riesgo de una comunicación incomprensible. Como veremos a continuación, estas estrategias servirán de guía en el trabajo cotidiano del comunicador radiofónico.

4. Aplicación de estrategias comunicativas a la comprensión del boletín radiofónico.

Como ya hemos explicado y definido previamente, las estrategias comunicativas que debemos aplicar al boletín radiofónico para contribuir a su comprensión son la coherencia, la cohesión y la adecuación.

4.1. La estrategia de coherencia en el boletín horario.

Hemos definido la estrategia de coherencia como el conjunto de reglas que configuran la estructura del mensaje destacando el contenido relevante. En nuestro caso, configurar la estructura del boletín de forma coherente, implica la intencionalidad de asegurar la continuidad del sentido y mantener el orden lógico de todos los elementos que componen el discurso para que el oyente reciba y comprenda el mensaje sin esfuerzo, de forma ordenada y coherente.

Determinar la estructura es pararse a pensar en lo que se pretende conseguir con el mensaje y en cómo lograrlo, teniendo en cuenta siempre no sólo la información disponible sino, sobre todo, la disposición del público a escuchar radio y la necesidad ineludible de construir un relato radiofónico que cada oyente pueda comprender y seguir sin esfuerzo. Por eso, puede decirse que configurar la estructura de un programa informativo es en buena medida una cuestión de estrategia;

*aún más pocas veces se consiguen buenos resultados improvisándola*⁴⁴.

Del mismo modo, Gunter, Berry, Schaeffer y Goldstein aseguran que la coherencia estructural de un mensaje informativo favorece su comprensión: “un relato cuya información haya sido alineada de una manera determinada puede ser asimilado y comprendido mejor que otro que carezca de coherencia estructural”⁴⁵. Para Merayo, la estructura es la columna vertebral del relato informativo:

*El buen radiofonista debe conducir a su audiencia a lo largo de un trayecto a veces agradable, pero en ocasiones inclemente y difícil. Este itinerario que concluye al final del programa debe estar señalizado de tal forma que ningún oyente se extravíe, por eso es necesario que el conjunto del mensaje esté dotado de una lógica interna, es decir, de una estructura*⁴⁶.

La coherencia en el boletín radiofónico refuerza la unidad del programa y permite estructurar, distribuir, dosificar y organizar, todas las partes que componen su discurso, de forma que la audiencia pueda identificarlo como un mensaje global y ordenado.

En general, en toda información radiofónica conviene una presentación ordenada de los datos, una exposición metódica de opiniones, y una presentación lógica de los argumentos.

⁴⁴ MERAYO PÉREZ, Arturo: “La construcción del relato informativo radiofónico”, en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Información radiofónica*. Ariel, Barcelona, 2002, p. 74.

⁴⁵ Cit. en HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Bosch, Barcelona, 1999, p. 40.

⁴⁶ MERAYO PÉREZ, Arturo: “La construcción del relato informativo...”, p. 74.

Con esa autodisciplina vamos a contar con la ayuda del buen sentido del oyente que también tiende a razonar ordenada, metódica y lógicamente. Sus expectativas trabajan a nuestro favor⁴⁷.

De ahí que todos los elementos tengan que llegar hasta el receptor presentados como parte de una estructura en la que cada dato informativo y cada información obtengan un lugar exacto y preciso:

Si las unidades que integran el relato están desordenadas, el oyente le es difícil percibir el contenido del mensaje, porque la estructura incoherente dificulta la comprensión inmediata y la retención de contenidos⁴⁸.

Recordamos que para Núñez Ladéveze, la coherencia ha de manifestarse en el texto en dos niveles diferentes. Por un lado debe gozar de *coherencia lineal o referencial*, es decir, ha de ser coherente a nivel microestructural —o a nivel de la estructura superficial interfrástica— y por otro, debe poseer *coherencia global o pragmática*⁴⁹ a un nivel macroestructural —o a nivel de la estructura semántica profunda—. Por tanto, atendiendo a este propósito, podemos decir que el boletín horario ha de ser coherente, al menos, en dos niveles distintos: en la estructura externa y en la estructura interna.

⁴⁷ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Radio: redacción y guiones*. Servicio de publicaciones del País Vasco, Bilbao, 1992, p. 46.

⁴⁸ SOENGAS, Xosé: *Informativos radiofónicos*. Cátedra, Madrid, 2003, p. 48.

⁴⁹ Recordamos que Van Dijk denomina a la *coherencia global, coherencia pragmática*. Cfr. VAN DIJK, Teun: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1990.

Por un lado, la coherencia externa actúa en la unidad superior del boletín, es decir, es la estructura del programa con todas sus derivaciones, incluyendo la forma de presentación. Por otro, la coherencia interna afecta a las estructuras menores, es decir, a los géneros. Por tanto, con la coherencia interna nos referimos a la estructura de la noticia, el informe y la crónica y, con ello, también a los documentos sonoros que se incluyen.

4.1.1. Coherencia externa: la estructura y presentación del boletín horario.

Puesto que la coherencia externa afecta a la estructura global, cuando realizamos la aplicación al boletín radiofónico, hemos de analizar la disposición general del material informativo y su forma de presentación.

Estructura del boletín radiofónico.

El primer paso que ha de realizar el comunicador radiofónico a la hora de elaborar el boletín radiofónico es seleccionar las informaciones que debe contener, para después dotarlas de una estructura ordenada y coherente que favorezca la comprensión por parte de los oyentes. Por tanto, primero ha de valorar qué noticias va a difundir en el programa —**delimitación informativa**— y después cómo las va a ordenar —**jerarquización informativa**—.

A la hora de realizar estos dos procesos, el periodista ha de cumplir con varios propósitos que definen la estrategia comunicativa de coherencia aplicada a la comprensión del oyente:

1. Favorecer el procesamiento a nivel pragmático. En primer lugar, debe respetar la *norma de relación*. Recordemos que para llegar a la última etapa del proceso de comprensión —el procesamiento a nivel pragmático—, el discurso debe respetar el *principio de cooperación* formulado por Grice. Un principio que se manifiesta a través de cuatro normas. Una de ellas, la *norma de relación*, establece que la información debe cumplir los objetivos del discurso, en este caso del boletín. Por tanto, el propósito obliga al periodista a seleccionar las informaciones de acuerdo con el criterio periodístico aplicado a la radio.

En segundo lugar, debe respetar la *norma de manera*; una de las normas necesarias para cumplir el *principio de cooperación* que según Grice ha de regir en cualquier discurso comunicativo. Recordamos que la aplicación de esta norma obedece a que las informaciones deben presentarse de forma ordenada y clara para que el oyente pueda interpretarlas correctamente. En este caso, el criterio de ordenación de las noticias en el boletín: “lo último, lo importante y lo que viene” parece responder a esta norma más que a una mera sucesión de noticias ordenadas de forma aleatoria.

2. Captar la atención y reforzar el recuerdo de las informaciones. Tanto los criterios de selección informativa como la propia

estructura que debe sustentar el boletín radiofónico deben contribuir a captar la atención de la audiencia y, con ello, reforzar el recuerdo de las noticias presentadas en el programa informativo. Dos argumentos sustentan esta idea:

- a) Las investigaciones realizadas por autores como Van Dick señalan que el criterio periodístico de actualidad, novedad y relevancia, que permite seleccionar la información, y una estructura clara e identificable por el oyente es un importante factor en la atención, interés y evocación de los textos⁵⁰, por lo que las noticias que integran el boletín y su estructura han de atender a este aspecto.

- b) Se refuerzan las expectativas de los oyentes. La inclusión de noticias relevantes y actuales en el boletín pueden satisfacer las expectativas del oyente habituado a escuchar este tipo de programas puesto que conoce sus características y, por tanto, los identifica como espacios ceñidos a la actualidad más inmediata. El oyente radiofónico espera encontrar en el boletín contenidos de máxima actualidad, novedad y relevancia social, ordenados además de esta manera, por lo que si no fuera así, fácilmente podría quedarse desconcertado y por tanto, podría dejar de prestar la atención necesaria para comprenderlo y recordarlo.

⁵⁰ *Ibidem*, pp. 176-177.

Debido a que el boletín radiofónico es un espacio breve, el periodista se ve obligado a seleccionar un número limitado de informaciones. Por tanto, la primera tarea consiste en lo que hemos denominado **delimitación informativa**. En este sentido, son útiles las referencias de Sanabria cuando establece el número de noticias que debe contener un boletín para evitar una pérdida de comprensión por parte del oyente.

Diversos estudios empíricos en este campo confirman lo dicho y muestran que en el caso de la radio el límite para la saturación está en nueve noticias en diez minutos y doce noticias en quince minutos; es ésa una escucha holgada que asegura una atención y comprensión medias; en unidades más cortas, caben, para idénticos resultados, seis noticias en ocho minutos⁵¹.

Por tanto, para Sanabria, en el caso de un boletín de unos cinco minutos de duración, lo recomendable sería una media de cinco noticias. Sin embargo, entendemos que se trata de un dato puramente orientativo que no debemos aplicar de forma tajante, porque existen muchas circunstancias informativas que pueden provocar variaciones en la duración del boletín.

Para realizar la selección de estas informaciones, ya veíamos que el emisor radiofónico se vale de los tres principios que definen el criterio periodístico: actualidad, novedad e interés público.

⁵¹ SANABRIA, Francisco: *Información Audiovisual. Teoría y Técnica de la Información Radiofónica y Televisiva*. Bosch Comunicación, Barcelona, 1994, p. 73.

En primer lugar, la actualidad del hecho permite captar la atención del oyente en tanto que se trata de una información desconocida.

La proximidad en el tiempo es lo que conocemos como actualidad. ¿Qué capta nuestra atención? Lo que acaba de pasar y todavía no se sabe. Lo reciente, lo caliente. Mientras más inmediata sea la transmisión de lo sucedido, más excita nuestra curiosidad. Y al contrario, con el correr de los días, se corren también las emociones. El ser humano está tan sometido a esta temporalidad que hasta la muerte de un familiar nos duele menos si nos enteramos de ella después de algunos meses de ocurrida⁵².

Esta simple característica de hecho aún no conocido por la audiencia suscita por sí mismo un cierto interés en el oyente radiofónico que busca estar al tanto de la actualidad informativa.

Yo, ahora oigo la radio incluso como para que agarre un poquito más el mundo y me enseñe cosas que yo no sé. Les digo a mis hijos, yo sé cosas pero porque siempre me ha gustado la radio, el periódico, ir al cine, estar más o menos al día, pero no porque yo haya tenido instrucción como la han tenido ustedes⁵³.

⁵² LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Manual urgente para radialistas apasionados*. Silva, Ecuador, 2000, pp. 239-240.

⁵³ WINOCUR, Rosalía: *Op. cit.*, p. 153.

Se cumple así una necesidad básica en la sociedad actual: la del seguimiento informativo de los medios como instrumento de educación y socialización.

En segundo lugar, la novedad es uno de los criterios que reclaman la atención del oyente radiofónico de forma más evidente. Cuanto más infrecuente sea un hecho, más posibilidades tiene de captar el interés de la audiencia radiofónica. De hecho, ya veíamos que la novedad del estímulo es uno de los factores psicosociales y de personalidad del individuo que afectan directamente a la atención y que, por tanto, promueven la escucha.

En tercer lugar, que la información sea de interés público es determinante para que el oyente preste atención al discurso radiofónico. Gracias a la habilidad del reconocimiento, el sujeto intenta relacionar el mensaje sensorial que le ha llegado con alguna experiencia significativa previa o esquema perceptivo semejante que se encuentre almacenado en su memoria. Precisamente, cuando se da una coincidencia entre la información recibida y alguno de los conocimientos adquiridos previamente por el sujeto, surge ese reconocimiento. Además, ya veíamos que si el estímulo resulta de interés para el oyente, junto a la memoria se activa la atención e incluso la memoria. Puesto que el proceso de audición es selectivo, cada individuo reconoce y selecciona el contenido sonoro que se encuentra cercano a su interés, bien sea de tipo objetivo, subjetivo, formal o emotivo.

En primer lugar, si el oyente percibe la información como relevante será más sencillo que preste atención a ella, puesto que el individuo selecciona con más facilidad la información que es importante para su entorno.

Más que actuar como esponjas que absorben todo trozo de información, la mayoría de nosotros actuamos más como filtros. Escuchamos solamente esa información que percibimos como importante. La importancia es el valor personal que la gente encuentra en la información cuando se relaciona con sus necesidades e intereses. La importancia podría ser medida por la 'necesidad de saber' de parte de la audiencia⁵⁴.

Por tanto, lo que hemos denominado como el interés objetivo de un hecho, el que se sustenta en la vía racional, favorece la atención de la audiencia radiofónica.

En segundo lugar, cuanto más próxima se encuentre la información al interés del oyente, más atención le dedicará. Recordamos, en este sentido, los estudios de Berelson, Lazarsfeld, Klapper y Maletzque⁵⁵ que coinciden en señalar que se presta más atención a las acciones de las personas o grupos cuando estas acciones confirman o son coherentes con sus propias creencias y opiniones. En definitiva, es lo que hemos denominado interés subjetivo, basado en la cercanía física o psicológica, es decir, en el grado de implicación del oyente.

⁵⁴ VERDERBER, Rudolph: *¡Comunícate!* Thompson Editores, México, 1999, p. 411.

⁵⁵ Cit. en CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual...*, p. 138.

En tercer lugar, otro de los factores determinantes de la atención es el psico-físico que tiene que ver con las características físicas que debe reunir cualquier estímulo para poder ser atendido por el receptor. En este sentido, cuanto más atractivo sea el mensaje desde el punto de vista formal, más atención se espera del oyente. En este caso, nos encontramos ante lo que hemos definido como interés formal basado en un criterio estético.

Por último, ya definíamos la emoción como uno de los factores determinantes de la atención y de la memoria. Cuando el interés del oyente es tal que genera una determinada emoción se facilita la atención y el almacenamiento de la información en la memoria a corto plazo, puesto que esta memoria descarta los detalles y aquellas características del mensaje que no se ajustan a los intereses del sujeto. Además, cuando un oyente intenta recordar un mensaje oral, lo primero que intenta evocar es su actitud hacia él. En este caso, si la información recibida ha provocado un cambio de actitud traducido en una emoción, será más fácil de recordar. Es lo que hemos denominado interés humano, sustentado en la vía emotiva.

En segundo lugar, la coherencia externa del boletín también viene determinada por la **jerarquización informativa**. Por tanto, una vez seleccionadas las noticias, el periodista ha de decidir la disposición de todo el material en una estructura que favorezca la descodificación. Precisamente de la forma en la que se organice la información dependen cuestiones tan importantes como la velocidad de la

identificación perceptiva⁵⁶, la atención —“el orden es la estructura de conocimiento que guía la atención y determina la interpretación de la audiencia”⁵⁷, así como la memorización y comprensión de los mensajes:

De las estrategias de composición y organización seguidas en el texto dependen cuestiones tan importantes como la información que será percibida, entendida y memorizada o el grado de comprensión de informaciones posteriores relacionadas con el tema. Gran parte de la eficacia del acto comunicativo depende del orden determinado en la presentación de los contenidos⁵⁸.

En principio, una estructura sólida y sencilla debería garantizar o, al menos facilitar, la transacción correcta de los contenidos a la mente de quien escucha. Pero, debido a que el boletín pivota sobre el criterio de urgencia —y por tanto, ofrece la información más inmediata— la ubicación de las informaciones no puede seguir una organización de contenidos estable ni sólida sino que varía según la actualidad. Ésta es una de las razones fundamentales por las que el periodista debe cuidar, si cabe con más empeño que en otro tipo de programas, la disposición de las informaciones de modo que el oyente las perciba de forma coherente y ordenada.

En principio, la propuesta que realizan los autores radiofónicos sobre la distribución de las noticias en los boletines —el criterio de “lo último, lo importante y lo que viene”— es una estructura que puede

⁵⁶ Cfr. NOIZET, Georges: *De la perception à la compréhension du langage*. Puf, Paris, 1980, p. 94.

⁵⁷ Cit. en HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 40.

⁵⁸ *Ibidem*.

resultar demasiado flexible, pero válida en cuanto que permite adaptarse al devenir de la actualidad y aportar un orden determinado al conjunto informativo: en primer lugar, se colocan los últimos hechos que han ocurrido; en una posición intermedia se sitúan los que se consideran importantes y en último término, los que previsiblemente podrán ocurrir.

1. Lo último. Las noticias de comienzo del boletín han de ser lo más recientes posible, es decir, lo más próximas posible al criterio de actualidad. De esta manera, encabezar el boletín con la información más reciente supone, según recordaba Palacios Mejía, la posibilidad de llamar la atención con algo nuevo e inesperado para el oyente, lo que permite utilizar la primera información como gancho para que el oyente se mantenga a la escucha.
2. Lo importante. Tras las noticias más actuales, el boletín recoge las noticias más relevantes que se han producido. Y así, colocar las informaciones importantes, pero ya conocidas por la audiencia, ayuda al oyente a relajar un poco la atención puesto que sólo tienen que comprender algún dato nuevo que las renueve. Ya lo decía Van Dijk, cuanto más conocemos acerca de un hecho o tema, tanto más y más fácilmente comprenderemos el discurso periodístico sobre él⁵⁹. Por tanto, gracias a la reiteración de noticias se promueve el recuerdo de los datos principales y, con ello, se facilita la comprensión.

⁵⁹ VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso...*, p. 208.

3. Lo que viene. Por último, el boletín radiofónico finaliza con un avance de las noticias que se producirán en las próximas horas. Este avance de previsiones puede producir en el oyente un estado de alerta que le motivaría a continuar escuchando el siguiente boletín —o la radio, en general— para completar la información no resuelta en el anterior y así sucesivamente. Además, finalizar con las próximas noticias supone guiarse por un orden lógico que resulta sencillo de comprender por parte del oyente radiofónico.

Empleado de una forma correcta, el criterio de “lo último, lo importante y lo que viene” es consecuente con el *efecto de posición serial*. Como ya hacíamos referencia al comienzo del estudio, las investigaciones realizadas demuestran que, en líneas generales, el oyente obtiene un buen recuerdo de los elementos ubicados en primer lugar, “LO ÚLTIMO” —*efecto de primacía*—, un recuerdo mínimo de los elementos centrales, “LO IMPORTANTE” y un buen recuerdo también, de aquellos que se encuentran situados al final, “LO QUE VIENE” —*efecto de recencia*—.

Estos efectos se han interpretado del siguiente modo: el *efecto de primacía* se produce por la ausencia de información previa y porque el sujeto tiene más posibilidad de repetir internamente las primeras palabras. Como consecuencia de ello, pasarían a la MLP evitando las posibles interferencias. Por su parte, el *efecto de recencia*, o el buen recuerdo de los elementos ubicados en el último lugar se produce porque éstos todavía están almacenados en la MCP por lo que presentan una elevada probabilidad de ser recordados. En cuanto a los

elementos intermedios, estos se recuerdan peor debido a que tienen menos posibilidades de repetición —como consecuencia no pueden ser transferidos a la memoria permanente—, y porque son desplazados de la memoria primaria por aquellos elementos que siguen en la presentación. También Karvasova ha estudiado los efectos que produce en el recuerdo de los oyentes el orden de colocación de las noticias en la estructuración temporal de un informativo. Una de las conclusiones más importantes también refleja que se retienen mejor los elementos que están colocados al *principio* y al *final* de un informativo radiofónico. Al principio, debido a la frescura de la memoria y la novedad de los materiales. Al final, porque la percepción es reciente, y la última impresión no queda cubierta por ninguna otra⁶⁰.

De este modo, que el radiofonista conozca las consecuencias del *efecto de posición serial*, puede serle de gran utilidad en la elaboración del boletín. Puede colocar las informaciones teniendo en cuenta que el oyente atenderá y recordará mejor los primeros y los últimos datos —también atenderá con más facilidad dado que ya comentábamos que las investigaciones de Anderson y Bower demostraban que se puede tomar el recuerdo como índice de la atención prestada—. En definitiva, habrá de colocar en esos lugares la información que quiere que se recuerde y que se atienda con mayor intensidad.

Por otro lado, en relación a la estructura de las informaciones y de forma complementaria a la consecución del criterio de “lo último, lo

⁶⁰Cit. en BALSEBRE, Armand: *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1994, p. 206.

importante y lo que viene”, se aconseja agrupar aquellas informaciones que presenten algún elemento en común de forma que se favorezca la capacidad asociativa del oyente de radio y, por tanto, la comprensión del mensaje. Así, el oyente puede seguir el mensaje sin realizar esfuerzos extras. Debido a la naturaleza asociativa de la memoria humana, el oyente posee la habilidad de relacionar o asociar mentalmente, aquellos elementos que están dispuestos sucesivamente —ley de contigüidad— y detectar analogías entre ellos —ley de semejanza—. De este modo el agrupamiento de informaciones que tengan algún elemento en común, como por ejemplo, que sucedan a la misma hora, que posean una cierta vinculación temática o que se hayan producido en el mismo ámbito geográfico— facilitaría la comprensión y el recuerdo de las informaciones escuchadas.

Por regla general hay que tener presente que retener —y, con ello, reproducir— trozos de información arbitrarios, es decir, palabras u oraciones que nada tienen que ver entre sí, es mucho más difícil que retener y reproducir informaciones con una cierta relación estructural sintáctica, semántica o de otro tipo de esquema⁶¹.

Por tanto, en éste como en cualquier otro programa de radio, los contenidos no deben aparecer aislados sino que se interrelacionan formando un conjunto que se presenta bajo una estructura que les dota de sentido y favorece el seguimiento por parte de la audiencia.

⁶¹ VAN DIJK, Teun: *La ciencia del texto...*, p. 190.

Distribución de la presentación: número de locutores.

La estructura externa del boletín también está condicionada por el tipo de presentación del material informativo. En este caso, hemos de referirnos a la forma de presentación y con ello al número de locutores que intervienen en ella. La forma de presentación de cualquier programa radiofónico en general —y de los boletines en particular— juega un papel trascendente en la comprensión global del programa. Por tanto, el modelo de presentación que utilice el comunicador ha de dotar al boletín de una estructura coherente de modo que atraiga la atención y favorezca la comprensión por parte del oyente. Para ello, éstos son algunos de los aspectos que habrá de tener en cuenta:

1. La excesiva novedad abruma, la excesiva familiaridad aburre.

En primer lugar, el comunicador ha de tener en cuenta que la excesiva novedad que transportan los contenidos del boletín ha de ser contrarrestada por un tipo de presentación sencilla y con un estilo constante —compartido por todos los boletines que forman parte de una misma emisora— de modo que su estructura resulte familiar para el oyente. De esta manera la novedad y la variabilidad de los contenidos queda compensada por una forma de presentación más estable. En este sentido, Moliné⁶² explica que el cerebro humano percibe, selecciona, interpreta y memoriza los mensajes de una manera universal. Cuando nuestra mente recibe los primeros datos intenta

⁶² Cit. en GARCÍA UCEDA, Mariola: *Las claves de la publicidad*. Ediciones Especial Cinco Días. Madrid, 1995, p. 69.

adelantarse y comprobar lo que le están contando a partir de lo que tenemos almacenado en la memoria, con fin de ahorrarnos el trabajo de seguir procesando la información. En el caso de los mensajes creativos, también iniciamos ese proceso de búsqueda, pero quedamos desconcertados al apreciar que los datos son nuevos y que no tenemos ninguna referencia que los identifique. Es precisamente por este motivo por el que consiguen llamar nuestra atención y nos resultan apetecibles y estimulantes.

Bien es cierto que la novedad es un elemento necesario para estimular la atención del oyente, pero de forma moderada, ya que si es excesiva, el sujeto se sentirá tan sorprendido que no podrá comprender nada.

La memoria actúa por esquemas activos basados en la experiencia pasada. Cuando tratamos de aprender nos basamos en esquemas ya existentes, en lo que ya conocemos, por eso la información que no encuentra su esquema de referencia, no la podemos comprender. La memoria encaja datos nuevos en esquemas viejos, por asimilación y por acomodación crea esquemas nuevos a partir de reestructurar los que ya tiene, y así avanzamos en nuestro saber. Por ellos resulta muy difícil de procesar un mensaje todo novedad, por no tener esquemas a los que recurrir⁶³.

⁶³ *Ibidem.*

Por este motivo, el comunicador radiofónico debe buscar un equilibrio entre la novedad de los contenidos y la familiaridad, por ejemplo, en el estilo de presentación:

En la creación radiofónica, lo familiar debe contraponerse a lo novedoso. En el proceso de percepción, lo conocido facilita la captación y comprensión del mensaje, mientras que lo novedoso insta a la elaboración y comprobación de hipótesis. Por tanto la búsqueda del equilibrio entre ambos polos debe ser constante para que el oyente no se sienta aburrido, porque todo responde a los tópicos esquemas de previsión, ni aturdido, por la cantidad de nuevos estímulos que debe por lógica procesar⁶⁴.

En la misma línea, Balsebre recuerda que la presencia de elementos constantes en la forma de exponer un mensaje radiofónico aumenta el grado de previsibilidad del oyente lo que favorece la retención y la capacidad de atender a estímulos nuevos:

En un momento dado el radioyente puede prever cada reacción del emisor ante un estímulo nuevo, pues el emisor habla de la misma forma cada día, utiliza el mismo repertorio limitado de signos lingüísticos y radiofónicos y propone unos temas semejantes a partir de un mismo código de expresión ya conocido por el radioyente⁶⁵.

⁶⁴ GUTIÉRREZ GARCÍA, María y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 27.

⁶⁵ BALSEBRE, Armand: *Op. cit.*, p. 221.

2. La necesidad de variar el estímulo sonoro. Pero la constancia no sólo aporta ventajas, también tiene sus riesgos. Como consecuencia de ello, el radiofonista ha de tener muy en cuenta un fenómeno muy habitual que ocurre en los procesos sensoriales del oyente. Nos referimos *al fenómeno de adaptación sensorial*. Cuando el oyente se expone durante un tiempo determinado ante un estímulo constante, la sensación que produce disminuye progresivamente debido principalmente a que las células receptoras se fatigan, llegando incluso a perder por completo la sensación que tal estímulo produce, lo que conlleva a una pérdida de atención. Esto trae consecuencias lógicas para el comunicador que tendrá que optar por un tipo de presentación más ágil y dinámica.

A continuación se exponen tres formas, a modo de ejemplo, de presentar los contenidos de un boletín horario. Las tres son sencillas — un conductor da paso a otros locutores—, estables —poseen elementos identificadores— y dinámicas —la alternancia de voces proporciona variaciones del estímulo sonoro— por lo que su estructura facilita el seguimiento de la información, guía la atención y aporta unidad al conjunto del programa. Por tanto, las tres estructuras⁶⁶ son recomendables para el comunicador radiofónico, si bien es cierto que algunas tienen sus ventajas. Son las que analizamos a continuación.

⁶⁶ Estas tres pautas representan la base de tres tipos de presentación y como tal admiten ligeras variaciones siempre y cuando contribuyan a facilitar la comprensión de los contenidos por parte de los oyentes.

a) Un conductor y un locutor de apoyo.

En este modelo la forma de presentación se sustenta en la alternancia de voces entre un conductor que abre y cierra el programa y un redactor de apoyo que se encuentra en el estudio. Este tipo de presentación admite dos variantes:

-Un conductor que abre y cierra el boletín y lee algunas noticias, y un locutor de apoyo con el que alterna la lectura de estas noticias. A continuación, se expone un ejemplo de una pauta que sigue este tipo de presentación.

CONTROL:	SEÑALES HORARIAS. CARETA DE INFORMATIVOS
CONDUCTOR:	Buenos días son las 10 de la mañana, las 9 en Canarias. 1ª noticia
LOCUTOR:	2ª noticia
CONDUCTOR:	3ª noticia
CONTROL:	SINTONÍA BREVES
CONDUCTOR:	1er breve
LOCUTOR:	2º breve
CONDUCTOR:	3er breve
CONDUCTOR:	Esto es todo, más noticias dentro de una hora.
CONTROL:	CARETA DE INFORMATIVOS

Modelo 1

-Un conductor que abre y cierra el programa y lee las entradillas de las noticias, y un locutor de apoyo que lee el desarrollo de las informaciones. Éste sería un ejemplo de este tipo de presentación:

CONTROL:	SEÑALES HORARIAS. CARETA DE INFORMATIVOS
CONDUCTOR:	Buenos días son las 10 de la mañana, las 9 en Canarias. Entradilla de la 1ª noticia
LOCUTOR:	Completa la 1ª noticia
CONDUCTOR:	Entradilla de la 2ª noticia.
LOCUTOR:	Completa la 2ª noticia
CONDUCTOR:	Entradilla de la 3ª noticia.
LOCUTOR:	Completa la 3ª noticia
CONDUCTOR:	Esto es todo, más noticias dentro de una hora.
CONTROL:	CARETA DE INFORMATIVOS.

Modelo 2

En el primero de los casos, cuando se produce la alternancia de voces entre conductor y locutor de forma que cada uno lee una noticia completa, el papel del conductor queda casi igualado al del locutor de apoyo, lo que puede dificultar el seguimiento del oyente al no identificar claramente una guía constante. Pero el escaso protagonismo del conductor se puede ver compensado por las continuas variaciones del estímulo sonoro, es decir, por la alternancia de voces.

El segundo modelo presentado, cuando se relata una misma noticia a dos voces de forma que el conductor comience la información —entradilla— y el locutor la desarrolle, presenta una clara ventaja con respecto al anterior. Con esta forma de presentación se mantiene la guía necesaria para que el oyente no se pierda en la estructura del boletín pero, al mismo tiempo, se promueve la variación del estímulo sonoro gracias a la alternancia de voces. Por tanto, presenta dos beneficios:

a) Clarifica la estructura. Puesto que el conductor mantiene su papel de introductor en todas las noticias, el oyente puede identificar con mayor precisión la estructura del boletín y los cambios de una noticia a otra.

b) Favorece la atención. Al producirse una alternancia en las voces, se provoca la variación del estímulo sonoro con lo que se facilita la atención del oyente. Este cambio produce una variación en el estímulo sonoro que puede favorecer la delimitación de informaciones, la atención del que escucha, además de incrementar la proximidad psicológica y la naturalidad —ya que simula una estructura dialogada— y por tanto de aumentar la eficacia comunicativa. En este sentido, es útil recordar que un estudio de Cherry ha demostrado que los sujetos experimentales son capaces de apreciar algunos aspectos del mensaje no atendido como, por ejemplo, los cambios en el timbre de la voz.

La combinación eficaz de voces se busca en el contraste tímbrico (por ejemplo, voz masculina seguida de femenina) para diferenciar o separar unos contenidos de otros. (...) El cambio de voces debe permitir una mayor audibilidad e inteligibilidad⁶⁷.

Por tanto, estas variaciones, aún no siendo conscientes muchas veces, pueden despertar la atención de los oyentes.

⁶⁷ Cit. en CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 409.

b) Un conductor y varios redactores.

Esta estructura se caracteriza porque el locutor principal dirige el boletín es decir, realiza el saludo inicial y la despedida, proporciona los datos fundamentales de cada información y da paso a los redactores que bien desde el estudio, desde el exterior o desde otras emisoras de la misma cadena completan los detalles de cada noticia.

Mostramos el ejemplo de la pauta de un boletín con un conductor principal:

CONTROL:	SEÑALES HORARIAS. CARETA DE INFORMATIVOS
CONDUCTOR:	Buenos días son las 10 de la mañana, las 9 en Canarias. Entradilla de la 1ª noticia. Juan Pérez.
CONTROL:	JUAN PÉREZ EN ESTUDIO.
CONDUCTOR:	Entradilla de la 2ª noticia. Desde el lugar de los hechos. Javier Vicente.
CONTROL:	J.VICENTE POR TELÉFONO 91567879.
CONDUCTOR:	Entradilla de la 3ª noticia. Dolores Maíllo.
CONTROL:	RADIO ZAMORA
CONDUCTOR:	Esto es todo, más noticias dentro de una hora.
CONTROL:	CARETA DE INFORMATIVOS.

Modelo 3

Además de poseer las mismas características del modelo anterior favorecedoras del proceso de comprensión, esta estructura de boletín es la más ágil y la más dinámica debido a la mayor variedad de voces y cambios de ritmo que confluyen en el programa, y a la similitud con la estructura dialogada del lenguaje oral. Por consiguiente, los beneficios de este modelo de presentación son los siguientes:

a) Promueve la inferencia. Gracias a la gran variedad de voces que interviene en el boletín, se amplía la posibilidad de que el oyente realice mayor número de inferencias que favorezcan la comprensión. Mientras que en los anteriores ejemplos, las inferencias paralingüísticas se limitaban a los rasgos prosódicos de dos locutores, en este último modelo las inferencias también pueden efectuarse a partir de un mayor número de voces y del ruido ambiente que pueda escucharse desde los lugares donde ocurren los hechos. De este modo, se producen las necesarias variaciones y novedades en el estímulo ambiental para que se mantenga el estado de alerta del sujeto y se active así la alerta tónica que mencionaba De Vega⁶⁸.

b) Facilita el seguimiento. Con este modelo cabe la posibilidad de que las noticias simulen una estructura dialogada, lo que exige menos esfuerzo de atención por parte del oyente, puesto que el esquema se acerca más al sistema estructural del lenguaje oral.

Como ya hemos dicho, los tres tipos de presentación son coherentes y, por tanto, indicados para facilitar el seguimiento de los contenidos informativos por parte del oyente. Sin embargo, hemos de destacar el tercer modelo como la estructura más apropiada para presentar el boletín horario debido a que clarifica la estructura, favorece la atención, promueve la inferencia y facilita el seguimiento. Optar por un modelo u otro dependerá, en buena medida, del estilo y los medios con los que cuente la emisora.

⁶⁸ De VEGA, Manuel: *Introducción a la psicología cognitiva*. Alianza editorial, Madrid, 1995, p. 125.

4.1.2. Coherencia interna: la estructura de los géneros informativos y los documentos sonoros.

La coherencia interna afecta a la estructura de los géneros informativos y como tal, también a los documentos o testimonios sonoros que contengan.

Estructura de los géneros del boletín: noticia, informe y crónica.

Las informaciones en el boletín radiofónico se ordenan y estructuran en géneros como unidades perfectamente identificables. De esta forma, en el programa puede establecerse una “organización interna funcional, coherente y unitaria. Tales relaciones tienen que estar enmarcadas en una coherencia productora de la unidad global del texto”⁶⁹. Así el oyente puede recibir la información no como una disposición espontánea e improvisada de datos sino como una unidad coherente que facilite al oyente la comprensión global del boletín y de cada una de las informaciones.

La coherencia interna, en el caso de los tres géneros, ha de contribuir a lograr los siguientes objetivos; todos ellos orientados a facilitar la comprensión del mensaje:

1. Favorecer el procesamiento a nivel pragmático. En virtud del *principio de cooperación* de Grice, cualquier discurso comunicativo

⁶⁹ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual...*, p. 315.

ha de respetar la *norma de cantidad*, según la cual el emisor ha de seleccionar muy bien los datos relevantes y desechar los menos importantes. Más que en ningún otro espacio informativo, la duración del boletín, obliga en el caso de los tres géneros, al relato de los hechos de forma más escueta y concisa. Esta circunstancia exige del periodista que la selección de la información sea muy precisa, de modo que se proporcione única y exclusivamente aquellos datos básicos que resulten relevantes para comprender un determinado acontecimiento. El cumplimiento de esta norma, además de a las propias características del boletín, obedece a las siguientes razones:

- a) Necesidad de ajustar la cantidad de datos por los mecanismos de comprensión global. Según hemos explicado detalladamente, el oyente capta el flujo lingüístico de forma global. Las investigaciones de autores como Van Dijk han demostrado que los oyentes tienen la capacidad de establecer macrorreglas —omisión, selección, generalización, construcción o integración— cuando intentan comprender un discurso. Mediante ellas, los oyentes prescinden de toda aquella información que no es esencial para comprender el significado global del discurso, es decir, de los detalles secundarios. Por esta razón el emisor debe mostrarse eficaz a la hora de reforzar esta capacidad del oyente evitando los datos irrelevantes de modo que no entorpezca su natural funcionamiento.

- b) Necesidad de ajustar la cantidad de datos por la limitación de la memoria a corto plazo (MCP). Gracias a la habilidad que posee el sujeto para conservar en la *memoria a corto plazo o memoria operativa* aquellos datos que considera importantes y necesarios para continuar con la decodificación del mensaje, el oyente puede comprender al locutor al mismo tiempo que le está hablando. Esto es así, si los dos componentes de la MCP, el *bucle fonológico*⁷⁰ y la *agenda visoespacial*⁷¹, no se saturan. Si quiere que su mensaje sea comprendido, el periodista deberá entonces confeccionar sus discursos teniendo en cuenta la capacidad limitada de este tipo de memoria, por lo que esto le obliga a seleccionar los aspectos fundamentales de cada noticia con el fin de evitar una sobrecarga informativa y una saturación de imágenes mentales en el oyente.

2. Mantener el interés del oyente. La información debe interesar desde el principio y mantener la atención a lo largo de la exposición. Por esta razón, una vez seleccionados los datos esenciales, el emisor habrá de distribuirlos adecuadamente en principio, desarrollo y cierre, de tal modo que se consiga aportar unidad a la información y evitar que no decaiga la atención del oyente. De esta decisión, dependerá en gran medida que el

⁷⁰ Recordamos que el *bucle fonológico* es el que almacena la información verbal de manera temporal durante el procesamiento del lenguaje, intentando solventar el leve retraso que supone la comprensión con respecto a la percepción inicial de la información.

⁷¹ La *agenda visoespacial* es la encargada de almacenar información visual y espacial durante un cierto período de tiempo.

oyente preste atención al mensaje y se mantenga o no en la escucha:

El autor, antes de iniciar la redacción, ha de decidir no sólo las ideas que tiene que contener, sino también la alineación de las mismas. Esta tarea tampoco puede dejarse en manos de la improvisación y la eficacia final dependerá de la habilidad del redactor/locutor como profesional de la comunicación. El buen comunicador sabe que cualquier hecho, cualquier historia, cualquier vida son interesantes, siempre y cuando se expliquen de una forma que motive y estimule la atención del oyente⁷².

Así pues, el emisor deberá “construir” la coherencia interna poniendo especial empeño en ofrecer una cantidad de información ajustada al tiempo de que dispone y a la capacidad retentiva del oyente, al tiempo que tendrá que determinar el lugar preciso de cada uno de los datos en el texto. Vamos a verlo en cada uno de los tres géneros.

a) La noticia.

Aunque la corta duración del boletín exija la narración de los datos más básicos en noticias escuetas y concisas, captar el interés y la atención continúa siendo el propósito de todo emisor radiofónico eficaz. Por esta razón, estructuras como la de la pirámide invertida no resultan muy convenientes. Para la noticia radiofónica del boletín, este modelo presenta el inconveniente de situar todos los datos esenciales

⁷² HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 43.

al principio, por lo que el oyente, una vez informado de lo más importante, puede terminar desconectando.

Por tanto, el comunicador debe colocar los elementos importantes en lugares preferentes, sin concentrarlos en una frase o párrafo. Lo más adecuado es que sea al principio de las diferentes partes o al final del enunciado. Asimismo, debido al *efecto de posición serial*, resulta recomendable comenzar y finalizar una noticia radiofónica con algún dato nuevo, original e interesante que se quiere recordar. En definitiva, se debe dosificar la información a lo largo del texto para liberar lo más posible la MCP.

La tortuga no tiene saliva. Para asimilar sus alimentos, necesita meterse al agua y ahí, poco a poco, los va masticando. El oyente de radio se le parece: no puede tragar la información si ésta viene muy seca, si le quieren embutir el oído con muchos datos, con los cinco componentes del hecho noticioso en un solo párrafo. El oyente necesita de líquidos para ir digiriendo la información, para ir comprendiendo lo que escucha⁷³

Por tanto, puesto que uno de los recursos para mantener el interés es facilitar gradualmente los datos más importantes, no es aconsejable que todos los datos de la información aparezcan presentados al principio sino que las ideas secundarias se deberían distribuir a lo largo de la noticia: “no se debe seguir el orden de importancia decreciente, criterio válido en los medios impresos, ya que

⁷³ LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Op. cit.*, pp. 256-257.

ello implicaría un decrecimiento del interés del oyente conforme éste va escuchando el mensaje”⁷⁴.

Por eso, aunque la noticia de un boletín radiofónico sea más corta y, por tanto, los datos requieran de una mayor selección, existen tres componentes básicos que deben permanecer en su estructura, aunque como hemos dicho, de forma más condensada puesto que depende de la corta extensión del programa: la entrada, el desarrollo y el cierre.

La entrada. La entrada de cualquier noticia está compuesta por la apertura y el lead. La apertura consiste en una frase o idea introductoria que, de forma sencilla, reclama la atención del oyente y le prepara para recibir los datos principales que explican el hecho. Además de captar la atención, los elementos situados en la entrada, serán los que el oyente perciba como más importantes y recuerde mejor. Esto es así en virtud del *efecto de posición serial* —en concreto del *principio de primacía*—, que como ya explicamos, afecta al recuerdo de los datos según su ubicación en el texto.

Además, las entradillas que realiza el conductor también favorecen la comprensión de las noticias; fundamentalmente por tres razones ya analizadas en profundidad:

- a) Favorecen el recuerdo. Las entradillas representan la macroestructura de las noticias, es decir, las ideas principales de cada una de ellas. El periodista debe saber

⁷⁴ Cit. en HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 43.

—como ya señalaba Van Dijk— que la macroestructura frente a la microestructura representa la parte del discurso que mejor y más fácilmente se recuerda, por lo tanto mediante las entradillas, el periodista puede “dirigir” el recuerdo de los aspectos más relevantes de la noticia.

- b) Captan la atención. Las entradillas permiten captar la atención si el oyente percibe en ellas algún dato atractivo, novedoso e interesante de la noticia.

- c) Estimulan la anticipación. Disponen al oyente para escuchar algo sobre lo que se quiere incidir; de esta forma, el oyente es capaz de prever una situación y, por tanto, puede prestar una mayor atención e interés sobre lo que va a escuchar en el desarrollo de la noticia y así comprenderla mejor.

De todo ello se deduce que esta introducción debe estar especialmente cuidada puesto que el oyente espera verse compensado por el beneficio que le aporta la información. Es el ya mencionado *principio de apertura a la información*, que destaca Núñez Ladevéze, y que predispone y mueve al oyente a exponerse ante la información, pero sólo si implica una satisfacción. Por tanto, la apertura debe convertirse en la práctica en una declaración de intenciones que mueva al oyente a la atención.

Por otro lado, si la primera condición para que una noticia sea comprendida, es que previamente sea escuchada, comencemos pues

por atraer la atención y la curiosidad de la audiencia a través de la frase de apertura:

*La frase de apertura es la que el oyente recuerda con mayor intensidad. Por ello debe ser una frase impactante, original. La originalidad exige un esfuerzo de profundización. (...) La frase de apertura debe ser sencilla y original, sin caer en la vulgaridad ni en el sensacionalismo. La originalidad no es sinónimo de lo fácil, lo superficial, lo exagerado. Sencillez, originalidad y precisión debe definir a la primera frase, pero no como un fin en sí mismo, sino como un indicio del mantenimiento de estos tres factores a lo largo de toda la crónica, todo el boletín, todo el reportaje. Debe tenerse en cuenta que la frase de apertura de un boletín conviene repetirla al final si se refiere a una noticia de última hora o si la información es especialmente relevante”.*⁷⁵

Teniendo en cuenta que la actualidad y la rapidez de la difusión de noticias son los aspectos específicos más relevantes de la información radiofónica, está plenamente justificado comenzar con el dato más atractivo y, si es posible, que resuma en buena parte el espíritu de la noticia. Esta es precisamente la idea que destaca McLeish:

La radio es un medio con una enorme posibilidad de instantánea desconexión. Estás hablando a una audiencia que no está en modo alguno activa, y por lo tanto la primera frase ha de ser interesante. No gastes mucho tiempo “entrando” en

⁷⁵ ONDA CERO: *Op. cit.*, p. 43.

el tema, comienza con una idea que sea intrigante, importante, o, por lo menos, poco usual. Y síguela con algo que me diga lo que estás haciendo (¡no me dejes con la duda sobre eso!). La primera frase debe interesar y la segunda debe informar. Es una regla muy simple, pero correcta. Y ahora recorres tu lista de puntos, enlazándolos de forma lógica y enhebrándolos como perlas en secuencia. Deja siempre bien claro lo que estás haciendo⁷⁶.

Por su parte Huertas y Perona, recomiendan no concentrar en la frase de apertura un número elevado de datos, eso provocará la saturación de la MCP y, por tanto, el proceso de comprensión del oyente:

No conviene dar todos los datos que envuelven a la noticia en la primera frase, ni siquiera en el primer párrafo, debido a que ello dificultará el proceso de comprensión oral. Se ha de aplicar el concepto de dosificación⁷⁷.

En resumen, la apertura de la noticia debe tener las siguientes características:

- Atractiva. Para captar la atención del oyente.
- Breve. Para no sobrecargar la MCP
- Sintética. Para facilitar la comprensión global.

⁷⁶ McLEISH, R: *Técnicas de creación y realización en radio*. IORTV, Madrid, 1985, pp. 71-72.

⁷⁷ HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, pp. 45-46.

Un posible ejemplo de este tipo de apertura sería una frase como la siguiente:

Los médicos lo tienen muy claro: el tabaco mata, es un arma destructiva.

Se trata de una frase que resume muy bien el espíritu de la noticia, es decir, es sintética, además es contundente, por lo que permite captar la atención de la audiencia y, por último, es breve.

Por otro lado, cuando la estructura de presentación que adopta el periodista es la de los modelos 2 ó 3 —expuestos anteriormente— la entrada puede coincidir con el paso que da el locutor principal al redactor, es decir, la entradilla: “el arranque es el paso que da el director-presentador del programa al redactor que elabora la información. El arranque debe alertar al oyente sobre la noticia que va a escuchar”⁷⁸.

En este caso, la entradilla “cumple el objetivo de abrir la puerta, de preparar la información siguiente”⁷⁹. Por tanto, en general, ayudan al oyente a escuchar con más fluidez la información y a captar su atención.

Después de la frase de apertura, la entrada incluye el lead donde el periodista coloca los datos clave que permitirán al oyente informarse de lo que ha sucedido. En principio, el lead habrá de responder a

⁷⁸ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Proyecto de Normas de Estilo*. Texto mecanografiado, Madrid, 1990, p. 4.

⁷⁹ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 477.

cuatro preguntas clave: QUÉ, QUIÉN, DÓNDE y CUÁNDO, aunque dependiendo de la extensión de las noticias y de las características del suceso, se puede aceptar la siguiente combinación: “QUÉ-QUIÉN, QUIÉN-QUÉ, DÓNDE-QUÉ, QUÉ-CUÁNDO”⁸⁰.

Si continuamos con el ejemplo anterior, el lead de esta noticia sería el siguiente:

Es la principal advertencia que nos llega desde el IV Congreso Nacional sobre Prevención y Tratamiento del Tabaquismo que se celebra durante hoy y mañana en Barcelona. Advertencia de 200 médicos reunidos en este foro, que se basa en un dato objetivo: más de cien personas mueren cada día en España por enfermedades relacionadas con el tabaco.

Como se puede observar, en este lead se mencionan los datos básicos que permiten entender la noticia. En ella se dan respuesta a los cuatro principales interrogantes:

-¿Qué ocurre?. Se celebra el IV Congreso Nacional sobre Prevención y Tratamiento del Tabaquismo. Más de 100 personas mueren cada día por el tabaco en España.

-¿A quién?. 200 médicos se reúnen en este Congreso.

-¿Cuándo ocurre?. El Congreso se celebra hoy y mañana.

⁸⁰ RODERO ANTÓN, Emma: *Producción radiofónica*. Cátedra, Madrid, 2005, p. 201.

-¿Dónde sucede?. En Barcelona.

El desarrollo: Después de la entrada, se encuentra el desarrollo o cuerpo de la noticia. En él, se van suministrando datos nuevos a la vez que se repite sobre los más importantes que se han citado en la entrada. El desarrollo, por tanto, ha de responder a dos preguntas: CÓMO y POR QUÉ y debe incidirse en las causas y consecuencias del hecho. En este caso, el comunicador radiofónico ha de saber una vez más que los datos que ocupan los puestos intermedios se recuerdan peor que los situados en primer y último lugar por el *efecto de posición serial*. Ante ello, una explicación clara y redundante de estos datos informativos es condición prioritaria en esta parte de la noticia.

Si volvemos al ejemplo anterior, un desarrollo de esta noticia podría hacerse de la siguiente manera:

Enfermedades cerebrovasculares o cardiovasculares como la conocida neumonía que se convierten en las principales causas de muerte prematura en nuestro país. Los médicos reconocen que es difícil abandonar el tabaco por los efectos de la nicotina: la relajación, la estimulación o el placer. Por eso, el coordinador nacional de la Red de Tratamientos Adictivos, Fernando Álvarez, aconseja a los fumadores someterse a un tratamiento médico personalizado.

En este desarrollo se incide claramente en el cómo y en el porqué y nos proporciona las causas y consecuencias:

-¿Cómo?/Causas. El tabaco produce enfermedades cardiovasculares y broncopulmonares. Las principales causas de muerte prematura en España son: la cardiopatía isquémica, las enfermedades cerebrovasculares y las enfermedades cardiovasculares, como la obstrucción crónica o la neumonía.

-¿Por qué?/Consecuencias. El doctor del Centro General de Salud Moscardó (Madrid), Francisco Camarelles, dice que el problema de las recaídas se debe a los efectos de la nicotina, como la relajación, la estimulación o el placer. Los médicos recomiendan tratamiento médico. Según el coordinador nacional de la Red de Tratamientos Adictivos cada persona necesita un tratamiento diferenciado a la hora de abandonar el hábito.

Por otro lado, se observa la explicación clara y redundante que debe reunir todo desarrollo si tenemos en cuenta las capacidades perceptivas del oyente. Las palabras están en este caso resaltadas en negrita.

***Enfermedades** cerebrovasculares o cardiovasculares como la conocida neumonía que se convierten en las principales causas de **muerte** prematura en nuestro país. **Los médicos** reconocen que es difícil abandonar **el tabaco** por los efectos de la nicotina: la relajación, la estimulación o el placer. Por eso, el*

*coordinador nacional de la Red de Tratamientos Adictivos, Fernando Álvarez, aconseja a los **fumadores** someterse a un tratamiento médico personalizado.*

El cierre: Por último, en el cierre se resumen o recapitulan los datos básicos de la información. No es suficiente con haber distribuido correctamente los datos fundamentales a lo largo de la noticia. Como en cualquier narración, hay que finalizar de modo concluyente, aunque sea como en el caso de la noticia del boletín de forma muy breve. Basta con una única frase para cerrar el círculo.

El oyente debe poder identificar sin dificultad el final de esa noticia, puesto que la comprenderá mejor si la recibe como una estructura cerrada, una historia con un planteamiento, nudo o desenlace⁸¹.

Y es que, tan importante es el inicio para concentrar la atención como el final para captar el interés del oyente y continuar con la escucha de la siguiente noticia. El cierre es pues imprescindible para anclar los datos fundamentales de la información o bien para, al menos, dar las claves para comprenderlos si el oyente no ha escuchado el comienzo de la información.

El cierre de la noticia tiene que llamar la atención y recuperar los elementos principales que se utilizaron en el desarrollo de la información. Si había algunos datos reservados, es el

⁸¹ SÁNCHEZ GUTIÉRREZ, Rosalía: *Comprensibilidad de la noticia radiofónica. Tesina de licenciatura*, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1994, inédita, p. 106.

momento de añadirlos para que la noticia quede lo más completa posible⁸².

Por lo tanto es importante un cierre breve y conciso que redondee y otorgue un final a la noticia haciéndola más comprensible. Los efectos del principio de recencia aconsejan también cuidar los finales de una noticia, puesto que ya hemos mencionado que el oyente recuerda mejor los últimos datos de la exposición:

Lo que estoy intentando decir es que debe haber un final, no una detención súbita o un desvanecimiento de la distancia, sino un claro redondeo final. Quizás pueda ser un resumen o una pregunta provocativa para estimular al oyente a que siga meditando. No hay duda de que el principio y el final son las partes más difíciles de cualquier emisión radiofónica. Pero ten en cuenta siempre que, por lo general, serás recordado siempre por tus palabras finales⁸³.

Algunos autores, difieren en la aplicación completa de esta estructura en el boletín. Por ejemplo, para Soengas, la estructura de la noticia en ese programa posee unas características diferentes a la noticia estándar. Para este autor, los datos se distribuyen de forma que se ofrezca una idea muy general y abreviada, sin aportar demasiados detalles a no ser que sean esenciales para comprender la noticia, y suprimiendo el cierre. Su propuesta quedaría de la siguiente forma:

⁸² SOENGAS, Xosé: *Informativos radiofónicos*. Cátedra, Madrid, 2003, p. 59.

⁸³ McLEISH, R: *Op. cit.*, p. 79.

- a) Primera parte identificativa, en la que se responde a las preguntas QUIÉN, QUÉ, CUÁNDO y DÓNDE.
- b) Segunda parte explicativa, donde se incluye el CÓMO y el PORQUÉ⁸⁴.

Del mismo modo, González Conde no considera absolutamente necesario el cierre de cada noticia, aunque sí aconseja estructurar cada discurso radiofónico de acuerdo a una línea secuencial y a una conclusión⁸⁵. En cualquier caso, como dicen Barea y Montalvillo “cada noticia debe empezar y terminar en sí misma, pero estructurándola de tal modo que sea una unidad dentro de otra unidad superior que es el programa⁸⁶”.

Un posible ejemplo de cierre, para la noticia que venimos elaborando podría ser el siguiente:

Pero por encima de todo lo importante, según se concluye en este Congreso Nacional sobre Prevención y Tratamiento del Tabaquismo, es que los fumadores conozcan los verdaderos riesgos de esta adicción y se puedan prevenir y tratar las causas y consecuencias que acarrea fumar.

Se trata, en definitiva, de recordar los datos fundamentales y cerrar de modo concluyente.

⁸⁴ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 166.

⁸⁵ GONZÁLEZ CONDE, María Julia: *Comunicación Radiofónica*. Universitas, Madrid, 2001, p. 223.

⁸⁶ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 46.

Además del orden, conviene insistir una vez más en la selección de los datos, un aspecto muy importante que se ve descuidado frecuentemente por algunas emisoras de radio. Detengámonos, por ejemplo, a observar el contenido de la siguiente noticia, en la que aparecen en negrita las principales cifras:

*Buenas tardes. Ya hay **diez** novelas finalistas para el premio Planeta **2003**. Hoy se ha presentado **la quincuagésima segunda** edición de este galardón que se falla mañana. El jurado ha tenido que escoger entre **512** novelas que se han presentado al premio que cuenta con una dotación de **600 mil** euros para la obra ganadora y **150 mil** para la finalista. En esta edición del galardón, el número de obras que concursan se sitúa por encima de **500** por **segundo** año consecutivo. De las **diez** novelas finalistas, **siete** se han escrito con seudónimo y **tres** han sido escritas por Mario González Sánchez, Carlos Santiago y Chiquita Barrero. Entre las temáticas, la guerra civil, la novela histórica, la novela psicológica o la acción predominan según ha podido revelar el jurado esta mañana (Radio Intereconomía, 14-10-2003. Boletín 17:00h).*

Como se puede comprobar fácilmente en el ejemplo, se observa una excesiva cantidad de datos concentrada en muy poco tiempo. Se produce entonces una elevada densidad que puede producir fácilmente

la saturación de la MCP. Esto es precisamente lo que debe evitar el periodista radiofónico para evitar pérdidas de comprensión.

b) El informe.

Como en el caso de la noticia, la estructura del informe ha de ser sencilla, de modo que facilite la descodificación del flujo informativo. Dado que en este tipo de género, el periodista trabaja con gran cantidad de cifras y datos, se aconseja seleccionar muy bien los más importantes— los que realmente son necesarios para comprender la información— y dosificarlos en el texto de modo lineal relacionando unos con otros. De momento, sirva este consejo, aunque analizaremos en mayor profundidad el tratamiento de las cifras en radio en el apartado dedicado a la estrategia de adecuación.

De todas formas, una estructura comprensible en el informe sería la cronología, puesto que el oyente podrá seguir con menos dificultades la secuencia informativa. La disposición de los datos sería la siguiente:

La entrada. Compuesta a modo de introducción por los datos que ilustran el origen del acontecimiento.

El desarrollo. Elaborado con una disposición cronológica de los datos.

El cierre. Integrado por los datos que recuerdan de nuevo el hecho más actual.

Un ejemplo de esta estructura podría ser el siguiente:

Frase de apertura: *Siempre quedará en nuestro recuerdo como la Señora Robinson de la película El Graduado.*

Lead: *La actriz estadounidense Anne Bancrof ha fallecido esta tarde a los 73 años de edad en Nueva York como consecuencia de un cáncer, según ha informado un portavoz de su marido, el productor y actor, Mel Brooks.*

Desarrollo: *A lo largo de su carrera, Ann Bancrof obtuvo diferentes premios cinematográficos por sus interpretaciones. Uno de los más importantes fue un Oscar de la Academia del cine en 1962 por su interpretación en El milagro de Ana Sullivan. Poco después interpretó el papel por el que siempre será especialmente recordada en la película El Graduado: la señora Robinson, la madre de una estudiante que seduce al amigo de ésta, el joven Benjamin Braddock, interpretado por Dustin Hoffman. La última vez que apareció en un escenario en Nueva York fue en 2001, cuando actuó en la obra de Edward Albee El ocupante. Entonces una neumonía impidió que actuara en todas las funciones.*

Cierre: *Ahora el cáncer ha acabado con la vida de esta actriz, Anne Bancrof a los 73 años de edad.*

c) La crónica.

Al igual que el resto de géneros incluidos en el boletín, la crónica ha de adoptar una estructura sencilla de modo que el oyente pueda decodificar fácil y correctamente la información. La estructura que debe guiar la elaboración de la crónica es la siguiente:

La entrada: En esta parte se colocan los datos más nuevos o que se están produciendo en el momento de la emisión. De esta forma se captará la atención del oyente.

El desarrollo: Este es el momento en el que el periodista realiza un repaso por la secuencia del hecho adoptando una estructura de cronología inversa, es decir, continuando la narración por los últimos datos hasta llegar al origen. En esta parte, el periodista ha de ilustrar su relato con la exposición del ambiente que rodea el suceso —lo que permitirá realizar al oyente sus propias inferencias y contribuir a una más eficaz percepción del mensaje siempre que no haya interferencias o ruidos que impidan la escucha correcta del mensaje⁸⁷ —, con sus propias opiniones y con testimonios complementarios sobre las circunstancias que rodean al hecho de testigos o protagonistas. Esto último aportará en el relato una variación del estímulo sonoro, lo que ayudará a recobrar la atención si es que se hubiera perdido hasta el momento.

⁸⁷ Cfr. HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 17.

El cierre: En esta parte se resumen brevemente los datos principales. El periodista deberá recordar que cuidar esta parte es importante puesto que el oyente debe permanecer a la escucha.

Este es un posible ejemplo de una estructura en una crónica:

Entrada: *La ciudad está en estos momentos en silencio, en un silencio sepulcral, en un silencio muy tenso. Las sirenas han sonado hace diez minutos, La ciudad está completamente iluminada, todas las ventanas de los edificios están iluminadas. Los iraquíes se refugian en sus casas, con los suyos.*

Desarrollo: *Hoy durante la noche han aprovechado las horas de luz, las horas de sol; por cierto muy intenso, hoy ha hecho mucho calor, han aprovechado esas horas para ver a sus amigos, para comprobar que los suyos, que sus seres queridos están bien, que están tranquilos, con los suyos, para comprar algo de comida. Desde hace dos horas todos han tenido que regresar a sus casas porque sabían lo que se avecinaba. Las sirenas suenan minutos antes del ataque para avisar que éste se va a producir. En ese momento, siempre que suenan las sirenas los soldados que yo tengo frente a mí salen corriendo a sus puestos que son las montañas de sacos de arena, las barricadas.*

Tras las sirenas han transcurrido unos siete minutos y es cuando hemos podido contemplar en el cielo los destellos de los antiaéreos lanzados por los iraquíes, siempre en diagonal, los han visto en el norte.

Cierre: *Ahora los estoy viendo en la orilla izquierda del río Tigris. Estoy viendo y oyendo como caen bombas, grandes bombas en el norte de Bagdag en este momento. Están bastante lejos de aquí yo estoy justo en el corazón de Bagdag. Esta es la situación que se vive ahora mismo en la zona.*

Los documentos sonoros o cortes de voz.

La coherencia interna del boletín también afecta a la selección y distribución de los documentos sonoros en los géneros empleados en el boletín.

Ya comentábamos que el periodista cuenta con dos modos de reflejar en su información con los datos que le proporciona la fuente: las citas directas y las indirectas:

a) Las citas indirectas: Se emplean cuando el propio periodista se encarga de reproducir en el boletín las declaraciones realizadas por algún personaje porque por algún motivo no le es posible ofrecer el documento original. Esta situación, influye negativamente en la comprensión del mensaje, puesto que el oyente puede confundir si lo

que está escuchando se corresponde con las palabras del periodista o del protagonista de la noticia. De ahí que Cebrián sostenga que el hecho de iniciar la noticia con la frase de una personalidad pronunciada directamente por el radiofonista sin ninguna otra indicación “se presta a la confusión y la audiencia toma la frase como algo propio que le dice el informador⁸⁸. Por tanto, el comunicador debe ser precavido en este sentido y destacar claramente cuándo las palabras corresponden a la fuente de información.

b) Las citas directas o citas con grabación: Son extractos de grabaciones de los protagonistas de la información o testimonios de los implicados en los hechos. Las citas con grabación facilitan la comprensión del género en el que se incluyan por las siguientes razones:

- Refuerzan la atención. Se produce una variación del estímulo sonoro. La alternancia de voces elimina la monotonía del discurso, mejora el ritmo y renueva la atención del oyente.
- Posibilitan más inferencias. Sitúan al oyente en la realidad misma del relato. Se elimina la mediación del periodista y, por tanto, se aumentan las posibilidades de realizar inferencias sobre la propia voz del protagonista.
- Colaboran con la memoria. Aporta, redundancia al mensaje, lo que favorece la retención en la MCP facilitando la comprensión y el recuerdo de la noticia.

⁸⁸ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 385.

Pero para que las citas de voz resulten eficaces han poseer unas determinadas características. La primera de ellas y prioritaria afecta a los factores psico-físicos que estimulan la atención del oyente. Recordemos que para que un estímulo pueda ser atendido por el receptor debe poseer unas características psicoacústicas adecuadas en cuanto a tono, intensidad, duración y timbre y debe manifestarse con la suficiente fuerza.

Por otro lado, puesto que el ser humano sólo es capaz de atender a un número limitado de estímulos de entre todos los que le rodean, la declaración sonora debe escucharse con la máxima precisión evitando interferencias técnicas o mezcla con otras voces que no son la protagonista.

En conclusión, estas dos condiciones se resumen en que los cortes de voz deben mantener una calidad de sonido excelente. La cita ha de ser perfectamente audible de modo que posibilite su correcta audición, que, como sabemos, constituye el paso previo a la escucha. Es una de las características ineludibles que define Rodero. Junto a ella, la autora destaca las siguientes⁸⁹:

- a) *Aspectos formales*: Los cortes de voz no deben finalizar con tonema ascendente, puesto significa que la declaración de la fuente informativa no está finalizada.
- b) *Aspectos de contenido*: Los cortes de voz deben añadir información o reforzarla con explicaciones. No deben repetir

⁸⁹ RODERO ANTÓN, Emma: *Op. cit.*, p. 198.

aquello que afirma el locutor. Las citas *in voice* recogen lo que sólo pueden decir otros, no aquello que puede decir sin problemas el periodista. Por tanto, son preferibles las interpretaciones u opiniones que los datos:

Las citas seleccionadas han de tener relación directa con la información en la que se van a incluir —‘raccord de contenido’— y descartar declaraciones innecesarias o poco justificadas que puedan derivar en confusiones⁹⁰

De la misma opinión es Prado quien sostiene la importancia de seleccionar muy bien las grabaciones:

Para poder incluirlas en la noticia, las citas directas deben reunir unas cualidades expresivas similares a las exigidas para los textos radiofónicos. Si no exponen ideas claras y concisas producen el efecto contrario al deseado⁹¹.

Es necesario presentar adecuadamente las grabaciones⁹²:

⁹⁰ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 60.

⁹¹ PRADO, Emilio: *Op. cit.*, p. 52.

⁹² Cfr. SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, pp. 60-61. Para Soengas existen algunas excepciones. Por ejemplo, las grabaciones de personas desconocidas. En principio, carecen de valor informativo salvo que se busquen opiniones generales. En este caso, no hace falta explicar la identidad de los personajes pero en cambio sí conviene indicar a los oyentes el origen de los testimonios.

En primer lugar, se ha de identificar correctamente a la fuente (raccord de presentación), para que no haya lugar a confusión y se desvíe la atención del oyente.

En segundo lugar, se introduce la grabación de modo que se anticipe el contenido y se prepare al oyente para recibirlo. En este sentido, caben dos opciones:

1. Se realiza un breve adelanto del contenido de la cita (raccord de exposición). En nuestra opinión, debe hacerse siempre y cuando la declaración sea muy importante pero que no sea del todo comprensible, de otro modo resultaría excesivamente redundante.

2. El periodista finaliza el texto previo a la declaración con las mismas palabras o con términos similares a la frase que encabeza la cita (“raccord de repetición de inicio”). En último lugar, aunque parece poco aconsejable, dada la breve duración del boletín, se cierra la cita de modo que el periodista repita las últimas palabras que contiene la grabación antes de continuar con el siguiente párrafo o con la información nueva (“raccord de repetición de final”).

- c) *Duración.* Se aconseja que los cortes de voz tengan una duración proporcionada al texto del género donde se incluya. Por regla general se recomienda no superar los treinta segundos, pasado este tiempo el oyente perderá el

centro de la información, proporcionada por el periodista, no por el declarante.

Otro aspecto importante de los documentos sonoros que guarda relación con la coherencia interna es el orden de colocación de los mismos. En líneas generales, se recomienda situar el corte en el desarrollo de la noticia, aunque también algunos autores como Martínez Costa, no rechazan la posibilidad de empezar la noticia con una grabación:

Puedes comenzar una información con un corte de voz para dar mayor impacto al arranque de tu relato y captar la atención del oyente; pero siempre que, inmediatamente después, atribuyas las palabras a su fuente y a su contexto⁹³.

En términos de comprensión, a nuestro modo de ver, esta opción hay que someterla a importantes matices. En primer lugar, si no hay introducción, la posibilidad de llamar la atención y redundar sobre lo que se va a escuchar no existe, por tanto, si el oyente no está atento desde el principio pierde la oportunidad de escuchar la declaración. Además, el oyente puede atribuir ese corte de voz a la narración de la noticia anterior. En segundo lugar, si la declaración se coloca al final de la información, el periodista no tiene la oportunidad de redundar sobre ella, en el caso de que fuera importante, ni de intervenir entre una noticia y otra, lo que podría confundir al oyente; el periodista debe “recoger” las declaraciones y posteriormente continuar con la noticia, de otra forma el oyente perdería el hilo conductor del boletín.

⁹³ MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar: “El proceso de escritura de la Información Radiofónica”, en MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar: *Op. cit.*, p. 111.

Del mismo modo, en el caso de que la noticia fuera especialmente relevante y hubiera más de un documento sonoro, los cortes se deben distribuir a lo largo del desarrollo a medida que lo vaya exigiendo el planteamiento o el hilo argumental y la propia atención del oyente.

En este sentido, puede ser útil acudir al concepto de contraste temporal⁹⁴. El contraste temporal nos permite diferenciar las duraciones de las distintas partes que pueden integrar un determinado género radiofónico. Para que la estructura no se haga por completo previsible, resulta recomendable variar tanto la combinación de los elementos, en este caso, la alternancia de voces y los cortes de voz, y sus respectivas duraciones. De este modo, habrá que evitar que la duración del texto que narra el locutor sea similar a la duración del corte de voz y que estas declaraciones no se introduzcan a intervalos regulares. Éste sería un ejemplo sin contraste temporal:

- Locutor: 15 segundos.
- Corte de voz: 12 segundos.
- Locutor: 16 segundos.
- Corte de voz: 15 segundos.

En cambio, podemos variar la estructura de esta información dotándola de contraste temporal, de esta manera:

⁹⁴ RODERO ANTÓN, Emma: *Manual práctico para la realización de entrevistas y reportajes en la radio*. Cervantes, Salamanca, 2001, p. 173.

- Locutor: 20 segundos.
- Corte de voz: 5 segundos.
- Locutor: 15 segundos.
- Corte de voz: 10 segundos.
- Locutor: 8 segundos.

Así pues, vistos los elementos que hay que tener en cuenta para dotar de coherencia a la estructura del boletín, veamos cuáles son ahora los determinantes de la cohesión.

4.2. La estrategia de cohesión en el boletín horario.

Definíamos la estrategia de la cohesión como el conjunto de reglas que relacionan y conectan las distintas unidades del discurso. Por tanto, aquellas que le proporcionan unidad.

Es la propiedad de un texto o discurso que manifiesta, mediante elementos lingüísticos, la relación que cada frase o segmento del texto tiene con las demás para asegurar la comprensión del significado completo de todo el texto. Mediante los mecanismos lingüísticos de cohesión (...) se garantiza la interpretación del texto del discurso y se refuerza su coherencia⁹⁵.

⁹⁵ ALCOBA, Santiago (coord.): *La oralización*. Ariel, Barcelona, 1999, p. 41.

Por tanto, su objetivo fundamental es ayudar al oyente a que reconozca e interprete el discurso como un mensaje global y conexo. La estrategia de cohesión aplicada al boletín radiofónico implica que el emisor debe proporcionar a las unidades que lo componen una relación externa e interna.

De esta manera, definimos la cohesión externa como la conexión que se establece en la unidad superior del boletín, es decir, la unión entre las distintas informaciones que lo integran. Por su parte, la cohesión interna sería la conexión que afecta al nivel inferior, es decir, a las oraciones.

4.2.1. La cohesión externa: las transiciones entre informaciones contiguas.

Puesto que la cohesión externa afecta a la unidad superior del programa, cuando realizamos la aplicación al boletín radiofónico, hemos de estudiar la unión entre noticias contiguas y, por tanto, las transiciones que tratan de establecer una relación entre ellas.

Cuando el periodista elabora el boletín, ha de establecer transiciones entre las informaciones adyacentes para que el oyente identifique el programa como un mensaje global y conexo. Se trata de un asunto un tanto complejo si tenemos en cuenta, como ya hemos visto, que este tipo de programa está formado por noticias con temas muy variados. Por eso es importante que ponga especial cuidado en

seleccionar correctamente el tipo de transición que va a establecer entre una y otra noticia.

A la hora de realizar este proceso, el periodista ha de cumplir con algunos de los objetivos que definen la estrategia comunicativa de cohesión aplicada a la comprensión del oyente:

1. Captar, recuperar relajar y dirigir la atención. Recordemos que el oyente necesita mantener su organismo en estado de alerta si quiere decodificar las informaciones de forma eficaz. Pero éste no es un asunto fácil porque, según De Vega, los estados de alerta se caracterizan por oscilar considerablemente presentando distintas fluctuaciones que se manifiestan principalmente —en opinión de García, Rubenstein y Orjales⁹⁶— en situaciones en las que el sujeto tiene que reorientar su atención de forma apropiada porque se ha distraído o porque tiene que atender a varios estímulos a la vez. Precisamente, como ya hemos estudiado, esto es lo que ocurre en el caso de la recepción radiofónica. El periodista tendrá entonces que utilizar sus recursos, en este caso, las transiciones, para captar y dirigir la atención del oyente, hacia las informaciones que le interesen.

Las transiciones de sección son importantes por distintas razones. Primero, ayudan a que la audiencia siga el flujo del discurso. Si todos los miembros de la audiencia fueran capaces

⁹⁶ ARBIETO TORRES, Kenny: “La atención”, en www.psicologia.com: *Psicología de la Educación para padres y profesionales*.

de poner el 100 por ciento de su atención a cada palabra, entonces quizás las transiciones de sección no serían necesarias. Pero al subir y bajar la atención de la gente durante un discurso, con frecuencia se encuentran preguntándose a sí mismos dónde están. Las transiciones de sección se los dicen⁹⁷.

El periodista buscará de esta manera a lo largo del boletín recuperar la atención del oyente cada cierto tiempo.

Por otro lado, ya explicamos, que la atención es un sistema limitado. Por este motivo, después de recibir una sobrecarga de estímulos —bien por un exceso de información, una velocidad de lectura demasiado rápida o por la presencia de un estímulo repetitivo— la atención del oyente necesita un respiro. De este modo, la atención activa —o *atención sostenida*, según Kirby y Grimley⁹⁸— empleada hasta entonces por el oyente, desembocará en un tipo de atención pasiva —denominada también *atención dividida*—. Lo que trasladado al ámbito radiofónico supone que el oyente pasará de la actitud de escuchar a la de oír. De esta manera, antes de alcanzar este estadio, las transiciones deben ayudar al profesional de la radio a facilitar esos momentos de distensión que impidan que la escucha sea tan sólo una mera audición.

2. Reforzar y orientar la memoria. Ya dijimos que la atención es uno de los factores asociados al buen funcionamiento de la

⁹⁷ VERDERBER, Rudolph: *Op. cit.*, p. 326.

⁹⁸ ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

memoria. Por esta razón, los problemas derivados de su inestabilidad pueden repercutir negativamente en la memoria del oyente radiofónico. El periodista que elabora un boletín debe contar con que la capacidad de almacenamiento de la MCP también es limitada, por lo que debe utilizar todos sus recursos para reforzarla. Por ejemplo, puede aprovechar los beneficios que aporta una de las técnicas a las que recurre la memoria cuando almacena y recupera información: el “detalle dominante”. Como ya explicamos, a través de esta técnica memorística, el sujeto selecciona un dato importante del mensaje que le sirve de guía para almacenar el resto del material expuesto. Por tanto, el periodista ha de saber que la memoria del oyente radiofónico puede almacenar y recuperar con más facilidad aquellos datos o informaciones que se han resaltado o reiterado de algún modo en el texto, por ejemplo, a través de las transiciones.

Las transiciones de sección son importantes en ayudarnos a retener la información. Podemos recordar muy bien algo que se dijo alguna vez en un discurso. Pero es probable que nuestra retención aumente de una manera muy intensa si escuchamos algo más de una vez. Así que, si proyectamos muchos puntos principales, después formulamos cada uno de ellos y hacemos transiciones entre cada punto, no solamente es más probable que las audiencias nos sigan, sino que también es probable que recuerden la organización⁹⁹.

⁹⁹ VERDERBER, Rudolph: *Op. cit.*, pp. 326-327.

Por tanto, las transiciones pueden servir como guía que renueve y dirija la atención de los oyentes hacia la parte fundamental del mensaje.

3. Aumentar la velocidad de procesamiento. De la misma manera que puede favorecer la memoria, la atención también influye positivamente en la velocidad de procesamiento. En este sentido, recordemos que algunas de las investigaciones de Donald Norman concluyen que el objeto al que se atiende se conserva mejor, es más claro y llega a la conciencia más rápidamente que los objetos a los que no se atienden: la atención influye sobre la retención, la claridad y el tiempo de reacción¹⁰⁰. En este sentido, las transiciones se pueden convertir en muchos momentos en reclamos de la atención del oyente y, con ello, pueden contribuir a aumentar la velocidad de procesamiento.

4. Favorecer el procesamiento a nivel pragmático. Las transiciones ayudan favorecer el procesamiento a nivel pragmático de las noticias en dos sentidos:
 - a) El oyente ha de reconocer el conjunto de informaciones que componen el boletín como elementos pertenecientes a la misma unidad programática. Por tanto, el periodista ha de colaborar en el procesamiento global del boletín aportando

¹⁰⁰ NORMAN, Donald A.: *El procesamiento de la información en el hombre. Memoria y atención*. Paidós, México, 1988, pp. 24-28.

continuidad en el relato informativo a través de las transiciones. Como recordaba De Vega se puede hacer procurando un solapamiento de argumentos entre las proposiciones que integran el texto, lo que produce una continuidad en la narración que facilita su procesamiento”¹⁰¹.

- b) El oyente ha de reconocer cada una de las informaciones de forma independiente. Cada una de las informaciones constituye una unidad dentro de otra unidad superior que es el boletín. Por tanto, además de ayudar a comprender el programa de forma global, el periodista ha de delimitar correctamente las unidades significativas —las informaciones— que constituyen el boletín horario, de forma que el oyente reconozca con claridad el comienzo y final de cada una de ellas. El comunicador deberá colaborar, por tanto, en la segmentación del discurso global del boletín. La habilidad de reconocimiento por parte del oyente depende en buena medida de este proceso.

Como ya explicamos, el periodista puede relacionar las informaciones a través de los elementos de cohesión o transiciones que actúan en el boletín a modo de separaciones, enlaces o pasarelas entre noticias o grupos de noticias. Se emplean para que el oyente pueda recibir la información de manera más fluida y se posibilite así

¹⁰¹ De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, pp. 406-407.

una comprensión más sencilla y rápida del conjunto de informaciones que constituyen el boletín. Veamos porqué:

En primer lugar, uno de los efectos más importantes que producen las transiciones —independientemente del tipo que sean— es que favorecen la anticipación del oyente y, por tanto, su atención. Es la llamada *referencia anafórica* que menciona Alcoba como “la relación que se establece entre una unidad o expresión lingüística y la entidad real, textual o contextual, a la que esta expresión se refiere”¹⁰².

Gracias a esta habilidad, el sujeto es capaz de prever una situación y, por tanto, puede prestar mayor atención e interés sobre lo que viene a continuación. Del mismo modo, según recordaba Titchener, uno de los efectos inmediatos de la atención consiste en hacer percibir, concebir, distinguir y recordar con más claridad. Por eso, las transiciones, al tiempo que estimulan la atención, también pueden incidir en el desarrollo de otros procesos psicológicos.

En segundo lugar, el empleo de transiciones puede generar en el oyente un estado de *alerta fásica*. Recordemos que, según De Vega, este tipo de alerta, mantiene al oyente en “un estado transitorio de preparación para procesar un estímulo en una situación específica”¹⁰³. De este modo, las transiciones, pueden causar un estado de *alerta fásica* en la medida que “advierten” al oyente que va a recibir un cambio de estímulo en un breve espacio de tiempo.

¹⁰² ALCOBA, Santiago (coord.): *Op.cit.*, p. 41.

¹⁰³ De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 124.

En tercer lugar, el empleo de las transiciones sean lingüísticas, musicales o paralingüísticas, ayuda al oyente a segmentar el discurso global del boletín en las unidades significativas que constituyen las informaciones. Por tanto, las transiciones favorecen la identificación y reconocimiento de las informaciones como unidades independientes.

Estas son las principales aportaciones que, a través de la estrategia de cohesión externa se pueden aplicar al boletín radiofónico. Junto a ellas, podemos recoger algunas más en función del tipo de transición que estemos aplicando. En este sentido, distinguimos tres tipos de elementos de cohesión o transiciones: nexos lingüísticos o transiciones habladas, nexos musicales o transiciones con efectos sonoros y nexos paralingüísticos o transiciones con pausa. Vamos a analizar cada una de ellas.

Nexos lingüísticos o transiciones habladas.

Para Pedrero, las transiciones habladas son las “frases que actúan como lazos o puentes de unión verbal entre una información concluida y la que sigue”¹⁰⁴. Sea frase o palabra, el nexo lingüístico encabeza una información y prepara al oyente para oír una determinada noticia o grupo de noticias. El nexo lingüístico contextualiza de forma muy breve la información y relaciona aquellas noticias contiguas que posean algún rasgo común, ya sea en función de criterios geográficos, temporales, de actualidad, temáticos o, por ejemplo, protagonizados por personas que mantengan algún tipo de

¹⁰⁴ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: “Programación informativa en la radio generalista”, en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Op. cit.*, p. 277.

relación. De esta forma, el periodista puede emplear los siguientes nexos lingüísticos:

- Se enuncia la **procedencia geográfica** de la noticia y seguidamente se procede a contar lo sucedido en ese lugar. Sería el caso de una información que comenzase de la siguiente manera: *Perú. Los manifestantes han salido a las calles para protestar (...).*
- Se enuncia el nombre del **bloque** en el que se va a incluir una noticia o grupo de noticias que poseen la misma temática: *Deportes. El presidente del Barcelona ha decidido finalmente (...). La actualidad económica nos traslada a (...).*
- Se utilizan **marcadores textuales** que resuman brevemente la información. Éstos no deben sobrepasar las tres palabras y han de ser inequívocos, escuetos, concretos y consecuentes con la información que anticipan. Estos son algunos ejemplos: *Entierro en Elche. Doscientas personas despiden al empresario alicantino Julián Gorospe Sánchez (...). Día del voluntariado. Se celebra mañana bajo los auspicios de la ONU. La ministra (...).*
- Se **enlaza una noticia con otra**, estableciendo algún nexo en común: *Sin salir de Alicante (...). También en nuestro país (...).*

Los nexos lingüísticos o transiciones habladas ayudan a establecer la cohesión del boletín en la medida en que los oyentes han de realizar un menor esfuerzo cognoscitivo para comprender las informaciones. Esto es así, además de por las razones comunes a todas las transiciones, por otras que se atribuyen de forma especial a este tipo de nexos:

En primer lugar, cuando el periodista utiliza una transición lingüística está destacando un aspecto importante de la noticia. De este modo, favorece la estabilidad de la atención, esencialmente, por dos motivos:

- a) Recordemos que gracias a la habilidad de la selección el oyente puede extraer los datos esenciales de la información que recibe e ignorar aquellos que no le parecen importantes. El periodista puede colaborar con dicha habilidad cuando destaca un aspecto relevante de la información a la vez que le otorga una nueva perspectiva. Ya lo decía Rubenstein¹⁰⁵: la estabilidad de la atención se obtiene cuando se descubren en el estímulo nuevas facetas, aspectos y relaciones.
- b) Favorece la técnica memorística del “detalle dominante”. Mediante la habilidad de la selección, el oyente se apropiará del “detalle dominante” de la información —el que ha destacado el periodista a través del nexo lingüístico— y lo

¹⁰⁵ Cit. en ARBIETO TORRES, Kenny: *Op. cit.*

utilizará como guía para almacenar el resto del material expuesto.

En segundo lugar, los nexos lingüísticos ayudan al oyente a segmentar el discurso global del boletín en las unidades significativas que constituyen las informaciones. Gracias a este tipo de transiciones, el oyente puede percibir sin confusión que se va a cambiar de contenido, que va a dar comienzo nueva noticia —*alerta fásica*—. En definitiva, los enlaces lingüísticos facilitan al oyente el seguimiento del discurso del programa informativo:

A veces se llama a esas transiciones “pasadores de enganche” en la información radiofónica. Enganchan una noticia a la siguiente. He aquí algunos ejemplos: “Entretanto, en nuestra ciudad o en cuanto a las noticias del mundo de los deportes”, o simplemente “En cuanto a los deportes”. Esas transiciones ayudan a introducir un asunto nuevo. Tocan un timbre que advierte al radioescucha que el noticiario está cambiando de asunto. Constituyen un recurso más que pueda emplearse para que la información se entienda más fácilmente¹⁰⁶.

En tercer lugar, encabezar las informaciones con un nexo lingüístico, implica favorecer el procesamiento a nivel pragmático del discurso y de cada unidad informativa en particular.

- a) Las transiciones habladas proporcionan unidad al conjunto de informaciones, lo que favorece el procesamiento global del boletín.

¹⁰⁶ NEWMAN, John F.: *Periodismo radiofónico*, LIMUSA, Méjico, 1991, p. 63.

Gracias a las transiciones se consigue que el relato de noticias que recoge un boletín adquiera una cierta unidad gramatical y, sobre todo, semántica, en tanto que aparece al oyente como un resumen hilvanado de los hechos que cada hora merecen su atención, por más heterogénea que resulte su procedencia geográfica y temática.¹⁰⁷

- b) El hecho de que la noticia se presente contextualizada, aunque sea de forma muy breve, ayuda al oyente a ubicarse, tanto geográfica como temáticamente; un aspecto que puede mejorar la comprensión del contenido informativo.

Las transiciones son nexos meramente funcionales. Consisten en una frase breve o en un elemento sonoro que prepara para oír una determinada noticia o bloque de noticias indicando de dónde se viene, dónde está y adónde se va¹⁰⁸.

En cualquier caso, la mayor parte de los autores radiofónicos coinciden en que todas las transiciones, adopten la forma que adopten, deben emplearse con cautela, lo que significa que el comunicador debe tener cuidado en no asociar artificialmente dos informaciones que no tienen nada que ver entre sí. El mayor problema con el abuso de transiciones habladas reside en que, en un esfuerzo por crear cierta continuidad entre noticias absolutamente dispares, el periodista puede

¹⁰⁷ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: *Op. cit.*, p. 279.

¹⁰⁸ MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar: *Op. cit.*, p. 115.

forzar el nexo de unión al relacionar informaciones que no tienen nada que ver, lo que puede afectar negativamente en la comprensibilidad y originar artificios que introducen asociaciones inexistentes en las noticias. Por eso, algunos autores como Pedrero recomiendan a los periodistas naturalidad e imaginación:

Las transiciones han de ser naturales entre noticias con una mínima relación (del mismo ámbito geográfico o temático, o protagonizada por personas con un denominador común) o, al menos, que concurren temporalmente. Si a una información le sucede otra de contenido opuesto, la transición verbal incrementa su dificultad, y dependiendo de la imaginación o la experiencia del redactor, presenta el peligro de convertirse en vulgares muletillas repetidas una y otra vez¹⁰⁹.

De ahí que el periodista deba poner especial cuidado en el uso de las tópicas y poco recomendables expresiones: *En otro orden de cosas (...), Cambiamos de asunto (...)*, que de ningún modo cumplen con el propósito de las transiciones.

Nexos musicales o transiciones con efectos sonoros.

Los efectos sonoros —caretas, golpes o ráfagas— también participan en la cohesión externa del boletín horario. Su utilización en este programa informativo está indicada cuando establece una división entre bloques o entre informaciones contiguas.

¹⁰⁹ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: *Op. cit.*, p. 277.

Los boletines suelen ir encabezados por componentes identificadores como, por ejemplo, caretas, que además de informar al oyente sobre qué programa está escuchando aportan continuidad informativa en el conjunto de la programación. Dentro del programa, se emplean los golpes o ráfagas como elemento de unión entre informaciones. A continuación, analizamos algunas ventajas que presenta el empleo de estos enlaces.

En primer lugar, los nexos musicales empleados correctamente, producen una variación del estímulo sonoro y, como tal, un cambio de ritmo en el relato de noticias. Esta circunstancia evita la cadencia monótona del discurso y, como consecuencia, se puede recuperar la atención del oyente. Recordemos que De Vega¹¹⁰ sostiene que se necesita una variación del estímulo para mantener el estado de alerta del sujeto.

En segundo lugar, las transiciones con efectos sonoros, al ser elementos meramente funcionales, puesto que no transportan carga informativa alguna, pueden servir para relajar durante unos segundos la atención del oyente y asimilar lo que se acaba de escuchar. De otro modo, el estado de alerta disminuiría durante unos segundos, de modo que la *atención sostenida* se tornase en una *atención dividida*, estableciéndose así el tránsito de la escucha a la simple audición.

En tercer lugar, los nexos musicales permiten al oyente segmentar y, por tanto, reconocer bloques o grupos de noticias consecutivas que posean un denominador común. Por eso, para

¹¹⁰ De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, p. 125.

algunos autores radiofónicos, los enlaces musicales son especialmente útiles porque el oyente, cuando los escucha y es capaz de reconocerlos, entiende que el emisor va a cambiar de noticia, sección o bloque —*alerta fásica*—:

*Suponen una transición limpia entre dos bloques que ayuda al oyente a identificar cada uno de ellos y que, además, permite descansar durante unos segundos la atención centrada en el informativo. Son, por otra parte, una estupenda forma de recuperar el ritmo que se va perdiendo a lo largo de una sucesión de noticias*¹¹¹.

En cuarto lugar, el nexo musical puede resultar un elemento familiar para el oyente y, como tal, puede ayudarle a reconocer el programa y la emisora que está escuchando. El hecho de que las caretas, los golpes o las ráfagas sean siempre los mismos y configuren el estilo fijo del boletín, aumenta el grado de previsibilidad del oyente, lo que le permite fijar su atención en los contenidos y mejorar su comprensión: “de esta manera el oyente reconocerá la emisora y además el programa específico que desea escuchar”¹¹².

En el boletín resulta más apropiado colocar los golpes o las ráfagas antes del bloque de breves o también antes de los deportes en el caso de que sean bloques habituales del boletín. En este sentido, Pedrero opina que el empleo de estos efectos es imprescindible sólo cuando el boletín está conducido por una sola voz, ya que, en su opinión, “la alternancia en la narración de las noticias —una voz

¹¹¹ SÁNCHEZ GUTIÉRREZ, Rosalía: *Op. cit.*, p. 121.

¹¹² CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 475.

masculina y otra femenina, por ejemplo— resuelve sin necesidad de otros aditivos la necesaria distinción entre los sucesivos contenidos informativos”¹¹³.

En cualquier caso, como ocurre con otro tipo de transiciones, no conviene abusar tampoco de los nexos musicales, ya que la excesiva o desproporcionada inclusión de golpes o ráfagas puede romper el equilibrio del relato informativo.

Nexos paralingüísticos o transiciones con pausa.

Las transiciones con pausa también colaboran en la construcción de la estrategia comunicativa de la cohesión. Se trata de aplicar el denominado “modelo BBC” o estilo directo. Consiste en que las informaciones se enuncian, y entre una y otra, sólo existe una inflexión de voz o pausa muy breve, es decir, se pasa de una noticia a otra sin realizar ningún tipo de indicación verbal.

Para algunos teóricos de la radio, como Cebrián, ésta es la fórmula más adecuada: “es preferible suprimir tales formas de enlace y pasar directamente de una noticia a otra o de un aspecto de la noticia a otro”¹¹⁴. Del mismo modo, otros autores, como Hills, son rotundos al afirmar que las transiciones con pausa constituyen el modo más claro de marcar el punto y final de las informaciones:

No creo ser el único radioyente que considera abominable la intercalación entre una noticia y otra de sintonías de

¹¹³ PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: *Op. cit.*, p. 277.

¹¹⁴ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 395.

separación, ráfagas de música o lo que sea. Una pausa de un par de segundos marca el final de una noticia y el comienzo de la siguiente con mayor claridad que cualquier efecto sonoro y además proporciona al oyente el momento necesario para reflexionar sobre lo que ha oído y visto y para asegurarse mentalmente de que lo ha oído bien¹¹⁵.

Así pues, las pausas entre noticias también pueden ayudar al oyente a comprender con facilidad el discurso informativo del boletín. Las razones son idénticas a las que justifican el uso de transiciones musicales como elementos de cohesión eficaces. En cualquier caso, destacamos un argumento nuevo que se suma a los anteriores: las transiciones con pausas constituyen una forma muy eficaz de obtener una locución más ágil y dinámica:

Las pausas ejercen una función indicativa sobre los comienzos y los finales de los programas (superestructura), de un determinado género (hiperestructura) o los principios y términos de la introducción de cualquier elemento del lenguaje radiofónico (estructura externa) o un giro dentro de un género concreto (estructura interna). Esto significa que, además de la función prosódica delimitadora, las pausas se convierten en verdaderos instrumentos de generación de estructuras rítmicas¹¹⁶.

¹¹⁵ HILLS, George: *Los informativos en radiotelevisión*. IORTV, Madrid, 1987, p. 142.

¹¹⁶ RODERO ANTÓN, Emma: *Locución Radiofónica*. IORTV y Universidad Pontificia, Madrid, 2003, p. 219.

Una vez estudiadas las transiciones que contribuyen a dotar de cohesión externa al boletín, analizamos ahora como actúa esta estrategia comunicativa en un nivel interno.

4.2.2. La cohesión interna: la unión entre oraciones contiguas.

Puesto que la cohesión interna afecta a la microestructura del programa, cuando realizamos la aplicación al boletín radiofónico, hemos de estudiar las uniones internas que se realizan, no ya entre informaciones, sino dentro de los distintos géneros que las estructuran.

El periodista ha de establecer uniones internas o elementos de cohesión internos entre las diferentes oraciones que componen una misma información para que el oyente identifique cada noticia como un mensaje íntegro y coherente. A la hora de construir la cohesión interna del boletín, el periodista ha de cumplir con algunos de los propósitos que definen esta estrategia comunicativa:

1. Favorecer el procesamiento a nivel léxico y fónico. Dos argumentos sostienen este objetivo:

- a. *Facilitar el acceso léxico y fónico.* Como ya comentamos, uno de los aspectos más relevantes de la teoría del *modelo de "cohorte"* de Marslen y Wilson¹¹⁷ es

¹¹⁷ Se trata de un modelo que explica cómo se accede al significado del léxico. Cfr. BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Procesos psicológicos básicos*. Editorial Universitas, Madrid, 1998, pp. 579-580.

que el reconocimiento de palabras se produce gracias a la coordinación de dos informaciones diferentes: la que proviene de la información sensorial y la que llega desde la información derivada del contexto. Ésta última favorece la selección de palabras ya que ayuda a discriminar el resto de aspirantes a la “cohorte”. De esta forma, se favorece el procesamiento léxico y fónico en la medida en que el periodista contextualiza su información con este tipo de nexos.

- b. *Mejorar el tiempo de reconocimiento de palabras.* En este sentido, es necesario recordar el *efecto de priming o de preparación*. Según Belinchón, Igoa y Rivière, la presentación de ciertos estímulos léxicos que anteceden a una palabra pueden facilitar o dificultar su reconocimiento. El *priming de repetición* consiste en facilitar el reconocimiento de aquellas palabras que se ha presentado con anterioridad, el *priming semántico*, también ayuda a reconocer un vocablo siempre y cuando le anteceda una palabra que pertenezca al mismo campo semántico y el *priming contextual*, colabora con el reconocimiento léxico en la medida que el fragmento de la oración que antecede a la palabra en cuestión produce efectos previsibles sobre ella. Por tanto, las uniones internas puede conseguir la mayor parte de los efectos anteriores.

2. Favorecer el procesamiento a nivel fónico, sintáctico, semántico y pragmático. Recordamos en este sentido dos recomendaciones que debe seguir el periodista para lograr este objetivo: a) Según Van Dijk, un texto goza de *coherencia lineal* cuando existe una conexión o concordancia interna y externa entre las oraciones que componen el texto: “lo que parece ocurrir es que durante la comprensión del lenguaje, el proceso sintáctico y semántico se realiza simultáneamente”¹¹⁸, por lo que si se facilita el buen funcionamiento del primero, gracias a la concordancia interna, también se estará colaborando en el buen funcionamiento del segundo. b) La continuidad en el relato favorece su procesamiento, como nos recuerda De Vega¹¹⁹. Por tanto, a través de las uniones internas se mejora el funcionamiento del nivel fónico, sintáctico y, con ello, del semántico, mientras que la continuidad interna del relato favorece la comprensión pragmática.

3. Colaborar con el buen funcionamiento de la MCP. Recordemos que la MCP o memoria operativa es el tipo de memoria —con capacidad limitada— en la que el oyente almacena durante breves instantes aquellos datos que necesita para asegurar la comprensión del discurso que escucha. Según recordaba Baddeley, su función principal consiste en “prolongar brevemente los estímulos, con el fin de asegurar su

¹¹⁸ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 583.

¹¹⁹ De VEGA, Manuel: *Op. cit.*, pp. 406-407.

procesamiento posterior”¹²⁰. Por tanto, el periodista habrá de evitar, la saturación de la MCP, de modo que el oyente pueda transferir la información a la siguiente fase o almacén de memoria: la MLP. Ésto se consigue gracias a la *coherencia causal* que facilitan los nexos lingüísticos y que supone uno de los factores intrínsecos del texto. Las investigaciones han revelado que la dependencia causal entre las escenas contadas en una narración es un factor relevante en la estructura de un texto. Por tanto, es más fácil comprender y recordar aquellos eventos que guardan alguna relación causal entre ellos. En general, la información almacenada en la MCP se pierde en menos de medio minuto —entre quince a treinta segundos, a menos que, —como indicaban Ellis y Hunt¹²¹—, la información sea reiterada o repasada —redundancia— a través de nexos internos del texto.

Para lograr los objetivos anteriores, el periodista puede recurrir a alguno de los dos tipos de elementos de cohesión interna: los nexos lingüísticos entre oraciones adyacentes y los nexos fonológicos y fonéticos. Veamos cada uno de ellos por separado.

¹²⁰ Cit. en BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, p. 412.

¹²¹ LAHEY, Benjamín B.: *Introducción a la psicología*. McGraw-Hill, Madrid, 1999, p. 265.

Nexos lingüísticos entre oraciones adyacentes.

Huertas y Perona destacan los siguientes tipos de nexos lingüísticos¹²²:

- De *paralelismo*. Una y otra oración disponen de la misma información, es decir, la segunda redunda plenamente sobre la primera. Por ejemplo: *Titula el diario El Correo Español que Garaikoetxea no asistirá a la cena de gala tras la inauguración del museo Guggenheim por la presencia del rey. Ateniéndonos, por tanto, a lo que publica el periódico, el Presidente de Eusko Alkartasuna, no quiere compartir mesa y mantel con el monarca.*
- De *elaboración*. La primera oración expone una acción y la segunda explica uno o más detalles, además de redundar. Los autores ponen el siguiente ejemplo: *Mientras, en Francia han seguido las investigaciones y no se descartan nuevas detenciones. Las pesquisas se centran ahora en otros fotógrafos que estuvieron presentes en el lugar del siniestro, y que no fueron detenidos. El director de una agencia fotográfica francesa ha asegurado hoy, que dos de sus colaboradores que no han sido*

¹²² HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, pp. 52-53.

detenidos por la policía, fotografiaron a Diana de Gales agonizante tras el accidente.

- **Temporal.** Las acciones expresadas en dos frases consecutivas pueden interpretarse como seguidas en el tiempo, aunque no se diferencie el tiempo verbal de ambas. Por ejemplo: *El jugador ha llegado al aeropuerto esta misma mañana. El futbolista se ha acercado hasta el estadio del Bernabeu.*
- **Causal.** La segunda oración se entiende como consecuencia o causa de la primera. Este es uno de los ejemplos que aportan los autores: *Pero también hay aspectos negativos en este viaje. El presidente del Gobierno se ha encontrado con unos manifestantes al llegar al aeropuerto.*
- **De contraste.** La primera apunta un hecho y la segunda el contrario. Esta fórmula permite realizar comparaciones veladas. Por ejemplo: *Los equipos españoles son los que más medallas han ganado. Los jugadores británicos, de momento, han perdido en todas las pruebas.*

Podemos concluir entonces que los nexos lingüísticos ayudan a procesar la información en un nivel léxico, sintáctico, semántico y pragmático.

*Las conversaciones entre las personas están llenas de palabras y frases que tienen un único objetivo: ayudar a relacionar los pensamientos y las oraciones. Estas transiciones, tan útiles en una conversación, lo son también cuando se escribe para medios audiovisuales. Hay que evitar que los textos parezcan apergaminados y telegráficos*¹²³.

Por otro lado, los nexos lingüísticos entre oraciones adyacentes, ayudan a mejorar el tiempo de reconocimiento de palabras, en la medida que estimulan el llamado efecto de *priming* o de *preparación*. Si, por ejemplo, el periodista emplea el siguiente nexo lingüístico: *José Luis Rodríguez Zapatero va a almorzar con (...). **El presidente del Gobierno** despachará en Moncloa (...)* estará contribuyendo a:

- Facilitar el reconocimiento de aquellas palabras que se han presentado con anterioridad: *priming de repetición*. Por eso, para Alcoba, “se obtiene la cohesión textual del relato en la noticia a partir de la presencia constante del sujeto en la narración”¹²⁴.
- Ayudar a reconocer un vocablo siempre y cuando le anteceda una palabra que pertenezca al mismo campo semántico: *priming semántico*.

¹²³ OLIVA, Lluçia y SITJÀ, Xavier: *Las noticias en televisión*. Instituto Oficial de Radio Televisión Española, Barcelona, 1992, p. 130.

¹²⁴ Esta cohesión se puede conseguir: mediante mención directa (J.M.L.), por procedimientos pronominales anafóricos (*se, le su, que, quien*) y a través de sinónimos textuales (*vecino de El Barraco, dueño de una vivienda*). ALCOBA, Santiago (coord.): *Op. cit.*, p. 119.

- Colaborar con el reconocimiento léxico en la medida que el fragmento de la oración que antecede a la palabra en cuestión produce efectos previsibles sobre ella: *priming contextual*, Por tanto, las uniones internas puede conseguir la mayor parte de los efectos anteriores.

Junto a ello, los nexos lingüísticos favorecen la anticipación. Recordemos que, según Neisser, todos los oyentes realizan anticipaciones esquemáticas de los sonidos estructurados del lenguaje, debido a que dichos sonidos se escuchan como palabras distintas y separadas. Por esta razón, el contexto que proporciona el nexo, ayuda a identificar mejor las palabras, con lo que el oyente comprende mejor y con más rapidez el discurso.

Por último, los nexos lingüísticos colaboran con la MCP en la medida que funcionan como elemento redundante, asegurando que se mantenga activada la información esencial en la memoria, de manera que el oyente pueda seguir el relato con facilidad. En este sentido, no conviene utilizar algunas referencias anafóricas tales como *lo anteriormente*, *lo expuesto (...)* porque el oyente se vería obligado a recordar más cantidad de información que la que realmente puede almacenar en la MCP. Ya dice Núñez Ladéveze que cuanto más directas y menos reflexivas sean estas indicaciones, mejor, ya que el oyente no puede detenerse en palabras que le inviten a reflexionar y le obliguen a recuperar la información ya dicha.

Todo lo que sea facilitar la comprensión del texto evitando que se tenga que reflexionar sobre sus relaciones internas ayuda al intérprete porque el modo natural y menos artificioso de comprender los productos lingüísticos es siempre el directo¹²⁵.

Por tanto, este tipo de nexos colaboran con la MCP, puesto que constituyen un elemento de redundancia.

Los mensajes acústicos normales que el hombre ha imaginado y que utiliza hace milenios (palabra, música) comprenden una frecuente redundancia y se organizan de modo que se puedan comprender aun cuando los sistemas auditivos de los oyentes sean muy deficientes¹²⁶.

La redundancia se convierte así en otro factor clave que condiciona la memoria inmediata y que conduce, por asociaciones anteriores, a predecir o prever aquello que viene a continuación.

La redundancia tiene una triple función. Facilita el proceso de comprensión, al favorecer la retención en la MCP; propicia una mayor atención por parte de 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. El número de veces que ha de aparecer una idea mencionada depende de la duración del escrito¹²⁷.

¹²⁵ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Teoría y práctica de la construcción del texto: investigación sobre gramaticalidad, coherencia y transparencia de la elocución*. Ariel, Barcelona, 1993, p. 181.

¹²⁶ LEIPP, Émile: *La machine à écouter. Essai de psycho-acoustique*. Masson, Paris, 1977, p.124.

¹²⁷ HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 42.

No olvidemos, en este sentido, que la memoria humana es de naturaleza asociativa, es decir, es capaz de establecer enlaces y relaciones entre los elementos percibidos.

La redundancia en los boletines horarios está íntimamente ligada a dos aspectos fundamentales: la que resulta de la pura *reiteración* de los datos o las ideas y la que procede de la *previsibilidad* de la estructura narrativa global del programa.

Si atendemos al primer término, podemos decir que la redundancia consiste en la reiteración de aquellos datos o ideas que forman parte esencial de la información, con el objetivo de estimular los procesos de memoria y atención en el oyente de radio. Dicho así, parece algo muy sencillo. Sin embargo, algunos teóricos de la radio, como Soengas, advierten del peligro de una redundancia excesiva y monótona:

La redundancia es un elemento que consiste en reiterar una idea anterior dentro de la misma información, transformando el vocabulario y la estructura gramatical de la frase, para evitar crear una sensación repetitiva. Hay que recordar siempre que la redundancia se construye con la repetición de ideas, no de las palabras¹²⁸.

De esta forma, el empleo de una adecuada reiteración libra al oyente de recordar constantemente la idea principal, ayuda a introducir datos nuevos y contribuye a retomar el hilo de la información. Por tanto,

¹²⁸ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 45.

la exigencia de su uso es consecuencia de la atención intermitente que se presta al mensaje y la fragilidad de la memoria a corto plazo.

Pero, el comunicador radiofónico debe tener cuidado de no abusar de las reiteraciones, ya que podrían provocar el efecto contrario de forma que el oyente fijara solamente la atención en el elemento repetitivo:

*No se trata de repetir una y otra vez la misma cantinela, sino de reiterar los hechos y acciones principales del relato utilizando palabras y enunciados diferentes de forma que el oyente tenga oportunidad de recuperar su contenido*¹²⁹.

En la misma línea, Cebrián propone que “para obviar la repetición machacona de nombres se buscan sinónimos o mejor, el empleo del apellido, cuando la primera vez se haya usado el nombre, y el apellido cuando se trate de nombres propios”¹³⁰.

Una situación similar se plantea cuando el periodista se enfrenta al tratamiento de las enumeraciones o listados extensos imposibles de almacenar al completo en la MCP, una posible solución consistiría en redundar a través de resúmenes globalizadores. Éste puede aparecer al principio, es decir, antes del listado:

Ya son seis las provincias afectadas por la sequía: Málaga, Sevilla, Cádiz, Alicante,

¹²⁹ MERAYO PÉREZ, Arturo: “La construcción del relato...”, p. 107.

¹³⁰ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 389.

Almería y Murcia (...). (...) Entre los ausentes de este año, dos ex presidentes de gobierno: Felipe González y José María Aznar (...). (COPE 12-10-2004. Boletín 15:00h).

La frase global también puede situarse al final de la enumeración:

(...) Cristina Guarido, Mónica Lobato, Celia Fiz y Paula Marcos, las finalistas de la prueba de salto de altura (...).

El empleo adecuado de los resúmenes globalizadores beneficiaría la decodificación del mensaje al estimular una de las habilidades cognitivas implicadas en el proceso de comprensión: la anticipación.

Si tenemos en cuenta el segundo concepto, *previsibilidad o periodicidad previsible*, la redundancia en el lenguaje radiofónico se podrá entender como “previsibilidad de la probabilidad, previsibilidad de una continuación probable en la sucesión de los acontecimientos de la realidad radiofónica”¹³¹. De ahí que algunos teóricos de la radio, como Merayo, consideren que la redundancia es más efectiva cuantas más posibilidades tiene el oyente de predecir lo que viene a continuación: “un texto es más fácil de asimilar cuanto más previsible resulte”¹³².

¹³¹ BALSEBRE, Armand: *Op. cit.*, p. 159.

¹³² MERAYO PÉREZ, Arturo: “La construcción del relato...”, p. 107.

Existe una gran variedad de recursos retóricos basados en la repetición, pero sólo algunos de ellos son recomendables para los mensajes informativos. Veamos cuáles son los más aconsejados:

-Anadiplosis: Consiste en repetir la última parte de un grupo sintáctico de palabras al comienzo de la siguiente construcción con el objetivo de fijar y retomar la atención del oyente en un dato fundamental de la información. La anadiplosis resulta muy útil en los mensajes informativos, tal y como se puede comprobar en los siguientes ejemplos:

Y recordamos que Galicia es la región que puede estar más afectada por los fuertes vientos que se anuncian para las próximas horas. Vientos que pueden alcanzar los 120 Km/h (...). (RNE, 8-10-2004. Boletín 16:00h).

Sorpresa en Castilla y León por la remodelación del Gobierno que preside Juan Vicente Herrera. Una remodelación anunciada a través de una rueda de prensa. Radio Valladolid, José María Francisco. (Cadena Ser 11-10-2004, Boletín 16:00h).

-Diseminación: Es otra figura de repetición por la que se reitera una palabra o sus sinónimos dentro de un contexto más extenso y sin seguir un orden preestablecido.

LOC 1: (...) En el exterior, nueva jornada de violencia en Irak en un día de vista

sorpresa de Donald Rumsfeld al país. El secretario de defensa norteamericano que hoy se ha entrevistado con el primer ministro iraquí ha hablado de una retirada de las tropas norteamericanas de Irak tras las elecciones de enero, al tiempo que ha augurado un aumento de violencia de cara a los comicios.

LOC 2: Violencia que hoy se ha cobrado la vida de al menos diez personas en una cadena de atentados (...). (Punto Radio 10-10-2004. Boletín 17:00h).

-Anáfora: Consiste en la repetición de elementos idénticos o ligeramente modificados al principio de por lo menos dos unidades sintácticas seguidas. Un tipo específico de la anáfora es el polisíndeton. Consiste en la presentación de oraciones introducidas por la misma conjunción o sinónimos de éstas:

(...) En Bolivia se reanudan las manifestaciones y protestas. El centro de La Paz está tomado por el ejército y policía. El resto de la ciudad continúa bloqueada y cerrada a cal y canto. Ni escuelas, ni transporte, ni los comercios, ni bancos abrirán sus puertas en la capital donde ya escasea el combustible y los alimentos debido a los cortes en las principales vías de acceso (...). (COPE 14-10-2003. 22:00h).

-Gradación: Es la repetición de varios elementos cuya intensidad aumenta o disminuye progresivamente.

(...) Zapatero ha venido a Lugo acompañado por la Ministra de Fomento, ha firmado en el libro de oro de la ciudad y ha recibido una réplica en plata de la muralla de Lugo. Muralla que ha visitado acompañado de una intensa lluvia y en medio de una multitud de personas que han visto su visita como una atracción más en plenas fiestas patronales de San Froilan. Y ahora, y como manda la tradición, comida en el recinto ferial. El presidente degusta pulpo afeira en un almuerzo con más de cien personas, entre otros diputados y senadores gallegos. Esta tarde viaje a Coruña. Mañana en Santiago de Compostela, programación oficial de Emilio Pérez Touriño como candidato socialista a las próximas selecciones gallegas. (Cadena Ser 8-10-2004. Boletín 16:00h).

-Sinonimia: El rasgo característico de esta figura retórica es la repetición del mismo concepto con una palabra o grupos de palabras fonéticamente diferentes pero de igual significado.

(...) El presidente del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero ha hecho un llamamiento a las fuerzas políticas para alcanzar un consenso contra el terrorismo de ETA al tiempo que ha instado a la banda a abandonar las armas. Para

*el jefe del ejecutivo, que ha asistido (...).
(RNE 10-10-2004. Boletín 17:00h).*

En definitiva, la redundancia positiva es un recurso imprescindible que se utiliza para aumentar la claridad del discurso informativo radiofónico y favorecer el proceso de comprensión.

Junto a la redundancia, los nexos lingüísticos también pueden adoptar forma de apelaciones al oyente. Se trata de un recurso muy útil cuyo objetivo es captar la atención del oyente, gracias a una implicación figurada del sujeto receptor en el proceso comunicativo. Con ello se consigue una aparente sensación de comunicación personalizada. Sánchez define así este recurso:

La apelación al oyente es el paréntesis discursivo en el que el emisor se dirige directamente al receptor, individual o colectivo, o la alusión indirecta a éste que pone de manifiesto su participación en la comunicación, así como la necesidad de su atención o la autoridad de su criterio para hacer válido su mensaje¹³³.

Las apelaciones al oyente pueden ser de diversos tipos, según sea el objetivo comunicativo del emisor. Los más eficaces son los llamados “imperativos de percepción sensorial”, los “postes de señales”, las apelaciones directas a la complicidad y las figuras retóricas de apelación.

¹³³ SÁNCHEZ GUTIÉRREZ, Rosalía: *Op. cit.*, p. 142.

- Imperativos de percepción sensorial: Beinhauer los define como invitaciones a la percepción como modo de iniciar un diálogo¹³⁴. El periodista puede emplearlos en el boletín para intentar crear en el sujeto un estado de alerta fásica. Mediante los “imperativos de percepción sensorial”, se reclama explícitamente la atención del oyente con el fin de que se prepare para recibir un estímulo en un breve espacio de tiempo. Por ejemplo: *Estén atentos a la siguiente noticia (...). Atentos conductores. El nuevo carné por puntos entrará en vigor la próxima semana (...).*
- Postes de señales. Para McLeish, las apelaciones al oyente son especialmente eficaces en el boletín cuando se emplean como “postes de señales”. Si en la comunicación escrita se utilizan, por ejemplo, los títulos o los subtítulos como “postes de señales”, en la comunicación radiofónica el emisor se dirige directa o indirectamente a la audiencia para captar o recuperar su atención. Por ejemplo: *Usted querrá saber ahora (...). Si ha visto la película habrá reconocido (...). Pero, vayamos por partes (...).*

También McLeish utiliza los “postes de señales” en el siguiente texto:

Déjame explicar. Si llegas a un punto difícil, podrás incluir la frase “¿Cómo puedo explicar esto?... Es señal que estás a punto de hacer una digresión para explicar el punto con mayor amplitud. O también puedes terminar un punto y unirlo al

¹³⁴ BEINHAUER, Werner: *El español coloquial*. Gredos, Madrid, 1985, pp. 60-72.

siguiente diciendo “vayamos de aquí a ver cómo funciona en la práctica...” Esto es una clara indicación a tu audiencia de que vas a introducir un nuevo tópico (en este caso vas a pasar de la teoría a la práctica). Estos indicadores se denominan “postes de señales” y hay muchos de ellos en este guión. Cuando se encuentra uno con ellos en la palabra escrita, son bastante aburridos, dado que en una página impresa aparecen por o general como subtítulos de párrafos. Cuando se está hablando, sin embargo, suenan bien; hay que tener en cuenta que sin postes de señales es fácil que el oyente pierda el hilo de tus ideas¹³⁵.

Según Huertas y Perona, el tipo de apelaciones que debe emplear el comunicador radiofónico dependerá del grado de proximidad que quiera establecer con el receptor. Para estos autores, las funciones más habituales son¹³⁶:

a) **Reafirmar una relación de igualdad y de máxima compenetración.** *¿Vamos a tener buen tiempo este fin de semana?(...).*

b) **Agradecer su atención.** *Gracias por escucharnos (...).*

c) **Apelar a la memoria.** *¿Recuerda usted al asesino de la baraja (...)?.*

¹³⁵ McLEISH, Robert: *Op. cit.*, pp. 72-73.

¹³⁶ HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, pp. 28-29.

d) Afirmar su conocimiento sobre el tema. *Como ustedes ya conocen (...).*

e) Provocar su participación. *Está usted invitado (...).*

- Las apelaciones a la actualidad o referencias temporales también constituyen nexos que buscan reclamar la atención del oyente. Se trata de menciones a la rapidez e instantaneidad de la transmisión del mensaje informativo radiofónico que se intercalan en el discurso del boletín para captar la atención. En realidad, el empleo de este recurso responde a las expectativas que tiene el oyente de recibir la información sobre lo que está ocurriendo en el mismo momento en el que sucede y más el caso del boletín horario, donde la audiencia espera encontrar la última hora de la información.

El redactor de radio debe saber que su primer deber es hacer resaltar la característica de “inmediatez” o “actualidad” en sus artículos. Los radioescuchas sintonizan su radio para oír las noticias de lo que ha ocurrido en las últimas horas. No desean oír las noticias de ayer. Por lo tanto, corresponde al redactor de radio proporcionar las últimas horas y hacer hincapié en su actualidad periodística. Por eso se describe la información radiofónica como “reportaje del momento”. El periodista dice al radioescucha lo que está ocurriendo en el mundo “en estos momentos”¹³⁷.

¹³⁷ NEWMAN, John F.: *Op. cit.*, pp. 42-43.

- Además de las menciones directas al oyente, el emisor puede llamar la atención de la audiencia mediante el uso —siempre ponderado— de algunas figuras retóricas que podemos considerar como fuentes de intensificación de las apelaciones:

-Apóstrofe: mediante el empleo de esta figura, el comunicador simula alejarse de la audiencia, no apela directamente al oyente, sino que aparentemente se dirige a terceras personas. Consiste, por ejemplo, en insertar en el discurso una apelación como la pregunta: *¿Quién podría afirmar que (...)?* También existe la posibilidad de que el emisor trate a la audiencia como si fuera un colectivo distinto al que está escuchando: *Como recordarán los oyentes de Onda Cero (...).*

-Pregunta retórica: el emisor se dirige al oyente para formularle una pregunta, pero lo hace de forma aparente, pues no existe posibilidad de respuesta. *¿Qué pensaría usted si le ocurriese lo mismo que a este ciudadano? ¿A quién recurriría? (...).*

Por tanto, cualquier simulación de diálogo, contribuye a llamar la atención del oyente.

El buen emisor que intenta comunicarse, es el que considera al oyente imaginario como alguien concreto y se dirige a él con la intención de recibir una respuesta dialógica, y no en forma de monólogo, por eso recurre a ciertos usos pronominales que hacen presente al escucha, con expresiones posibles al hacer

*referencias personales como: tú que me escuchas, como ustedes saben, de acuerdo con eso que ustedes prefieren, qué les parece si ahora vamos a...*¹³⁸.

En definitiva, este recurso puede resultar muy útil —siempre y cuando se utilice con cautela en el boletín— para fijar o recuperar la atención de la audiencia en un momento determinado y, como consecuencia, reforzar la memoria de aquellos elementos retenidos.

Nexos fonológicos y fonéticos.

La cohesión interna entre las distintas oraciones se logra también mediante los nexos fonológicos y fonéticos. Dentro de los fonológicos englobamos los elementos prosódicos, es decir, la entonación, el acento y el ritmo. En el lenguaje oral, estos recursos del nivel fónico son los que permiten cohesionar las distintas frases para que adquieran sentido oral.

*Las oraciones o enunciados se relacionan paratácticamente, sin conectores explícitos o con unos pocos conectores simples como 'y', 'pero' o 'entonces', puesto que los rasgos prosódicos —acento, entonación y pausas— sirven en la oralidad para enlazar las distintas unidades oracionales y para significar por coherencia semántica interoracional los distintos sentidos de los conectores textuales*¹³⁹.

¹³⁸ ROMO, Cristina: "El lenguaje seductor de la radio", en *I Congreso Internacional de la Lengua Española*, Zacatecas, 1999.

¹³⁹ ALCOBA, Santiago (coord.): *Op. cit.*, p. 34.

Por otro lado, con los nexos fonéticos nos referimos a la pronunciación, imprescindible también como elemento de enlace entre los distintos fonemas que conforman las partes del discurso. Así pues este conjunto de rasgos cumplen una función lingüística integradora que ayuda a organizar internamente el enunciado, enlazando las palabras para conformar una entidad comunicativa:

La entonación, pues, desempeña una función integrativa que asegura la existencia de la frase. Mientras que los fonemas y los tonos son constituyentes del morfema y de la palabra, en el seno de los cuales asumes una función de discriminación, la entonación identifica los constituyentes sintácticos integrándolos en el enunciado. Es un signo con funciones múltiples que aparece en todos los niveles lingüísticos y su función fundamental es la de constituir un elemento significante que relaciona una forma de expresión con una forma del contenido¹⁴⁰.

De la misma manera que la entonación, la función integradora también se cumple en los rasgos prosódicos del acento y del ritmo y se puede aplicar a los fonéticos, es decir, a la pronunciación¹⁴¹.

Como en el resto de las reglas que definen cada una de las estrategias, en este caso el periodista también ha de cumplir con algunos de los objetivos que definen la cohesión en un nivel interno aplicada a la comprensión del oyente.

¹⁴⁰ HIDALGO NAVARRO, Antonio: *Entonación y conversación coloquial. Sobre el funcionamiento demarcativo-integrador de los rasgos suprasegmentales*. Universitat de Valencia, col. Tesis Doctorals en Microfitxes, Valencia, 1996, p. 30.

¹⁴¹ Cfr. RODERO ANTÓN, Emma: *Locución radiofónica...*, pp. 124-132.

1. Activar el punto inicial del proceso de comprensión: la audición.

Para ello, el oyente ha de detectar correctamente y sin esfuerzo las ondas sonoras que produce el estímulo sonoro. Recordemos que en esta fase inicial, el oyente realiza un primer análisis de las cualidades acústicas relevantes: tono, intensidad, duración y timbre, que se manifiestan en la voz del locutor.

No se trata de la voz de los gritos y de los gemidos, sino de la voz como soporte de la expresión verbal. Y lo que se persigue obtener al registrarla —refiriéndose a la voz— no es tanto la fidelidad acústica a su timbre original como la garantía de una inteligibilidad sin esfuerzo de las palabras pronunciadas¹⁴².

Se trata entonces del primer paso para reconocer las entidades superiores que conforman las diferentes cualidades vocales, es decir, la entonación, el acento, el ritmo y la pronunciación. De hecho, el grado de audibilidad para Merayo está condicionado por varios factores, entre otros: dicción-pronunciación, estado psicológico, cadencia de los grupos fónicos, velocidad de exposición y fonogenia¹⁴³. Por tanto, el grado de audibilidad y, con ello, la primera etapa para activar el proceso de reconocimiento, se logra a través de la función delimitadora que distribuye la información en el mensaje para hacerla comprensible¹⁴⁴.

¹⁴² CHION, Michael: *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1998, p.17.

¹⁴³ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender...*, p. 112.

¹⁴⁴ Cfr. RODERO ANTÓN, Emma: *Locución Radiofónica...*, pp. 132-135.

2. Facilitar el reconocimiento de las formas sonoras. Mediante esta habilidad, el oyente clasifica los sonidos según los fonemas que componen la lengua —análisis fonológico y fonémico— y realiza una asociación de sentido muy simple. De ahí que el periodista deba cuidar al máximo no sólo el lenguaje, sino la conformación sonora del mismo.

En la radio, la palabra es materializada por la voz, y por ellos se encuentra unida inseparablemente a ésta. Es la voz precisamente la que dota al mensaje radiofónico de su carga comunicativa, de forma mucho más efectiva e intensa que el contenido semántico del mensaje mismo¹⁴⁵.

Los sonidos, reconocidos como fonemas, conforman a través de los elementos fonológicos y fonéticos una forma sonora que ha de ser identificable por el oyente de cara a la comprensión del mensaje. Con ello se activa la función distintiva de la prosodia, aquella que atribuye al enunciado una diferenciación para dotarlo de un determinado significado, es decir, esta función es la que nos ayuda a distinguir frases, clases de palabras o unidades de significado, a través de los elementos fonológicos y fonéticos¹⁴⁶. De esta manera, según Belinchón, Igoa y Rivière¹⁴⁷, cada entrada del “diccionario mental” ha de incluir una *representación fonológica*, similar a la pronunciación figurada que aparece en los diccionarios, en la que se especifica la estructura segmental de la palabra (secuencia de fonemas

¹⁴⁵ MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender...*, p. 126.

¹⁴⁶ Cfr. RODERO ANTÓN, Emma: *Locución Radiofónica...*, pp. 123-124.

¹⁴⁷ BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Op. cit.*, p. 372.

con sus rasgos distintivos), organizada en unidades silábicas y con un patrón de entonación y acentuación.

3. Facilitar al oyente la correcta interpretación de las informaciones.

A través de la habilidad de la interpretación, el oyente otorga un sentido determinado a las unidades significativas extraídas en el proceso de selección. Pero recordemos que los significados atribuibles al mensaje son múltiples. Por eso, una forma adecuada de presentación, a través de la locución radiofónica, puede contribuir a reducir el número de interpretaciones y, por tanto, a conseguir un ajuste mayor entre la intención del emisor y el significado atribuido por el oyente. Es lo que se conoce como función semántica. A través de esta función lingüística se relaciona la forma sonora con el contenido del discurso.

Se ha establecido que los grupos melódicos son de una importancia capital en las fases de percepción y procesamiento de la cadena de sonidos de 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 oraciones¹⁴⁸.

Por eso, para una correcta interpretación de la noticia, los rasgos fonológicos y fonéticos deben coincidir con el sentido del mensaje informativo.

¹⁴⁸ SOSA, José Manuel: *La entonación del español. Su estructura fónica, variabilidad y dialectología*. Cátedra, Madrid, 1999, p. 35.

4. Captar, fijar y recuperar la atención del oyente. Los rasgos prosódicos también contribuyen a estimular la atención del oyente. Las variaciones en la entonación, el acento, el ritmo y la pronunciación contribuyen a despertar, primero, y a mantener después la atención de los oyentes. Esto se produce gracias a la función contrastiva. Con esta función se garantiza un contraste acústico entre cada uno de los elementos. Así, en la entonación se produce un contraste tonal entre niveles agudos y graves y terminaciones ascendentes o descendentes. En el acento, la función contrastiva pone de relieve las sílabas acentuadas frente a las no acentuadas. Por último, en el ritmo, se producen variaciones por las presencias y ausencias —pausas— de sonido.

En definitiva, desde un punto de vista estrictamente acústico, la función contrastiva contribuye a mantener la atención del oyente hacia en el mensaje radiofónico, ante la riqueza de variaciones prosódicas: contrastes tonales, contrastes acentuales y contrastes rítmicos¹⁴⁹.

Por tanto, el locutor radiofónico debe procurar imprimir en su discurso estas variaciones fónicas, si no quiere perder el interés del oyente.

A continuación, analizamos cada uno de los nexos fonológicos y fonéticos por separado para comprobar cómo se deben emplear de cara a la comprensión del oyente.

¹⁴⁹ RODERO ANTÓN, Emma: *Locución radiofónica...*, p. 135.

a) La entonación.

La entonación se define como el conjunto de rasgos tonales que conforman el discurso. Es, por tanto, la curva melódica que logra enlazar los segmentos orales para dotar de sentido a la expresión oral, *“hasta tal punto, que se puede afirmar que un enunciado sin entonación no es un enunciado, sino mera construcción de elementos”*¹⁵⁰. Por eso decimos que actúa como nexo fonológico.

Para que la entonación facilite la comprensión del oyente, el comunicador radiofónico debe seguir una serie de recomendaciones:

-Respetar las normas lingüísticas de entonación para favorecer el sentido. El primer paso para que se produzca el reconocimiento y la comprensión del discurso oral consiste en atribuir a cada enunciado la entonación correcta desde el punto de vista lingüístico. Esto significa que, para que el oyente descodifique el sentido del mensaje de manera precisa, el comunicador debe emplear los patrones de entonación correspondientes al tipo de oración que esté enunciando. Y así, nunca podrá finalizar, por ejemplo, una frase afirmativa con sentido ascendente, puesto que este patrón corresponde a las oraciones interrogativas. Precisamente, este es uno de los errores prosódicos más comunes en los informativos radiofónicos.

¹⁵⁰ QUILIS, Antonio y HERNÁNDEZ, César: *Curso de Lengua Española*. Quilis y Hernández, Valladolid, 1980, p. 55.

Hay otros casos, como los que se suelen denominar peyorativamente “tonillo”, en que el hablante marca indebidamente todos los finales de grupo prosódico como ascendentes, o con una pauta característica (por ejemplo, ascendente-descendente), independientemente de su naturaleza. Y es esta la razón de que los oyentes reciban estas variaciones con rechazo: no sirven para identificar el tipo de grupo prosódico dentro de su pauta de entonación¹⁵¹.

De otra manera, estaremos afectando a las estructuras lingüísticas básicas que son precisamente las reconocibles por el oyente de cara a la descodificación correcta del mensaje.

-Variar la curva melódica para atraer la atención. Ya hemos mencionado en varias ocasiones que para suscitar interés en el oyente, el estímulo debe manifestarse de forma variada. Por eso, a la hora de enunciar su mensaje, el comunicador radiofónico debe evitar la monotonía.

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 inteligibilidad¹⁵².

¹⁵¹ GARRIDO MEDINA, Joaquín: *Idioma e información. La lengua española de la comunicación*. Síntesis, Madrid, 1994, p. 188.

¹⁵² *In a study of prose and poetry presented to listeners in two ways, one with normal intonation and the other in a monotone, it was found that monotone produce a loss of intelligibility.* BOLINGER, Dwight: *Intonation and its uses*. Edward Arnold, Great Britain, 1989, p. 68.

Por otro lado, es importante que esa variación en la entonación se produzca, como hemos mencionado, respetando la norma lingüística. Por tanto, el comunicador radiofónico, junto a la monotonía, debe también evitar el molesto cántico.

Con frecuencia les he preguntado a mis alumnos, tras oír su cantinela en la lectura de un texto, propio o ajeno: '¿Por qué canta usted en lugar de hablar? ¿Por qué renglonea? ¿Por qué precede a cada pausa, diga usted lo que diga, la misma musiquilla?' Suelen contestarme: 'Así es como lo hacen los profesionales ¿no?'. La respuesta debiera ser: 'No'. El realismo obliga a contestar: 'Sí'. O, al menos: 'Sí, pero no'. Es decir: los buenos profesionales de la locución no lo hacen; sí suelen hacerlo los periodistas que no saben leer¹⁵³.

La locución debe desarrollarse siempre de forma natural imprimiendo al discurso los oportunos cambios melódicos, pero siempre en consonancia con la estructura lingüística que estemos empleando.

-Modificar el nivel tonal en función del contenido. Otro aspecto importante consiste en producir variaciones de entonación en el mensaje en función del contenido del discurso. A mensajes informativos más positivos, corresponden mayores variaciones tonales y predominio de agudos, mientras que los mensajes más negativos se forman con menores cambios tonales y registros más graves.

¹⁵³ TUBAU, Iván: *Periodismo Oral. Hablar y escribir para radio y televisión*. Paidós, Barcelona, 1993, p. 45.

b) El acento.

Otro de los nexos fonológicos fundamentales es el acento. Se trata del elemento lingüístico que pone de relieve una determinada sílaba con respecto al resto. Por tanto, el acento es determinante para el comunicador radiofónico, puesto que le sirve para realzar aquellas palabras que se consideran claves en la asimilación del mensaje por parte del oyente.

Si existe esta marca acentual y está correctamente ubicada, se obligará a la audiencia a prestar mayor atención a los datos más significativos y, por consiguiente, a comprender y asimilar mejor cualquier mensaje radiofónico¹⁵⁴.

En este caso, la recomendación básica para el locutor radiofónico es resaltar tan sólo las palabras clave que, actuando como marcas perceptivas, ayuden al oyente a comprender el discurso informativo. Por tanto, debe evitar señalar en su locución palabras vacías de significado.

Acentuar los nexos es inconveniente porque, al no aportar significación alguna para la comprensión del mensaje, el oyente obvia los términos que son verdaderamente relevantes. En definitiva, la audiencia capta con mayor precisión los datos vacíos de contenido en detrimento de las palabras

¹⁵⁴ RODERO ANTÓN, Emma: "La presentación de la Información Radiofónica", en MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar (coord.): *Op. cit.*, p. 213.

*sustanciales. Entonces, la comunicación, si es que se produce, carece de toda efectividad*¹⁵⁵.

Destacando sólo el contenido relevante a través del acento, se evitarán desviaciones de atención hacia partes poco significativas en el significado global del mensaje.

c) El ritmo.

El ritmo también contribuye a dotar de cohesión al discurso informativo a través de la velocidad de exposición que emplea el locutor y de las pausas con que delimita el mensaje oral. De estas dos variables que definen el ritmo, se deduce una de sus repercusiones en los mensajes radiofónicos. Si esta velocidad es demasiado elevada y sin pausas, el oyente o bien no comprenderá el texto o bien no alcanzará a asimilarlo. Por lo tanto, el ritmo afecta directamente a la comprensibilidad del mensaje radiofónico y, por ello, el comunicador radiofónico debería seguir las siguientes recomendaciones:

-Adecuar la velocidad de exposición a la comprensión del oyente.
Como hemos mencionado, no es recomendable, si queremos que el oyente entienda el mensaje, que el locutor emplee una velocidad de lectura demasiado rápida:

El deseo de acelerar el ritmo para dar más cantidad de información o de datos en menor tiempo lleva a una

¹⁵⁵ RODERO ANTÓN, Emma: *Locución radiofónica...*, p. 182.

comunicación ineficaz ya que gran parte de la audiencia no consigue decodificar el mensaje en su plenitud¹⁵⁶.

Esta consideración es si cabe aún más importante en el caso de un boletín informativo que soporta una gran cantidad de datos. Sin embargo, en la radio española se ha comprobado que los locutores emplean una velocidad de exposición excesiva que impide en muchos casos el seguimiento del mensaje¹⁵⁷. En este sentido, la mayor parte de los autores coinciden en recomendar una velocidad media entre 160 y 170 palabras por minuto¹⁵⁸.

Pero tampoco debemos caer en el extremo contrario. Una velocidad demasiado lenta puede provocar la pérdida de atención del oyente, por ser demasiado aburrida.

-Variar la velocidad para atraer la atención del oyente. Ya nos hemos referido varias veces a la necesidad de variar el estímulo sonoro para atraer la atención de la audiencia radiofónica. Pues bien, en el caso del ritmo esto se traduce en conseguir que la velocidad de lectura no sea nunca constante.

¹⁵⁶ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 411.

¹⁵⁷ En general, algunos estudios realizados en la radio española (Cfr. MERAYO PÉREZ, Arturo: *Para entender...*, p. 293.) han situado la velocidad de lectura de estos informativos radiofónicos entre las 180 y 230 palabras por minuto. La cadena de radio que presentó una velocidad más reducida fue la SER, entre 170 y 190 palabras/minuto. En el lado opuesto se situaron la cadena COPE y RNE: entre 210 y 230. La lectura de titulares incrementó considerablemente la velocidad de exposición pasando en la SER a 210 y en RNE a 240. En todo caso, incluso en el mejor de los datos, el de la cadena SER, se sobrepasa el límite de las 160 palabras. Y esto cuando la propia cadena en el proyecto de normas de estilo especifica "que la velocidad de lectura no debe rebasar nunca las 16 ó 17 líneas por minuto".

¹⁵⁸ RODERO ANTÓN, Emma: *Locución radiofónica...*, p. 207.

Cuando la repetición periódica de un mismo elemento sonoro generador de ritmo obedezca un ciclo constante, el tempo-ritmo resultante será musicalmente monótono y semánticamente redundante de una misma idea o sentimiento. Aunque podamos atenuar tales efectos negativos con las más variadas inflexiones de voz, utilizando recursos melódicos distintos, si no guardamos un tempo-ritmo medido y variado, el repertorio de ideas distintas que significan la expresión de un determinado mensaje verbal será difícilmente perceptible por el oyente¹⁵⁹.

Por eso, el ritmo debe sufrir continuas variaciones, de acuerdo siempre al significado y al sentido de los mensajes. La velocidad debe ser más rápida en los elementos conocidos, menos relevantes o relativos a acciones aceleradas del mensaje y más lenta cuando se enuncia el dato crucial, novedoso a referente a una acción pausada.

-Realizar las pausas debidas. La cohesión en el boletín se logra también mediante la utilización correcta de las pausas, aunque ahora no empleadas como transición entre noticias sino como unión interna dentro del propio texto. Las pausas internas favorecen la cohesión en la medida en que ayudan al oyente a identificar las unidades fónicas. Por tanto, desempeñan una función imprescindible a la hora de segmentar el discurso y dotarlo de sentido. Las pausas ejercen una función indicativa sobre los comienzos y los finales de cada una de las oraciones que conforman la noticia radiofónica.

¹⁵⁹ BALSEBRE, Armand: *Op. cit.*, p. 217.

En este sentido, para algunos teóricos de la radio, como Soengas, las pausas¹⁶⁰ voluntarias, conscientes y previstas son una variante de la puntuación muy útil, sobre todo, para la improvisación. Sirven, según este autor, “para reflexionar y pensar lo que se va a decir, recordar lo que se ha dicho y, al mismo tiempo, ordenar el discurso y disponer los elementos que lo componen de una forma lógica y coherente¹⁶¹”.

No olvidemos que las pausas proporcionan momentos de reposo para la atención del oyente. En definitiva, la recomendación esencial para garantizar la comprensión de la audiencia consiste en combinar las velocidades rápidas con las lentas realizando las oportunas pausas en función del contenido semántico del discurso informativo.

d) La pronunciación.

La pronunciación es una de las variables más significativas para la comprensión auditiva, puesto que su realización incorrecta provoca directamente la incompreensión del mensaje.

En definitiva, la correcta pronunciación de todas las palabras del mensaje radiofónico constituye uno de los ingredientes

¹⁶⁰ Para Terrón la *pausa* es la ausencia voluntaria de sonido de menos de tres segundos de duración, que cumple funciones respiratorias, gramaticales y que tiene una escasa capacidad de significación. Su expresión escrita viene dada por el punto, la coma, el punto y coma, los dos puntos y los puntos suspensivos. TERRÓN, J. L.: “El silencio en el lenguaje radiofónico”. *Tesis doctoral*, Universidad Autónoma de Barcelona, 1991.

¹⁶¹ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, pp. 50-51.

imprescindibles para una plena asimilación del discurso por parte del oyente. Puesto que afecta a la inteligibilidad de la palabra y la radio es un medio fugaz, resulta esencial que el locutor radiofónico aprenda a articular de manera correcta y clara todas y cada una de las consonantes y vocales con las que conforma los textos, a fin de evitar la incompreensión de determinados datos y la interrupción del devenir del mensaje¹⁶².

Si un locutor se confunde al pronunciar una palabra o su pronunciación no es lo suficientemente clara, el oyente puede llegar a perder todo el significado del discurso. Por eso, es importante que la pronunciación del locutor se atenga a los criterios de corrección, claridad y fluidez.

En definitiva, todos estos nexos fonológicos y fonéticos son los que contribuyen a dotar de cohesión interna a la oración. Podemos visualizarlos en el texto mediante los signos tipográficos. En radio, no se siguen las mismas normas que las que se emplean en los textos escritos habituales, ya que el objetivo es facilitar la locución de lo escrito. Por eso, para Prado, en el medio radiofónico “la puntuación sirve para asociar la idea expresada a su unidad sonora y, por tanto, para marcar unidades fónicas y no gramaticales como es usual en la cultura impresa¹⁶³. Por lo tanto, cualquier signo gráfico mal empleado en el texto radiofónico puede provocar en el emisor una inflexión o parada incorrecta que afecte al grado de comprensibilidad del mensaje. Éste es el caso de los paréntesis, los guiones, los dos puntos, las

¹⁶² RODERO ANTÓN, Emma: *Locución radiofónica...*, p. 294.

¹⁶³ PRADO, Emilio: *Op. cit.*, p. 25.

comillas o los signos de interrogación, cuyo uso resulta inapropiado para los discursos informativos radiofónicos puesto que introducen — según Barea y Montalvillo— una reflexión o dramatización inadecuada. Para estos autores, la única puntuación válida en los discursos radiofónicos informativos consiste en “organizar la lectura en función de las posibilidades respiratorias y la intención de la lectura”¹⁶⁴. Teniendo en cuenta esta función, Cebrián explica el cometido de cada signo:

*Las unidades de pensamiento, los aspectos o partes de las noticias no se fijan en párrafos, sino en unidades fonéticas con sus correspondientes pausas de separación. Según este autor, la coma, aporta una indicación para la inflexión de voz, para enfatizar una frase o cambiar el ritmo. El punto y seguido, marca el final de un pensamiento o el aspecto de una noticia, de una unidad fónica. El punto final de un párrafo marca el cambio de aspecto o de circunstancia o el final de la misma*¹⁶⁵.

En la misma línea, Soengas también aporta su visión sobre los signos de puntuación en el discurso radiofónico:

*La coma sirve para señalar pequeñas pausas dentro de la misma frase; el punto y seguido separa una frase de otra, aísla cada idea; El punto y aparte separa un párrafo de otro; y el punto y final separa un mensaje de otro, indica el final de la noticia*¹⁶⁶.

¹⁶⁴ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, pp. 18-19.

¹⁶⁵ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 408.

¹⁶⁶ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 50.

En todo caso, estos signos tipográficos resultan imprescindibles para que el locutor sea capaz de plasmar después su correspondiente forma sonora a través de la locución. Sin ellos, la comunicación para el locutor resultaría extremadamente complicada.

Así pues, vistos los elementos que hay que tener en cuenta para dotar de cohesión al boletín, fijémonos ahora en determinar las reglas de la adecuación.

4.3. La estrategia de adecuación en el boletín horario.

Definíamos la adecuación como el conjunto de reglas que adaptan cualquier discurso al contexto comunicativo en que se manifiesta. Es decir, la adecuación representa la armonía externa e interna que se produce entre el modo de hablar —la gramática— y el contexto comunicativo. En definitiva, se trata de la adecuación del habla al código radiofónico.

El propósito fundamental de la estrategia comunicativa de la adecuación es ayudar al oyente a comprender e interpretar correctamente, sin confusión, todas y cada una de las unidades que constituyen el discurso informativo. De ahí que la claridad, como “la condición objetiva o universal de toda estrategia comunicativa”¹⁶⁷, se haga todavía más patente en el caso de la estrategia de adecuación.

¹⁶⁷ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Teoría y práctica...*, p. 304.

Puesto que la adecuación afecta a la microestructura del programa, cuando realizamos la aplicación al boletín radiofónico, hemos de estudiar la gramática, el modo de hablar aplicable a la radio, a través del léxico y la sintaxis.

Cuando el periodista ha de construir la adecuación del boletín, ha de atender a los siguientes fines:

1. Facilitar a la mayor parte de oyentes la correcta interpretación de las informaciones. Recordemos que mediante la habilidad de la interpretación, el oyente atribuye un sentido determinado a las unidades significativas extraídas en el proceso de selección.

Siempre que producimos mensajes utilizamos códigos y, mediante su procesamiento, los conformamos de una manera sistemática para que sean comprensibles a otros; y al tratar de descifrarlo o decodificarlo, tendremos que traducir el código adecuándolo a nuestro sistema nervioso de manera que posea cierto “significado” (...). Los hombres en su deseo de comunicarse, buscan palabras, voces, signos, que posean ciertos significados para el receptor, que le sean fácilmente captables, y a los cuales éste pueda atribuir un valor semejante al que nosotros le damos como emisores¹⁶⁸.

¹⁶⁸ PALACIOS MEJÍA, Luz Amparo: *La comunicación humana. Teoría, elementos, bases*. Eds. Paulinas, Bogotá, 1983, p. 159.

Debido a que las interpretaciones pueden ser múltiples, el periodista deberá cuidar al máximo la estructura sintáctica y la selección del léxico, de modo que el oyente capte sin esfuerzo y sin lugar a equívocos, el significado que el emisor ha otorgado al mensaje.

2. Favorecer el procesamiento sintáctico y léxico. Para reconocer y comprender las palabras, el oyente ha de realizar dos procesos: en primer lugar, segmentar la cadena semicontinua del habla en sus constituyentes léxicos y, segundo, buscar en el *lexicon* interno¹⁶⁹ aquella palabra que coincide con la expresión que el oyente acaba de escuchar y que quiere comprender. Para ello, el periodista habrá de tener muy en cuenta las conclusiones más relevantes en torno a los factores que determinan el tiempo de reconocimiento o acceso de las palabras al *lexicon*. Por otro lado, el periodista también habrá de poner atención a otro de los elementos que facilita el reconocimiento sintáctico, nos referimos a la “representación sintáctica”, una zona del *lexicon* donde se encuentran registrados los posibles contextos estructurales en los que pueden aparecer colocadas las palabras.

En primer lugar, para facilitar la interpretación correcta de las informaciones, el periodista ha de buscar un código compartido por el receptor, un **código común**. La variedad en los grados de recepción, de interpretaciones, exige al periodista la aplicación de los sistemas

¹⁶⁹ Recordamos que se trata de un ‘diccionario mental’ donde se almacena el vocabulario que conoce cada persona.

expresivos más adecuados, capaces de traducir fielmente los códigos de la realidad en códigos comprensibles en una primera y única audición.

En el punto de llegada se da el proceso inverso: hay que desensasar las ideas, descifrar los signos captados por esos cinco radares que llamamos sentidos. Si el cerebro receptor no logra interpretar o interpreta mal el mensaje, el proceso de la comunicación habrá fallado. Por el contrario, mientras mayor sea la coincidencia de significados entre ambos polos, mientras menos pérdidas haya en el circuito, mejores posibilidades tendremos para establecer la comunicación. Necesitamos, pues, un código común entre emisor y receptor para asegurar la transmisión del mensaje¹⁷⁰.

Y es precisamente el propio periodista quien debe buscar ese código común, puesto que en él recae la responsabilidad primera de ser comprendido por el oyente.

Para comunicarnos, como ya vimos, necesitamos compartir un código. Ahora bien, ¿quién debe buscar el contacto, quién debe adaptarse a quién? El emisor, naturalmente. Si yo voy a China, no me quejaré si los chinos no me entienden. Me toca a mí, como dice el sabio refrán, hacer lo que viere en el país a donde fuere. Nuestra vieja del Cibao era analfabeta en latín. Pero el cura era analfabeto en viejas, que es lo grave. Porque la condición primera y

¹⁷⁰ LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Op. cit.*, p. 50.

básica para alcanzar ese código común es que el emisor se ponga en actitud de buscarlo¹⁷¹.

Y en esa actitud de búsqueda hacia un código común, el periodista ha de encontrar las condiciones que favorezcan la comprensión del mensaje por el mayor número de sujetos receptores de entre los que integran el público objetivo del cualquier programa radiofónico. Entre esas condiciones, la gran mayoría de autores radiofónicos destacan cuatro fundamentales que deben impregnar cualquier discurso radiofónico y, en especial, el informativo: la sencillez, la claridad, la corrección y la concisión; las cuatro condiciones se relacionan directamente con el empleo de un código común que contribuya a la comprensión del mensaje:

El informador busca, ante todo, que los códigos empleados reduzcan al mínimo su capacidad polisémica para plasmar su discurso de manera denotativa. De aquí surge la necesidad del lenguaje claro, conciso, sencillo que evite al máximo cualquier connotación para que pueda coincidir el sentido que interprete el usuario con el significado que él pretenda dar a su texto informativo audiovisual¹⁷².

También Chantler y Stewart apuestan por la sencillez, la claridad, la corrección y la precisión en los mensajes informativos, citando de manera expresa el caso del boletín radiofónico:

El negocio de la radio es comunicar. Si fallamos a la hora de comunicar, entonces fallamos como periodistas de radio. El

¹⁷¹ *Ibidem*, p. 58.

¹⁷² CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual...*, p. 417.

*propósito debe ser la inteligibilidad, la inmediata inteligibilidad. Una frase descuidada, una ambigüedad en la expresión, una oración complicada, una secuencia ilógica de hechos son fatales en las noticias para la radio. No hay lugar en el boletín informativo radiofónico para la complejidad, la vaguedad o la oscuridad. Debes saber lo que quieres decir y debes decirlo de forma directa, con simplicidad y precisión*¹⁷³.

Por tanto, sencillez, claridad, corrección y concisión son tres características inherentes a la gramática empleada en el boletín horario. Todos los elementos empleados en la redacción de las noticias del boletín horario deben ser correctos desde el punto de vista de la sintaxis y el léxico. En este sentido, el comunicador radiofónico debe escribir correctamente para que el oyente comprenda fácil y rápidamente el mensaje, lo que significa conocer y aplicar adecuadamente las reglas gramaticales de la lengua¹⁷⁴.

A ello nos referimos a continuación analizando por separado los dos niveles en que se manifiesta la adecuación: el sintáctico y el léxico. En este caso, la adecuación externa afecta a la unidad superior, es

¹⁷³ *The business of radio is to communicate. If we fail to communicate, then we fail as radio journalists. Your aim must be intelligibility—immediate intelligibility. A carelessly turned phrase, an ambiguity of expression, a complicated sentence and an illogical sequence of events are all fatal to news on radio. There is no room in radio news bulletins for complexity, vagueness or obscurity. You must know what you want to say -and you must say it with directness, simplicity and precision.* CHANTLER, Paul; STEWART, Peter: *Basic Radio Journalism*. Focal Press, Oxford, 2003, p. 50.

¹⁷⁴ Sobre reglas gramaticales existe una extensa bibliografía. ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*. Espasa-Calpe, Madrid, 1992. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Ortografía de la Lengua Española*. Espasa, Madrid, 1999. ALARCOS, Emilio: *Gramática de la Lengua Española*. Espasa, Madrid, 2001. CARDONA DE GIBERT, Ángeles: *Manual de ortografía moderna*. Bruguera, Barcelona, 1980. QUESADA MARCO, Sebastián: *Resumen práctico de gramática española*. SGEL, Madrid, 1997. SECO, Manuel: *Gramática esencial del español*. Espasa Calpe, Madrid, 1989.

decir, a la sintaxis, en la medida en que afecta a las oraciones que integran el boletín. Por su parte, la adecuación interna afecta a la unidad inferior, es decir, al léxico, como vocabulario que ha de ajustarse a las peculiaridades del canal radiofónico.

4.3.1. La adecuación externa: la sintaxis.

La estrategia de adecuación en un nivel externo afecta a la sintaxis. Como decíamos anteriormente, la sencillez y la claridad sintáctica deben ser las condiciones fundamentales para que el comunicador radiofónico conforme una estructura que facilite la comprensión del oyente. Esto se consigue siguiendo una serie de recomendaciones que afectan a la estructura de la frase, a su extensión y a los elementos sintácticos que la integran.

Estructura de la frase.

Para evitar que el receptor realice esfuerzos innecesarios se aconseja que los elementos que forman las oraciones mantengan un orden lineal:

La estructura sintáctica del texto oral sigue preferentemente el orden básico de la lengua: sujeto, verbo, y complementos (situando primero los complementos esenciales —directo, indirecto, preposicional, atributo a predicativo— y después los circunstanciales), que es el orden más fácilmente reconocible por el receptor¹⁷⁵.

¹⁷⁵ ALCOBA, Santiago (coord.): *Op. cit.*, p. 34.

La necesidad de mantener esta estructura se deriva, en primer lugar, de que corresponde a una estructura familiar para el oyente y por tanto, resulta más fácil reconocer y comprender el significado de las palabras que transporta. Esto se debe a que el oyente ya posee en su propio *lexicon* una representación sintáctica similar, por lo que el reconocimiento será más rápido y sencillo. Recordemos que la entrada del *lexicon* de cada individuo contiene, entre otros elementos, una representación sintáctica, es decir, información sobre los posibles contextos estructurales en los que pueden aparecer colocadas las palabras. Así, puesto que el oyente es capaz de predecir ese esquema sintáctico, cuando el sujeto escucha, automáticamente se prepara para recibir en orden el resto de los elementos de la oración. Por tanto, la estructural lineal se apoya en las expectativas narrativas del oyente:

El código gramatical que mejor asumido se tiene es el de la oración que comienza por el sujeto, sigue con el verbo y, después, su complemento directo a atributo. Esta estructura es buena para la comunicación verbal, porque resulta muy familiar a la audiencia. Cuando el oyente se encuentra el sujeto, inconscientemente se prepara para recibir en orden el resto de los componentes de la oración, que explican qué le ha ocurrido o qué ha hecho el sujeto. De este modo, conviene mantener unidos los principales elementos de la oración para facilitar su comprensión. Esta estructura también ayuda a construir frases simples y concretas, y facilita que el estilo sea claro y directo¹⁷⁶.

¹⁷⁶ OLIVA, Lluçia y SITJÀ, Xavier: *Op. cit.*, p. 48.

En segundo lugar, este tipo de estructura lineal, en tanto secuencia que mantiene un orden natural y lógico de los elementos, colabora con la MCP en la medida que permite procesar la información con más facilidad. Un estudio liderado por Thomas F. Munte —recogido por Huertas y Perona— así lo confirma:

Las frases que expresan conceptos en su orden cronológico ayudan a comprender el significado una fracción de tiempo antes que si siguen otro orden. Estos investigadores han descubierto que la mente ha de trabajar más para comprender frases que no tiene una secuencia temporal lógica. Éstas requieren de un nivel extra de computación mental, pues su procesamiento causa una mayor demanda de MCP en activo¹⁷⁷.

Esta es la razón de que se desaconseje el empleo de frases subordinadas o incisos en la elaboración del mensaje informativo. Este tipo de estructuras complican la comprensión de la frase por dos razones fundamentales: un número elevado de elementos puede saturar la MCP y los marcadores textuales —conjunciones o enlaces en los que se apoyan las oraciones subordinadas— que no son percibidos correctamente por el oyente y que, por tanto, pueden hacer perder el sentido de toda la frase. El comunicador procurará entonces evitar los incisos y las oraciones subordinadas, en especial, las complejas, así como el abuso de complementos que generen frases cargadas de información.

¹⁷⁷ Cit. en HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, pp. 60-61.

Las exigencias del tiempo, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje obligan en la radio a construir mediante períodos breves. Esto no significa que haya que recurrir al estilo telegráfico, sino a la conveniencia de prescindir de perífrasis, oraciones largas y excesos de yuxtapuestas, subordinadas y coordinadas¹⁷⁸.

No obstante, la conveniencia de emplear un tipo de estructura lineal, evitando las subordinadas, puede tener una limitación. En algún momento, debemos variar esa disposición para evitar que todas las frases sean iguales y, por tanto, que el discurso se haga monótono. En este sentido, Huertas y Perona sostienen que una alteración del orden sería pertinente en los siguientes casos¹⁷⁹:

- a) Estimular la atención del oyente y evitar el aburrimiento del que escucha.
- b) La necesidad de establecer una relación determinada con la frase anterior y/o posterior.
- c) La conveniencia de redundar sobre datos e ideas ya mencionados.
- d) El querer dar más importancia a un elemento diferente al sujeto.

¹⁷⁸ MUÑOZ, J.J. y GIL, C.: *La radio. Teoría y práctica*. IORTV, Madrid, 1994, p. 51.

¹⁷⁹ HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 61.

Desde nuestro punto de vista, dos son las razones fundamentales que pueden justificar el cambio: la necesidad de estimular la atención o de provocar la memorización de algún elemento de la oración que no sea el sujeto.

En primer lugar, recordemos que la presencia constante de un mismo estímulo sonoro —por ejemplo, el mismo esquema sintáctico— puede resultar aburrido para el oyente, por lo que será oportuno realizar alguna modificación en la estructura sintáctica.

El radioescucha se sentirá aburrido con la monotonía de una oración sencilla tras otra. Lo importante es colocar cláusulas modificadoras en el lugar lógico de la oración. Por ejemplo, no se debe colocar entre el sujeto y el verbo demasiado material que se preste a confusiones. Manténgase unidos los principales elementos de la oración para que el radioescucha no se pierda tratando de comprender el significado de la oración¹⁸⁰.

En segundo lugar, el periodista puede alterar el orden si quiere que el oyente fije la atención y memorice mejor algún elemento de la oración que no sea el sujeto. Tal y como señala Ladéveze¹⁸¹, a diferencia de otras lenguas, la oración castellana se caracteriza por su flexibilidad. Esto significa que el orden de los elementos sintácticos puede depender de decisiones estratégicas, estilísticas o retóricas de los hablantes. De este modo, si se quiere enfatizar el sujeto se comenzará con el sujeto; si la acción, con el verbo, si alguna

¹⁸⁰ NEWMAN, John F.: *Op. cit.*, p. 21.

¹⁸¹ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Teoría y práctica...*, pp. 131-132.

circunstancia, con el complemento. Éste es el llamado *orden envolvente*, mediante el cual —según Ladevéze— el núcleo del predicado, o alguno de sus componentes, se anticipa al del sujeto. Éstos son algunos ejemplos:

-Se comunica primero el dato que presenta mayor importancia en el conjunto de la información:

Indignación, es la palabra que más hemos escuchado en la ciudad de La Coruña esta mañana (Onda Cero 8-10-03, Boletín 12:00h).

Bajo el lema "sí a la atención, no a la exclusión" unas doscientas personas se han manifestado hoy (...). (COPE, 11-10-2004. Boletín 16:00h).

- Se utiliza la voz pasiva.

Un desconocido cuadro de Goya, una Inmaculada, ha sido descubierto en Málaga después de someterlo a varios estudios. La obra era atribuida hasta el momento al pintor mariano Salvador maella, coetáneo del verdadero autor (...). (RNE 9-10-2004. Boletín 16:00h)

-Se emplea una anástrofe; una figura retórica de posición que consiste en alterar la estructura sintáctica habitual —por ejemplo, sujeto y predicado o predicado y complementos— con

el fin de centrar la atención en el elemento cuya posición se ha modificado.

Mientras, en el Ministerio del Interior se analiza a puerta cerrada este suceso... (RNE 8-10-03, Boletín 12:00h).

Otro aspecto esencial que afecta al orden de los elementos de la noticia es cómo colocar los nombres propios y los cargos de las fuentes citadas. Es uno de los problemas más frecuentes con los que se puede encontrar el emisor radiofónico que se dispone a construir una información para un boletín. A este respecto, las cadenas radiofónicas aconsejan a sus redactores que nunca comiencen una noticia con un nombre poco conocido puesto que el oyente no podrá captarlo de forma instantánea y puede perder incluso el hilo de la noticia. Además, la mayoría de las fuentes se reconocen especialmente por el cargo y no por el nombre: los cargos permanecen pero los nombres propios cambian. Preguntemos sino a cualquier oyente quién es el Subdelegado del Gobierno en Castilla y León. Pocos nos darán la respuesta. Por tanto, el nombre debe darse cuando se haya proporcionado el contexto al oyente, tal y como exige, por ejemplo, el manual de normas de estilo de Radio Nacional de España¹⁸².

Ahora bien, no se debe tomar esta norma como algo definitivo. En ocasiones, cuando el nombre es lo suficientemente conocido para el oyente medio conviene comenzar la información con él puesto que será

¹⁸² RTVE-RNE: *Manual de estilo de Radio Nacional de España. Manual de estilo para informadores de radio*. Madrid, 1980 p. 37.

capaz de atraer la atención del oyente con más fuerza que el contenido mismo de la noticia. Pero esto ocurre en el menor porcentaje de casos.

Así pues, los cargos siempre prevalecen sobre el nombre del personaje que los ocupa, ya que desde el punto de vista informativo, interesan más que el individuo que representa. Por eso, Soengas también aconseja lo siguiente:

Si hay que referirse al mismo personaje varias veces a lo largo de la noticia, se repite el nombre del cargo siempre que sea posible y se recurre al nombre propio en última instancia, a no ser que se trate de alguien muy conocido y que no haya problema de identificación¹⁸³.

En resumen, Faus propone unas sencillas normas para conseguir la máxima rentabilidad de comprensión en la colocación o distribución de estos elementos¹⁸⁴:

- Conviene colocar los nombres de personajes famosos al principio de cada noticia. Atraen la atención y el interés al hecho.
- Los nombres deben ser completos (nombres y apellidos) siempre que el personaje no sea lo suficientemente conocido y estar correctamente situados dentro del texto de la información.

¹⁸³ SOENGAS, Xosé: *Op.cit.*, p. 49.

¹⁸⁴ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 262-263.

- Si la persona a la que nos referimos tiene un cargo, conviene colocar éste antes que el nombre.
- Si el nombre es realmente complicado o desconocido y el personaje tiene un cargo, es mejor citar éste que aquél.

Y un último apunte en relación con este aspecto, hay ocasiones que al oyente le es más fácil identificar al personaje sólo por un apellido que por los dos. Es evidente, por ejemplo, que no es necesario añadir más datos a nombres como el de *Aznar*.

Extensión de la frase.

La concisión sintáctica en el boletín se refleja principalmente en el uso de frases cortas. Éstas se procesan más rápidamente, permiten seguir el texto con menos dificultades y ayudan a captar fácilmente su sentido global. La razón principal reside en que las frases cortas benefician el registro en la MCP. Al tener un menor número de elementos, la MCP ha de almacenar menos referentes mientras el oyente escucha el boletín. Recordemos que una de las razones por las que un texto puede resultar incomprensible reside en que la información contenida en las frases que lo componen puede sobrepasar la capacidad de la MCP¹⁸⁵.

Las investigaciones sobre la comprensión de las noticias radiofónicas no han podido demostrar con suficiente validez la

¹⁸⁵ COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Percepción, atención y memoria*. Colección apuntes, Universidad de Jaén, Jaén, 1997, p. 269.

extensión ideal de aquella oración que resulte más eficaz. La mayor parte de los autores están de acuerdo en que las frases han de ser breves —las investigaciones realizadas por algunos métodos de medición de la comprensibilidad periodística, tales como el índice Flesh, el método de Cloze o la fórmula de Gunnig así lo demuestran¹⁸⁶. Sólo unos cuantos autores aconsejan —con muy pocas coincidencias— el empleo de un número determinado de palabras que las compongan.

Los valores oscilan en un margen demasiado amplio, entre las 8 y las 30 palabras por oración. Así, por ejemplo, Soengas sitúa la barrera de la longitud idónea entre las 8 y las 15 ó 20 palabras¹⁸⁷. Cebrián estima que la frase radiofónica más eficaz se sitúa alrededor de las 15 palabras¹⁸⁸. También Barea recomienda construir frases compuestas entre 15 y 18 palabras o lo que es lo mismo, con una extensión de dos líneas porque considera que “a partir de ahí son ingobernables no ya en la lectura, sino en la comprensión de un oyente al que se exige memorizar con esfuerzo sostenido”¹⁸⁹. Martínez Costa considera que una frase breve está compuesta por una franja de 20 a 25 palabras en la se pueda exponer una idea directa y concreta a la vez¹⁹⁰. Por su parte, Merayo, citando a Amando Miguel, recomienda tomar los números como meras referencias y sitúa la barrera de un estilo claro en oraciones formadas por 25 palabras: “una regla de buen cubero estilístico consiste en reducir el número de palabras de una

¹⁸⁶ Cfr. CASSANY, Daniel: *La cocina ...*, pp. 22-23.

¹⁸⁷ SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 46.

¹⁸⁸ CEBRIÁN HERREROS, MARIANO: *Información radiofónica...*, p. 393.

¹⁸⁹ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 38.

¹⁹⁰ MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar: *Op. cit.*, p. 78.

frase, entre punto y punto, hasta un máximo de veinticinco”¹⁹¹. La máxima extensión es para Balsebre, quien considera que la longitud óptima está determinada por un intervalo que oscila entre las 18 y 30 palabras (10 segundos; según velocidad de lectura estándar: 180 palabras/minuto)¹⁹².

En definitiva, podemos considerar como valores indicativos frases formadas por entre 15 y 25 palabras.

Elementos sintácticos en la frase.

La adecuación interna también afecta a los distintos elementos que dotan de unión sintáctica al discurso. Por tanto, la sencillez, la claridad y la concisión también ha de encontrar su máximo exponente en la aplicación a los distintos elementos sintácticos de la frase: el sustantivo, el adjetivo, el verbo, el adverbio, la preposición y el pronombre.

a) El sustantivo.

A la hora de redactar el boletín, el comunicador radiofónico debe evitar el uso de los sustantivos ambiguos, abstractos o con sentido negativo y cuidar el empleo de las abreviaturas y siglas, si pretende favorecer la comprensión del oyente.

¹⁹¹ Cit. en MERAYO PÉREZ, Arturo: *Curso Práctico de técnicas de Comunicación Oral*. Tecnos, Madrid, 1998, p. 169.

¹⁹² BALSEBRE, Armand: *La credibilidad de la radio informativa*. Feed Back, Barcelona, 1994, p. 102-103.

En primer lugar, los sustantivos ambiguos dificultan la comprensión y, por tanto, han de excluirse de la redacción de las informaciones en el boletín. Primero, por las consecuencias del *acceso léxico múltiple* o acceso a palabras ambiguas. Según este enfoque, cuando un oyente escucha una palabra ambigua se activan en paralelo todos sus significados posibles en la memoria, lo que produce un retraso en el reconocimiento de la palabra escuchada. En la lengua francesa, “el tiempo medio necesario para comprender frases ambiguas es de 4’40 segundos, las no ambiguas, 2’97 segundos”¹⁹³. Segundo, la indefinición que proporciona una palabra ambigua unida a la facultad de imaginar que exige la radio, produce —como manifiesta Muñoz— “la imprecisión en la “definición percibida” (o posibilidad de diferencias incontrolables) en relación con la “definición emitida” y la ambigüedad en el abanico de matices y de diferencias entre las percepciones de los oyentes”¹⁹⁴. Por lo tanto, resulta imprescindible la claridad, la corrección y la precisión en el empleo de los sustantivos para que la imaginación del oyente no desfigure la realidad informativa. La responsabilidad sociolingüística del profesional de la información cobra así una importancia decisiva:

La primera responsabilidad del periodista en el ámbito lingüístico, aunque a primera vista carece de repercusión moral, es la de escribir correctamente, construir frases y cadenas de frases gramaticalmente impecables, a fin de evitar, en los titulares y a lo largo de los textos que se escriben en los

¹⁹³ *Le temps nécessaire à la compréhension fut en moyenne de 4,40 s pour les phrases ambiguës et 2,97 s pour les phrases non ambiguës. Cfr. NOIZET, Georges: Op. cit., p. 133.*

¹⁹⁴ MUÑOZ GONZÁLEZ, José Javier: *Radio Educativa*, Librería Cervantes, Salamanca, 1994, p. 44.

periódicos o se leen en radio y televisión, las ambigüedades, confusiones e insinuaciones de carácter lingüístico, tan comunes en los medios informativos, y que implican un falseamiento de la realidad que se describe. Se puede afirmar que el periodista, además de saber escribir correctamente, ha de procurar que los términos utilizados en un discurso informativo se ajusten al máximo a la realidad que se pretende designar¹⁹⁵.

Un caso parecido ocurre con el alto grado de indefinición y subjetividad que generan los sustantivos abstractos. No significa que sean poco comprensibles en sí mismos, pero requieren, en el ámbito radiofónico, una aclaración de significado. Como afirma Victoriano Fernández Asís, las palabras abstractas no sólo resultan más vagas, sino que, además, suelen obligar al emisor a dar complicados rodeos¹⁹⁶. Es más, los sustantivos abstractos producen, según Barea, “anfibiología conceptual”, o lo que es lo mismo, un doble sentido, debido a que una palabra abstracta puede dar lugar a más de una interpretación, lo que atentaría contra el principio de precisión lingüística¹⁹⁷. En cambio, los sustantivos concretos, además de evitar

¹⁹⁵ BONETE PERALES, Enrique: “Responsabilidad social de los medios de comunicación” en *Actas del III Congreso Católicos y vida pública. Retos de la nueva sociedad de información*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU y Fundación Santa María, Madrid, 2002, vol.1, pp. 452-453.

¹⁹⁶ Citando a Richaudeau, Fernández Asís propone eliminar, entre otros, los siguientes sustantivos abstractos que alejan al oyente de la comprensión: actividad, capacidad, base, caso, circunstancia, concepción, punto de vista, posición, posibilidad, problema, calidad, cantidad, razón, referencia, responsabilidad, situación, sustancia, sistema, tipo, utilización, etc. FERNÁNDEZ ASÍS, Victoriano: *Radio-televisión, información y programas. Las incógnitas de los medios electrónicos*. Servicio de Publicaciones del Ente Público RTVE, Madrid, 1986, p. 199.

¹⁹⁷ Cfr. BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 43.

ambigüedades, facilitan una homogeneidad simbólica necesaria para el desarrollo del proceso de creación de imágenes.

El guionista y comentarista radiofónico escoge sus palabras de forma que creen las imágenes adecuadas en la mente del oyente, consiguiendo así que su relato sea comprendido y debidamente interpretado¹⁹⁸.

Además de la “anfibología conceptual” es fundamental evitar la “anfibología fónica”, o lo que es lo mismo, los sonidos ambiguos y con fonética similar. De ahí que Barea recomiende el máximo cuidado a la hora de seleccionar y combinar los sonidos:

Los sonidos oclusivos son más nítidos que los fricativos o los labiales, más rotundos: se percibe mejor una T que, o una P, que una B. Así una de las razones para seleccionar una palabra debe ser también la de su nitidez al oído¹⁹⁹.

Esta circunstancia obliga al comunicador a poner especial atención y pronunciar muy bien palabras con fonética similar como *Billón/millón, célula/cédula* o a combinaciones de sonidos ambiguos como, *el presidente del gobierno ha probado/ha aprobado...*

Las siglas y las abreviaturas poco conocidas también pueden afectar negativamente en la comprensión de las informaciones en las

¹⁹⁸ McLEISH, Robert: *Op. cit.*, p. 16.

¹⁹⁹ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 43.

que aparecen insertas. Como señala Barea, “siempre se debe tener en cuenta que la sigla es un tropiezo. Y que muchas veces es preferible usar equivalencias”²⁰⁰. Por eso, la regla general es que no hay que utilizarlas a no ser que sean muy conocidas. El criterio es unánime para todos los autores: el comunicador sólo empleará las siglas cuando esté seguro que la gran mayoría de la audiencia las entiende. Cuando no sea así, los manuales de estilo coinciden en aconsejar que se citen previamente las palabras a las que correspondan. Una vez que se han explicado, se puede continuar la noticia y repetir solamente las siglas.

El empleo de sustantivos con forma positiva o negativa también puede influir en la comprensión del significado de las oraciones. Hemos de recordar que el *lexicón* de cada individuo contiene, entre otros elementos, una representación del significado —definición— de cada una de las palabras pero en forma positiva. Como si se tratara de un diccionario al uso, el lexicón almacena palabras positivas —suspender— en vez de sus correspondientes formas negativas —no aprobar—. El reconocimiento, por tanto, es mucho más rápido en el caso de las formas positivas. Por su parte, el manual de estilo de Radio Nacional también recomienda no utilizar las formas negativas; estas son sus razones:

La forma negativa es menos comprensible que la positiva; requiere un mayor esfuerzo del oyente, primera razón por la que debemos desecharla. La forma negativa tiene menos

²⁰⁰ *Ibidem*, p. 16.

*fuerza que la positiva y proporciona menor interés a la noticia, segunda razón para eliminarla*²⁰¹.

Otro argumento más para no emplear la forma negativa es que la partícula “no”, si no es percibida correctamente, puede dar lugar a interpretaciones completamente contrarias a las pretendidas. No obstante, como en todo hay excepciones. En este caso, si se opta por utilizar el “no” es preciso “destacarlo fonéticamente dentro del conjunto de la frase en que aparezca y si la importancia de la noticia así lo exigiera, su repetición”²⁰².

b) El adjetivo.

El comunicador radiofónico debe ser muy precavido a la hora de emplear los adjetivos en un boletín informativo, puesto que pueden dificultar la habilidad de la interpretación, al introducir juicios de valor o matizaciones subjetivas. Por tanto, se aconseja evitar aquellos que aporten matices que tengan que ver con los hechos:

*En la medida que implica un juicio de valor, el adjetivo debe ser evitado salvo que sea imprescindible para clarificar una noticia, o en el caso de adjetivos descriptivos que nos ayuden a una más eficaz precisión*²⁰³.

Aunque se pueden admitir los descriptivos, hay que tener cuidado porque algunos son tan obvios que no aportan ninguna información.

²⁰¹ RTVE-RNE: *Op. cit.*, p. 22.

²⁰² CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 388.

²⁰³ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 25.

Nos referimos a los tópicos: *Brutal asesinato o trágico accidente*. Este tipo de adjetivos carentes de información, pueden producir una pérdida de atención del oyente, si se repiten con bastante asiduidad.

En este apartado, además, es importante detenernos en los datos numéricos —cifras y porcentajes—. Ofrecen siempre mayor dificultad de comprensión que la información lingüística porque el oyente está más acostumbrado decodificar palabras que códigos numéricos: “los números presentan el grave problema de que son difíciles de retener al oído”²⁰⁴. Además, las cifras altas y poco exactas “muestran una combinación aleatoria de signos que deben ser memorizados aisladamente sin ganchos que lo relacionen”²⁰⁵. Pero mientras escucha la radio, el oyente no tiene oportunidad de operar con cifras elevadas. Una vez más, la capacidad limitada de la MCP dificulta este proceso, por lo que se aconseja lo siguiente:

*Los números presentan especiales dificultades de comprensión por parte del oyente. Por ello es necesario tratarlos adecuadamente: evitar su uso siempre que se pueda, procurando incluirlos como primera palabra de la frase de entrada y redondear las cifras y pronunciarlas con claridad*²⁰⁶.

La primera norma, por tanto, consiste en no mencionar datos numéricos, a menos que éstos aporten una información de gran interés. En el caso de que así suceda, el segundo paso es redondear la cifra, siempre que el resultado de este proceso no afecte a la

²⁰⁴ RTVE-RNE: *Op. cit.*, p. 41.

²⁰⁵ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 26.

²⁰⁶ FAUS BELAU, Ángel: *Op. cit.*, p. 263.

representatividad o al sentido de la cantidad a la que se refiere. Por último, Huertas y Perona aconsejan facilitar la comprensión mediante el establecimiento de relaciones y comparaciones con cuestiones cercanas al oyente²⁰⁷.

En este sentido, la creación de imágenes en el oyente puede resultar de gran utilidad cuando, por ejemplo, el emisor pretende transmitir datos numéricos difíciles de comprender, fijar y asimilar. Con esta práctica se facilita la comprensión de la información radiofónica porque el receptor accede más fácilmente al mensaje, es decir, le ayudan a representar mentalmente la realidad que se pretende transmitir y favorecen la descodificación de la forma más real y exacta posible. Por lo tanto, las imágenes deben ser transmitidas con el único fin de facilitar la comprensión garantizando, en todo momento, la percepción correcta y fiel de la realidad de la que se informa.

Construir imágenes en cualquiera de estos niveles significa utilizar el recurso de la comparación que consiste en relacionar lo desconocido o complejo con algo similar que resulte familiar o cercano para el oyente. Por ejemplo, cuando se habla de grandes extensiones y de datos estadísticos:

Las estadísticas son un problema en los noticiarios de radio. Resulta difícil para le radioescucha comprender una lista larga de números. Cuando es indispensable usar un dato estadístico o una cifra, se debe ampliar una aproximación (...). Se puede ayudar al radioescucha a entender el significado de un dato estadístico si se hace una comparación. Por ejemplo, no

²⁰⁷ HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Op. cit.*, p. 56.

significa mucho para el que escucha decirle que se calcula que Rusia tiene un territorio de 22.360.000 km cuadrados. Sería mucho mejor decir: “La Unión Soviética tiene más de 22 millones de km cuadrados de territorio. Esa superficie es 150 veces superior a la de Nicaragua”²⁰⁸.

Por su parte, Merayo recomienda comparar las cifras grandes con realidades cotidianas como es el caso del socorrido campo de fútbol²⁰⁹. En definitiva, los datos numéricos que aparecen en el discurso informativo radiofónico deben ser tratados con sumo cuidado por parte del emisor, con el fin de facilitar al oyente la percepción del número, su retención y su comprensión.

Ahora bien, hay cifras que inevitablemente deben darse completas, que no se pueden redondear y en las que resulta muy difícil realizar comparaciones, por ejemplo, los números de teléfono o la lotería. En este caso, se hace necesaria la agrupación para que la audiencia las retenga con mayor facilidad.

Es más fácil recordar un teléfono si lo dividimos en grupos de cifras. Podría parecer que si tenemos que recordar 3942226 hay menos trabajo que si recordamos 394 22 26; pero es al revés porque en el primer caso tenemos siete unidades, mientras que en el segundo tenemos tres. La unidad con que trabaja la memoria, el bloque (‘chunk’ ‘pedazo’) o segmento de datos es en el primer caso de una cifra, en el otro de dos o de tres: el resultado es que en el primer caso se trabaja con siete

²⁰⁸ NEWMAN, John F.: *Op. cit.*, p. 36.

²⁰⁹ Se pueden encontrar otros muchos ejemplos ilustrativos en MERAYO PÉREZ, Arturo: *Curso práctico de técnicas...*, pp. 161-162.

*bloques, y en el otro con tres. Es mucho fácil recordar tres unidades que siete.*²¹⁰

En resumen, Cebrián realiza una serie de consideraciones más específicas sobre el uso de cifras y números en la radio²¹¹:

1. Requieren una exposición pausada y, a veces, una repetición con tiempo suficiente para que la audiencia pueda asimilarlos (incluso tomar nota si se trata de un número de teléfono o de un premio de la lotería).
2. No utilizar ordinales elevados. A partir del vigésimo se utilizan los cardinales.
3. Las unidades de peso o medida extranjeras deben ser traducidas.
4. Las cantidades de moneda extranjera han de ser traducidas.

También las unidades de peso, medidas, o moneda extranjera, pueden ofrecer problemas de comprensión. Soengas recomienda dos fórmulas para facilitarla: ofrecer la cantidad de moneda extranjera y a continuación facilitar la equivalencia en la moneda propia o viceversa, o bien hacer directamente la traducción prescindiendo de toda referencia²¹². A nosotros nos parece más comprensible la última.

²¹⁰ GARRIDO MEDINA, Joaquín: *Op. cit.*, p. 172.

²¹¹ Cfr. CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 390.

²¹² SOENGAS, Xosé: *Op. cit.*, p. 48.

A continuación mostramos un ejemplo de tres noticias que pertenecen a mismo un boletín y en las que en ningún caso se tradujo la cantidad de moneda extranjera:

(...) Acabamos de conocer los nombres de los dos galardonados con el premio Nobel de Química 2003. (...) El galardón está dotado con 1.300.000 dólares.

(...) California, considerada el estado más rico norteamericano tiene en estos momentos un déficit fiscal de 35.000 millones de dólares (...).

(...) La pareja fue detenida en el aeropuerto de Santiago cuando se disponía a regresar a España con un bebé de tres meses por el que había pagado 15.000 dólares. (RNE 8-10-2003. Boletín 12:00h).

Además de todo ello, para evitar que el oyente tenga que hacer cálculos innecesarios, es preferible decir *el escritor canario de setenta años* que *el escritor canario nacido en 1944*. El número es más pequeño y la imagen que se consigue es más precisa.

En cuanto a las frases que indican la hora en el boletín, es más comprensible emplear aquellas que resulten más familiares para los oyentes. Es frecuente escuchar por la radio expresiones procedentes de la lengua inglesa como: *55 minutos sobre las 9*, incomprensible para la mayoría de los oyentes por no resultar una expresión horaria de

“uso-común. Y no sólo se cometen incorrecciones en las expresiones temporales, también existen equívocos cuando el comunicador hace corresponder una franja horaria con un saludo. Esta es la propuesta de la Cadena SER inspirada en Barea²¹³:

- Entre las 07 a 11 horas: *Son las... de la mañana.* (Y se saluda Buenos días).
- A las 12 horas: *Es mediodía.* (Buenas tardes).
- Entre las 13 a 20 horas: *Son las... de la tarde.* (Buenas tardes).
- De 21 a 23 horas: *Son las... de la noche.* (Buenas noches).
- A las 24:00 horas: *Es medianoche...* (Buenas noches)
- Hasta las 6 horas: *Son las... de la madrugada.* (Buenas noches).

c) El verbo.

Aunque es evidente que el modo más efectivo de subrayar la actualidad de la información en el boletín es ofreciendo realmente las noticias más actuales y novedosas, el emisor también debe acentuar la inmediatez mediante un empleo adecuado empleo de las formas verbales.

Lo más importante del boletín es su constante actualización y el valor que se le da a lo nuevo. Por eso, los tiempos verbales más apropiados para informar son los presentes y pretéritos perfectos. También se pueden emplear futuros imperfectos en aquellos casos en

²¹³SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Op. cit.*, pp. 8-9. BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 36.

los que se adelanten noticias que van a ocurrir en el transcurso de la siguiente hora: “nuestros tiempos verbales de oro serían el presente y el futuro. El presente como expresión del aspecto nuevo que ofrece en cada momento la información y el futuro en tanto que anticipe los acontecimientos²¹⁴”.

Del mismo modo, para aportar claridad a los enunciados resulta mucho más recomendable el uso del modo indicativo que el subjuntivo. Éste es un modo verbal mucho menos preciso y habitualmente aparece en proposiciones subordinadas integradas a su vez en oraciones complejas.

Al igual que el modo indicativo, también la voz activa proporciona fuerza y aporta claridad enunciativa. Por el contrario, la voz pasiva resta intensidad a la acción. Además, a ello hay que añadir que su estructura es mucho menos familiar para el oyente ya que en la lengua hablada común prácticamente la voz pasiva no se utiliza. No obstante, su uso también tiene excepciones sobre todo cuando se quiere resaltar el primer término del sujeto.

d) El adverbio.

Lo mismo que el adjetivo, el adverbio es un modificador del verbo y por tanto lo califica, así pues su uso no es demasiado recomendable. Su imprecisión puede dar lugar a interpretaciones erróneas por parte del oyente: “el adverbio resulta equívoco y, por tanto, hay que evitar su

²¹⁴ BAREA... *Ibidem*, p. 31.

uso; en el caso de no hubiera otra alternativa, se emplearía acompañando al verbo²¹⁵.

Por otro lado, es recomendable no emplear los adverbios terminados en “mente”, puesto que alargan la longitud de la palabra y ya mencionamos que se reconocen mejor las palabras cortas que las largas.

e) El pronombre.

El pronombre sustituye a un nombre que, habitualmente, se ha citado en algún momento anterior del discurso radiofónico. Pues bien, cualquier referencia en radio a algo anterior atenta contra la comprensión de la noticia puesto que el oyente no puede volver atrás. Si pierde el punto de referencia queda desorientado y, aunque haya oído bien e incluso comprendido el antecedente, el simple esfuerzo mental de relacionar el pronombre con el nombre anterior puede ocasionar la incomprensión de alguna palabra. El uso del pronombre obliga al oyente a almacenar en la MCP el vocablo al que está sustituyendo, lo que dificulta el proceso de comprensión.

Si el oyente se siente obligado a la consulta para la descodificación perderá lo que venga a continuación. De esto emanan cantidad de orientaciones para la presentación de la información. Toda la retención del mismo depende

²¹⁵ *Ibidem*, p. 34.

*exclusivamente de la memoria auditiva bastante precaria como lo demuestran las investigaciones efectuadas*²¹⁶.

En beneficio de la comprensibilidad de la noticia deben rechazarse, por tanto, pronombres como *éste* o *aquel*, los usos pronominales de *el mismo*, *el citado*, *lo dicho* y expresiones como *respectivamente*. Tampoco son muy recomendables los pronombres posesivos que no sean absolutamente necesarios ni los que cumplen la función de objeto indirecto. En definitiva, para Barea, los pronombres “deben usarse con miedo, lo personales, posesivos e indefinidos, y si es posible, convendrá evitarlos”²¹⁷. Se aconseja, por tanto, reiterar el nombre al que se refiere el pronombre.

Una vez analizados todos los elementos que afectan a la cohesión externa, nos detenemos, por último en la interna, es decir, en el léxico que debe emplear el comunicador radiofónico para facilitar la comprensión del boletín informativo.

4.3.2. La adecuación interna: el léxico.

La estrategia de adecuación en un nivel interno, afecta al léxico. El *modelo de “cohorte”* postula que el acceso léxico se realiza a través de dos etapas ordenadas secuencialmente: la activación y la selección. Para Ballesteros Jiménez y García Rodríguez, el estadio de activación produce la estimulación de varios candidatos (activación múltiple) y el estadio de selección consiste en un procedimiento de evaluación que

²¹⁶ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual...*, pp. 365-366.

²¹⁷ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 29.

opta por el candidato más apropiado. Es decir, el modelo funciona del siguiente modo²¹⁸:

1. Nada más que se ha presentado oralmente un estímulo se activan todas las palabras del léxico cuyos sonidos iniciales coinciden con la secuencia de sonidos escuchados. Cuando el sistema identifica, por ejemplo, el sonido /p/ se activa un gran “cohorte” de palabras que empiezan por este sonido tales como: padre, pana, pata, pena, pera, pinta, pluma, pomada, primo, prueba, etc.

2. Las palabras activadas inicialmente se eliminan de modo gradual si no son compatibles con la secuencia de sonidos que van llegando, o si no se ajustan al contexto de la frase. Si a continuación se identifica por ejemplo el sonido /e/, se eliminan todas las palabras menos aquellas que contienen la /e/: pera y pena.

3. El procesamiento termina cuando se llega al punto en que sólo queda una palabra del conjunto inicial. Por ejemplo, si el tercer sonido que llega es /n/, solamente se mantendrá *pena*.

En la búsqueda de ese código común, el periodista ha de comenzar analizando el principal vehículo de expresión del lenguaje radiofónico: las palabras. En este punto es importante señalar parte de los resultados obtenidos en un experimento sobre la percepción de la noticia radiofónica. Tal y como se cabía esperar, de acuerdo con la teoría del procesamiento de la información de noticias, la percepción

²¹⁸ BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Op. cit.*, pp. 579-580.

auditiva resulta afectada por los intereses y conocimientos previos de los sujetos receptores. El grupo que mayor atención presta en la tarea experimental percibe las noticias como más claras, más fáciles de entender y de seguir, y más superficiales. En otras palabras, está demostrado que la percepción auditiva de la noticia radiofónica es más eficaz cuando las palabras que componen el mensaje forman parte de los campos semánticos con los que habitualmente trabaja el receptor medio²¹⁹.

En este sentido, la sencillez del léxico pasa por el empleo de un *lenguaje coloquial culto*. Esto se debe a varias razones:

En primer lugar, el lenguaje coloquial es adecuado al código sonoro de la radio porque la adaptación a las estructuras del lenguaje oral.

*El lenguaje de la radio se trata de un habla que intenta aparecer como una comunicación directa e interpersonal con el oyente, y que sitúa dentro de lo coloquial, alejada de la literaria. Son textos escritos para ser leídos en voz alta y configurados de acuerdo a la expresión oral.*²²⁰

En segundo lugar el lenguaje coloquial es de “uso común” y, por tanto, comprensible para el mayor número de oyentes. La audiencia radiofónica —y la del boletín en particular— está compuesta por un

²¹⁹ PEREIRA GARZA, Manuel: “La percepción auditiva de la noticia radiofónica. Una investigación experimental”, *Telos*, nº 28, Diciembre-Febrero de 1991, pp.120-128.

²²⁰ GONZÁLEZ CONDE, Julia: “La tradición oral, precursora de la cultura radiofónica” en BLANCO ALFONSO, Ignacio y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Pilar: *El lenguaje radiofónico, la comunicación oral*. Fragua, Madrid, 2004, p. 306

conjunto de individuos muy diferentes entre sí que impide adoptar un nivel cultural demasiado alto a la hora de redactar los mensajes. De ahí que un lenguaje sencillo, siempre será comprendido por un mayor número de personas.

Y además de cortas, las palabras deben ser simples, a causa del argumento elemental de que la radio no discrimina a la audiencia. Y escuchan radio profesores universitarios, amas de casa, personas sin estudios, trabajadores de campo... Las palabras complejas sólo las entiende una parte muy pequeña de los oyentes. Las palabras básicas las comprende todo el mundo²²¹.

Recordemos que uno de los efectos que favorecen el procesamiento léxico —en concreto el tiempo de reconocimiento y el acceso a las palabras del *lexicón*— es el llamado *efecto de frecuencia*. Éste consiste en que se procesan más rápidamente las palabras de alta frecuencia o las palabras familiares que las de baja frecuencia o no familiares.

Ya lo demuestran también las investigaciones de Van Dijk en torno a esta cuestión: de la misma manera que la familiaridad temática favorece el proceso de comprensión, también lo hace la familiaridad léxica, es decir, cuanto más conocemos una palabra más fácilmente la comprenderemos²²² y, por tanto, comprenderemos mejor los discursos donde se incluyan. También De Vega insistía en este aspecto: los textos que resultan familiares son más fáciles de asimilar, requieren

²²¹ RTVE-RNE: *Op. cit.*, p. 20.

²²² VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso...*, p. 208.

menos recursos mentales para activar los esquemas adecuados y su procesamiento se realizará más rápido y de forma más eficaz. Por tanto, el empleo del lenguaje coloquial en el boletín radiofónico implica una actitud de acercamiento al oyente, por lo que será más fácil de comprender en la medida en que los oyentes lo conocen y están habituados a utilizarlo.

Sólo el conocimiento del lenguaje y de sus normas de corrección y buen uso permiten que el comunicador sea no sólo capaz de manejar el idioma, sino de hacerlo creativamente, buscando siempre la mayor aproximación al lenguaje coloquial estándar culto y favoreciendo así una comunicación en la que la cercanía psicológica con el oyente y la calidad formal se complementen mutuamente²²³.

Pero lenguaje coloquial no es sinónimo de lenguaje pobre ni burdo. De ahí que algunos libros de estilo, como el de la Cadena SER, recomienden que “las palabras empleadas deben ser comunes, pero no vulgares. Las palabras malsonantes deben evitarse.²²⁴ Por tanto, en segundo lugar, el lenguaje también ha de ser culto, —coloquial, pero culto— es decir, un lenguaje de “uso común”, pero que a la vez contribuya al enriquecimiento lingüístico:

Ya tenemos limpio el terreno, ya arrancamos el palabrerío inútil e incomprensible, el galimatías de los párrafos largos y confusos. ¿Y ahora qué, no hemos terminado ya el trabajo? Aún estamos a medio camino, compadre: ahora es tiempo de siembra. Porque no basta la palabra sencilla, si no brilla. Mi

²²³ MERAYO PÉREZ, Arturo y PÉREZ ÁLVAREZ, Carmen: *Op. cit.*, p. 195.

²²⁴ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Op. cit.*, p. 2.

*mamá me mimó y yo mimo a mi mamá es una frase tan transparente como bobalicona*²²⁵.

Por otro lado, la exigencia de un léxico claro se plasma en el empleo de un vocabulario no especializado, asequible para la gran mayoría de oyentes. Por un lado, recordemos que el sujeto receptor reconoce más rápidamente una palabra cuando ésta forma parte de su *lexicon* interno, si no es así, si la palabra no encuentra correspondencia en el “diccionario mental”, el oyente habrá perdido un tiempo precioso en intentar reconocer una palabra cuyo significado vendrá dado —con suerte— a través del contexto que la envuelve. Si además tenemos en cuenta que el periodista redacta para un medio fugaz, el empleo de un léxico poco claro repercutirá gravemente en la comprensión del mensaje. Por otro, un elemento extraño, como puede resultar una palabra de difícil comprensión, puede confundir y distraer al oyente de modo que pierda el hilo de lo que estaba escuchando.

Cuanto más difícil de identificar es una palabra, más complicado resulta elaborar una respuesta perceptiva. De ahí que en el boletín se recomienda evitar el uso de tecnicismos, neologismos, extranjerismos, palabras ambiguas y palabras vacías de contenido que entorpezcan la comprensión del oyente.

Los *tecnicismos* pertenecen a la jerga específica de una determinada técnica, profesión o ciencia que no forma parte del lenguaje común. Cuando un vocablo especializado en cualquiera de

²²⁵ LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Op. cit.*, p. 78.

esos ámbitos tiene su equivalente o su sinónimo fácilmente comprensible, se preferirá este último.

Del mismo modo se desaconseja el uso de *neologismos* en la medida que son palabras que todavía no se han incorporado al lenguaje de “uso común” y, por tanto, dificultan el reconocimiento por parte del oyente. En este sentido, algunos manuales de estilo recomiendan no emplearlos, a no ser que exista la garantía de que el neologismo pertenezca ya al lenguaje común, es decir, que se haya incorporado al lenguaje estándar²²⁶. Pero, a veces, este tipo de vocablos, no tienen traducción al lenguaje de “uso común” por lo que se recomienda, a efectos de una mejor comprensión, utilizar los vocablos originales seguidos de la correspondiente explicación:

El nivel educativo y cultural de la audiencia impone el uso de un idioma suficientemente conocido por todos. Esta es la razón para rechazar o exigir la aclaración de determinadas palabras y locuciones como los neologismos, barbarismos y expresiones latinas. Siempre que se sospeche que algún término no es conocido por la audiencia, habrá que esclarecer su significado. La imposibilidad de una investigación previa sobre el reconocimiento de determinados vocablos nuevos obliga a un mayor ejercicio de la intuición profesional²²⁷.

²²⁶ RTVE-RNE: *Op. cit.*, p. 24.

²²⁷ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, pp. 379-380

De la misma opinión es Newman cuando señala que resulta necesario explicar enseguida el significado de aquellas palabras de difícil comprensión que el comunicador se vea obligado a utilizar²²⁸.

Por otro lado, el uso de *extranjerismos* poco conocidos también puede dificultar la comprensión de los oyentes. En este sentido, Ladevéze recomienda “evitar la incorporación de palabras —en su mayoría inglesas— cuando las hay españolas con significado igual o equivalente”²²⁹. Pero lo cierto es que pueden existir algunos extranjerismos que resulten más cercanos al oyente que su propia traducción al castellano. De ahí que algunos libros de estilo, como el de RNE, aconseje su empleo siempre y cuando se dé esta circunstancia: “Como el idioma siempre es vivo, hay cierto número de palabras extranjeras que adquieren carta de naturaleza, y que se utilizan profusamente en castellano”²³⁰. Coincidiendo con el mismo argumento, el manual de estilo de la Cadena COPE se muestra flexible ante la posibilidad de utilizar aquellos extranjerismos que sean comprendidos con facilidad por los oyentes:

*De todas formas, velar por el castellano correcto no significa ser inflexible con las palabras de otras lenguas, y menos aún con aquellas que ya se han universalizado y que incluso las ha recogido la Real Academia. Algunas no será necesario traducirlas, porque forman parte del lenguaje coloquial. Otras, por el contrario, deberán ser traducidas*²³¹.

²²⁸ NEWMAN, John F.: *Op. cit.*, p. 20.

²²⁹ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*. Editorial Síntesis, Madrid, 1993, p. 207.

²³⁰ RTVE-RNE: *Op. cit.*, p. 23.

²³¹ CADENA COPE: *Libro de estilo COPE*. Madrid, 2003, p. 113.

De la misma opinión es Newman cuando señala que resulta necesario explicar enseguida el significado de aquellas palabras de difícil comprensión que el comunicador se vea obligado a utilizar²²⁸.

Por otro lado, el uso de *extranjerismos* poco conocidos también puede dificultar la comprensión de los oyentes. En este sentido, Ladevéze recomienda “evitar la incorporación de palabras —en su mayoría inglesas— cuando las hay españolas con significado igual o equivalente”²²⁹. Pero lo cierto es que pueden existir algunos extranjerismos que resulten más cercanos al oyente que su propia traducción al castellano. De ahí que algunos libros de estilo, como el de RNE, aconseje su empleo siempre y cuando se dé esta circunstancia: “Como el idioma siempre es vivo, hay cierto número de palabras extranjeras que adquieren carta de naturaleza, y que se utilizan profusamente en castellano”²³⁰. Coincidiendo con el mismo argumento, el manual de estilo de la Cadena COPE se muestra flexible ante la posibilidad de utilizar aquellos extranjerismos que sean comprendidos con facilidad por los oyentes:

*De todas formas, velar por el castellano correcto no significa ser inflexible con las palabras de otras lenguas, y menos aún con aquellas que ya se han universalizado y que incluso las ha recogido la Real Academia. Algunas no será necesario traducirlas, porque forman parte del lenguaje coloquial. Otras, por el contrario, deberán ser traducidas*²³¹.

²²⁸ NEWMAN, John F.: *Op. cit.*, p. 20.

²²⁹ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*. Editorial Síntesis, Madrid, 1993, p. 207.

²³⁰ RTVE-RNE: *Op. cit.*, p. 23.

²³¹ CADENA COPE: *Libro de estilo COPE*. Madrid, 2003, p. 113.

Del mismo modo, el uso de algunos *gentilicios* también plantea problemas de comprensión. En especial, nos referimos a los gentilicios cuya raíz etimológica no coincide con la del nombre del lugar al que se refiere²³².

También conviene evitar términos o *sintagmas vacíos de significado*, que al no aportar nada, pueden producir discursos monótonos e imprecisos que dispersen la atención del oyente. Así, Martínez-Costa recomienda:

*Excluir tecnicismos, frases hechas, eufemismos, latiguillos, frases manidas, palabras que estén de moda y vocablos desvirtuados; suelen estar vacíos de contenido concreto para el oyente y tienes la obligación de hacerte comprensible*²³³.

Además de todo ello, la necesaria concisión del léxico se manifiesta, en primer lugar, por el uso de palabras cortas. El periodista ha de tener en cuenta uno de los factores que determina el tiempo de reconocimiento o acceso a las palabras del *lexicón*, nos referimos al *efecto de longitud de palabra*. Éste consiste en que el tiempo de procesamiento de una palabra varía en función del número de letras que contiene. Por tanto, una palabra corta se reconoce más fácil y más rápidamente que una larga.

²³² Por ejemplo: de Badajoz/pacense, de Amberes/antuerpiense. El libro de estilo de ONDA CERO expone una relación de una buena parte de gentilicios españoles y extranjeros, pero en ningún caso restringe su uso. ONDA CERO: *Op. cit.*, pp. 177-190.

²³³ MARTÍNEZ- COSTA, M^a Pilar: *Op. cit.*, p. 103.

Así, algunos libros de estilo, como el de la Cadena SER —pese a no especificar una longitud exacta— sí recomiendan que las noticias han de redactarse empleando palabras cortas²³⁴. Por su parte, Barea y Montalvillo aconsejan el empleo de palabras que no superen las dos o tres sílabas puesto que sostienen que son “más manejables al oído y a la pronunciación”²³⁵. De la misma opinión es Cebrián, quien considera que las palabras cortas y simples son preferibles a las largas —de cuatro o más sílabas— por su facilidad de pronunciación, decodificación y comprensión²³⁶.

En segundo lugar, la concisión en el léxico se manifiesta por el uso de las palabras imprescindibles para la comprensión global del texto. Recordemos que un número excesivo de palabras puede saturar la MCP y además, vulnerar el *principio de cooperación* de Grice —los discursos han de comprenderse con la mínima cantidad posible de recursos lingüísticos—. Centrándose en el boletín radiofónico, el libro de estilo de la Cadena SER incide en este aspecto:

*Aunque el tema que elabores sea importante, no olvides que hay esperando muchos otros temas importantes que no has tratado tú: cuarenta o cincuenta para entrar en un diario hablado de treinta minutos y diez o doce para un boletín de cinco minutos. Lo breve siempre tiene cabida. Debes, por tanto, tener una obsesión: ahorrar palabras*²³⁷.

²³⁴ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Op. cit.*, p. 1.

²³⁵ BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Op. cit.*, p. 38.

²³⁶ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica...*, p. 388.

²³⁷ RTVE-RNE: *Op. cit.*, p. 66.

En definitiva, de cara a ser comprensible el comunicador radiofónico debe emplear un léxico claro y conciso, siguiendo estas recomendaciones.

Estas son pues las reglas que definen la estrategia de adecuación. Pero antes de finalizar este capítulo, resumimos en el siguiente cuadro todas las estrategias comunicativas con sus correspondientes ámbitos de aplicación y reglas:

		DEFINICIÓN	REGLAS
COHERENCIA	Externa	La estructura del programa informativo	-Estructura del boletín radiofónico. -Distribución de la presentación: número de locutores.
	Interna	La estructura de los géneros informativos	-Estructura de los géneros del boletín: noticia, informe y crónica. -Documentos sonoros o cortes de voz.
COHESIÓN	Externa	La unión entre noticias contiguas	-Nexos lingüísticos o transiciones habladas. -Nexos musicales o transiciones con efectos sonoros. -Nexos paralingüísticos o transiciones con pausa.
	Interna	La unión entre oraciones contiguas	-Nexos lingüísticos entre oraciones adyacentes. -Nexos fonológicos y fonéticos.
ADECUACIÓN	Externa	La sintaxis	-Estructura de la frase. -Extensión de la frase. -Elementos sintácticos en la frase.
	Interna	El léxico	-El vocabulario.

CAPÍTULO IV.

INVESTIGACIÓN EMPÍRICA: CONTRASTE ENTRE DOS MODELOS DE BOLETÍN HORARIO.

1. Introducción.

1.1. Presentación de la prueba.

Una vez que hemos argumentado teóricamente la necesidad de construir el boletín horario, de acuerdo a tres estrategias comunicativas —coherencia, cohesión y adecuación— derivadas del ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva, nos disponemos en este capítulo a medir cuantitativamente el nivel de significación que alcanzan estas variables cuando operan conjuntamente en un boletín radiofónico concreto.

Para realizar esta comprobación, se ha diseñado un experimento de laboratorio en el que se comparan las diferencias significativas, en términos de comprensión y recuerdo, que se dan en una muestra de sujetos experimentales con características similares, en condiciones de recepción idénticas, y sometidos a la audición de dos modelos diferentes de boletín horario.

El primero de ellos, denominado *boletín propuesta*, está construido a partir de las estrategias comunicativas que hemos formulado teóricamente a lo largo de esta tesis. En cambio, en el segundo, denominado *boletín contraste*, no se han aplicado las recomendaciones que hemos propuesto en el capítulo anterior.

Por tanto, para llevar a cabo la investigación se realiza un experimento que tiene como objetivo comprobar la comprensión de los sujetos encuestados, a través del recuerdo, ante la escucha de estos dos modelos de boletín. Con los resultados que aporte el análisis estadístico de los datos, se intentará mostrar la eficacia de las estrategias comunicativas a partir de las cuáles se ha construido el *boletín propuesta*, frente al *boletín contraste*.

Por tanto, la investigación se inicia con el siguiente **objetivo general**:

-Comprobar si existen diferencias significativas entre los índices de comprensión obtenidos por el grupo de sujetos experimentales expuestos ante el *boletín propuesta* y los índices de comprensión conseguidos por el grupo de sujetos experimentales que se exponen ante el *boletín contraste*.

Y con los siguientes objetivos específicos:

-Comprobar si existen diferencias significativas entre el índice de comprensión global del *boletín propuesta* y el índice de comprensión global del *boletín contraste*.

-Comprobar si existen diferencias significativas entre el índice de comprensión de cada una de las informaciones del *boletín propuesta* y cada una de las informaciones del *boletín contraste*.

-Comparar el orden de comprensión de cada una de las informaciones del *boletín propuesta* y el *boletín contraste*.

-Comprobar la autopercepción de los sujetos experimentales sobre su grado de comprensión en cada una de las noticias del *boletín propuesta* y del *boletín contraste*.

-Comprobar si existen diferencias significativas entre el índice de comprensión de cada una de las preguntas del *boletín propuesta* y cada una de las preguntas del *boletín contraste*.

1.2. Revisión bibliográfica.

En nuestro país, son muy escasos los estudios experimentales que se han realizado sobre la comprensión auditiva aplicada al medio radiofónico. En concreto, no hemos encontrado ninguno que reúna las mismas características que la investigación que ahora proponemos. Sí existen, eso sí, diversos estudios que pueden servir como marco de referencia a este trabajo.

Así, es importante señalar los estudios de Jesús Tapia Fernández sobre recuerdo y calidad de las noticias en la radio y diversas referencias sobre comprensión del oyente en el material bibliográfico

radiofónico. Sin embargo, pocas veces estas reflexiones han tomado como punto de partida un análisis de la comprensión auditiva partiendo de una perspectiva psicológica y, en menos ocasiones, se han sustentado en una experimentación 'ad hoc' que permita validar o, al menos, sustentar estas afirmaciones en datos empíricos.

Por tanto, creemos que esta investigación añada al material existente dos aportaciones fundamentales. La primera de ellas se deriva del sustento teórico que proviene del ámbito de la psicología y que supone la base para entender los mecanismos que ponen en funcionamiento la percepción auditiva en el ser humano. De estas reflexiones se extraen las estrategias y reglas comunicativas que serán objeto de comprobación empírica. La segunda de ellas resulta de la aplicación a un ámbito concreto, es decir, al boletín radiofónico, tratando así de comprobar el índice de comprensión de los sujetos experimentales en este espacio radiofónico. En uno y otro caso, no se han encontrado investigaciones similares en nuestro país.

1.3. Hipótesis de trabajo.

La investigación empírica articula las siguientes hipótesis de trabajo:

Hipótesis empírica general

- El *boletín radiofónico propuesta*, elaborado a partir de las estrategias comunicativas de coherencia, cohesión y adecuación, obtiene mejores índices de comprensión auditiva que el *boletín radiofónico contraste*.

Hipótesis empíricas derivadas

1. El índice de recuerdo global es mayor en el *boletín propuesta* que en el *boletín contraste*.
2. El índice de comprensión de cada una de las noticias incluidas en el *boletín propuesta* es mayor que el de las noticias que integran el *boletín contraste*.

2. Método de la investigación.

Para medir la comprensión de los sujetos experimentales en esta prueba, se ha utilizado como herramienta de medición el denominado índice de recuerdo, al que ya nos hemos referido en el primer capítulo de este estudio. Recordamos entonces que para Briñol, De la Corte y Becerra “el recuerdo es un indicador del nivel de recepción del mensaje, puesto que no podría haber memoria de aquél sino hubiera sido adecuadamente recibido y comprendido por su destinatario”¹. Por su parte, Garzón y Seoane aseguran que la comprobación del recuerdo puede tomarse como índice de la atención prestada y la comprensión de lo escuchado o leído². Por tanto, según estas consideraciones, entendemos que el índice de recuerdo proporciona datos empíricos sobre el grado de comprensión y atención

¹ BRIÑOL TORNES, Pablo; de La CORTE IBÁÑEZ, Luis y BECERRA GRANDE, Alberto: *¿Qué es persuasión?* Biblioteca Nueva, Madrid, 2001, p. 169.

² GARZÓN, Adela y SEOANE, Julio: “La memoria desde el procesamiento de información”, en DELCLAUX, Isidoro y SEOANE, Julio: *Psicología cognitiva y procesamiento de la información*. Pirámide, Madrid, 1982, p. 128.

de los sujetos ante un determinado estímulo. Supone, pues, un instrumento válido para realizar nuestras comprobaciones.

Para medir los índices de comprensión se aplicó una prueba de reconocimiento de elección forzada, en la que los sujetos han de seleccionar la información correcta entre las opciones que se ofrecen.

2.1. La constitución del corpus de la prueba.

Para construir el corpus de la prueba, se han elaborado dos modelos de boletín radiofónico: el *boletín propuesta* y el *boletín contraste*.

En primer término, es importante señalar que para construir ambos boletines, nos hemos acercado lo más posible a la realidad radiofónica de nuestro país. Esto significa que los dos espacios se han elaborado con las mismas características de los programas radiofónicos que se pueden escuchar hoy en día en cualquier cadena generalista. Pretendíamos con ello realizar una medición que no se alejara demasiado de lo que podría ser la comprensión de un boletín informativo para cualquier oyente radiofónico. No se trata, en ningún momento, de extrapolar los resultados, puesto que no trabajamos con boletines reales, pero sí, al menos, de intentar una aproximación a lo que podría ser el índice de comprensión de la audiencia radiofónica en estos espacios informativos. Construir un boletín muy alejado de aquello a lo que están acostumbrados a escuchar los oyentes de radio, hubiera introducido un factor de novedad que podría desvirtuar el experimento. Por eso, se ha optado por elaborarlos de forma semejante

a lo que escuchamos en la radio a diario, aún siendo conscientes de que así no obtendríamos los índices de comprensión más elevados. En ningún caso entonces hemos tratado de presentar el *boletín propuesta* como el ideal ni, por consiguiente, de lograr la máxima comprensión en los sujetos experimentales. Tampoco entonces el *boletín contraste* es el peor de los posibles sino que respeta los niveles estructurales y formales mínimos de corrección. De otra manera, los resultados hubieran sido demasiado evidentes. En definitiva, se trata de demostrar que la aplicación de las estrategias comunicativas puede favorecer la comprensión de los sujetos experimentales.

Esta es la razón de que el *boletín contraste* se haya elaborado con algunas características similares al *boletín propuesta*. Existen tres aspectos de base que debían mantenerse invariables: la estructura, las propias noticias y el estilo de presentación.

a) La estructura. Se ha decidido mantener en ambos casos la estructura de cualquier boletín radiofónico, es decir, el criterio de lo último, lo importante y lo que viene. Se trata de una disposición familiar, más fácil de reconocer por los sujetos experimentales. De otra manera, las diferencias hubieran sido muy evidentes y el desconcierto entre los sujetos experimentales podría desvirtuar los objetivos de la prueba.

b) El contenido. Se han mantenido en ambos boletines las mismas noticias: ocho de carácter nacional e internacional. De otra manera, hubiera sido imposible realizar una comparación entre el recuerdo de datos en cada uno de los boletines. Además, estas

informaciones son verosímiles, pero no se toman estrictamente de la realidad. En primer lugar, son verosímiles porque los sujetos experimentales han de creer que escuchan un boletín real. En segundo lugar, se opta por la recreación porque las noticias han de resultar nuevas para todos los sujetos experimentales. De otra forma, los conocimientos previos podrían influir en los resultados.

c) Los rasgos fonéticos y fonológicos. En ambos boletines, se ha tratado de seguir el mismo estilo de presentación, puesto que para medir las diferencias de los elementos prosódicos hubiéramos necesitado de otros instrumentos de análisis. Por tanto, resulta similar el empleo de la entonación, el acento, el ritmo y la pronunciación. En este sentido, en cuanto al ritmo, los dos mantienen una misma velocidad de lectura de 166 palabras por minuto.

Pero es evidente que para establecer los distintos niveles de comprensión, el resto de reglas que componen las estrategias comunicativas debían variarse en cada boletín.

En primer lugar, cambia la duración de ambos boletines. Mientras *el boletín propuesta* tiene una duración total de 5 minutos 8 segundos, *el boletín contraste* se extiende a lo largo de 4 minutos 46 segundos. En principio, podría parecer que deberían mantener una misma duración. Sin embargo, el hecho de que *el boletín propuesta* introduzca un número mayor de reglas de las estrategias comunicativas, provoca que se extienda más en el tiempo. Pensemos, por ejemplo, en el uso de ráfagas o golpes. Aún con la misma

información, estos elementos provocan que el boletín se alargue. Esta es la razón de que las duraciones entre ambos boletines, aún intentando que fueran similares, hayan variado. Junto a la duración, el resto de reglas que difieren en función de cada estrategia comunicativa es el siguiente:

1. Estrategia de coherencia.

1.1. Coherencia externa. En cuanto a la coherencia externa, se ha variado la distribución de la presentación. Mientras el *boletín propuesta* mantiene una locución a dos voces con diferencias tímbricas importantes (un hombre y una mujer), el *boletín contraste* se expone sólo con una voz femenina.

1.2. Coherencia interna. En primer lugar, en lo referente a los géneros informativos, el *boletín propuesta* alterna noticias con crónicas frente al *boletín contraste* en el que sólo aparecen noticias. En segundo lugar, el *boletín propuesta* introduce dos grabaciones sonoras y una conexión mientras que el *boletín contraste* no contiene ninguna.

2. Estrategia de cohesión.

2.1. Cohesión externa. En el *boletín propuesta* se emplean con más profusión los nexos lingüísticos, musicales y paralingüísticos. En cambio, en el *boletín contraste* no se realizan transiciones habladas sino que se emplean siempre los nexos paralingüísticos (pausas) para cambiar de información.

Tampoco hay ráfagas o golpes, por lo que los nexos musicales se reducen a las caretas de entrada y salida del informativo.

2.2. Cohesión interna. En este caso, el *boletín propuesta* mantiene su unión a través de los nexos entre oraciones adyacentes. Se emplean las redundancias, las apelaciones al oyente y a la actualidad. Sin embargo, estas uniones no aparecen en el *boletín contraste* que se sustenta sólo en los nexos fonológicos y fonéticos.

3. Estrategia de adecuación.

3.1. Adecuación externa. En lo referente a la sintaxis, el *boletín propuesta* emplea frases cortas con estructura lineal, sustantivos precisos y en forma positiva, traducción y redondeo de cifras, explicación de siglas poco conocidas, construcciones verbales activas y en presente y estilo verbal. Frente a ello, el *boletín contraste* se caracteriza por emplear frases largas en algunas informaciones, cifras sin traducción ni redondeo, siglas poco conocidas, construcciones verbales pasivas y algunas en pasado y estilo nominal.

3.2. Adecuación interna. En cuanto al léxico, el *boletín propuesta* utiliza un lenguaje sencillo, coloquial y culto con explicación de los tecnicismos. En cambio, el *boletín contraste* emplea tecnicismos y gentilicios poco conocidos.

El siguiente cuadro resume estas características:

		Boletín propuesta 5 minutos 8 segundos	Boletín contraste 4 minutos 46 segundos
COHERENCIA	Externa	-Presentado por dos locutores: voz masculina y femenina.	-Presentado por un locutor.
	Interna	-Noticias y crónicas. -Dos cortes de voz y una conexión.	-Noticias. -No hay cortes de voz.
COHESIÓN	Externa	-Nexos lingüísticos. -Nexos musicales (ráfagas/golpes). -Nexos paralingüísticos.	-Nexos musicales (sólo caretas). -Nexos paralingüísticos.
	Interna	-Nexos fonológicos y fonéticos. -Nexos lingüísticos entre oraciones adyacentes: redundancia, apelaciones al oyente y apelaciones a la actualidad.	-Nexos fonológicos y fonéticos.
ADECUACIÓN	Externa	-Estructura lineal de la frase. -Frases cortas. -Sustantivos precisos, forma positiva. -Traducción y redondeo de cifras. -Explicación de siglas poco conocidas. -Construcciones verbales activas en presente. -Estilo verbal.	-Alterar el orden lineal. -Frases largas en algunas informaciones. -Cifras sin traducción ni redondeo. -Siglas poco conocidas. -Construcciones verbales pasivas y algunas en pasado. -Estilo nominal.
	Interna	-Lenguaje sencillo coloquial culto. -Traducción de tecnicismos.	-Tecnicismos. -Gentilicios poco conocidos.

Podemos observar estas diferencias con mayor detalle, si observamos los guiones de cada uno de los boletines propuestos:

1. Guión del *boletín propuesta*.

En el guión radiofónico del *boletín propuesta*, se han señalado con distinto color la mayoría de las reglas que articulan cada una de las estrategias comunicativas. No se incluyen todas, puesto que, en algunos casos, es imposible reflejarlas sobre un texto escrito, como ocurre, por ejemplo, con los rasgos fonológicos y fonéticos. También es difícil representar las estructuras de las frases, puesto que entonces quedaría todo coloreado. Aún con estas limitaciones, creemos que, aplicando estos colores, cuando así lo permita la estrategia en cuestión, la presentación queda más clara y permite distinguir mejor las diferencias. De esta manera, se ha empleado el color rojo para la estrategia de coherencia, el morado para la estrategia de cohesión y el azul para la adecuación. Este es el guión resultante:

00:00 CONTROL: SEÑALES HORARIAS

00:06 CARETA DE INFORMATIVOS

00:15 LOC.1: Buenos días. Acabamos de saber que quince montañeros navarros y vascos permanecen desaparecidos desde esta madrugada en la zona norte de la sierra de Guadarrama, en Segovia.

00:22 LOC. 2: Los montañeros fueron sorprendidos por una avalancha de nieve cuando intentaban escalar por una de las laderas del Pico Peñalara. Al parecer, las esperanzas de encontrarles con vida son escasas debido a los frecuentes aludes de la zona. Así lo confirmaba a esta cadena el portavoz del equipo de rescate de la Guardia Civil, Antonio Sánchez García:

00:38 CONTROL: CORTE *Las esperanzas de encontrar con vida a los montañeros vascos y navarros son nulas porque las tareas de rescate son muy complicadas. El lugar del siniestro es muy, muy peligroso debido a que es una zona de en la que hay muchos aludes, así que creo que no va a haber mucha suerte. Creo que va a ser muy difícil encontrarles con vida.*

00:58 LOC. 2: A esta hora, los servicios especializados en rescate de montaña: Bomberos, Guardia Civil, Cruz Roja y Samur, continúan buscando a los quince montañeros en la sierra segoviana.

01:10 LOC. 1: Seguiremos pendientes de esta noticia. Y sin salir de Segovia, les contamos que alrededor de doscientas personas despedirán dentro de unos minutos a Vanesa Castillo Mazas, la niña que fue violada y asesinada en un piso situado a pocos metros de su casa. Informa desde Segovia, Claudia Vicente, buenos días.

CONTROL: CONEXIÓN SEGOVIA

01:24 Buenos días. El funeral por la niña de once años, Vanesa Castillo Mazas se va a celebrar dentro de media hora en la iglesia de María Magdalena de Segovia. Como recordarán el cuerpo de la niña fue encontrado a principios del mes de marzo en un domicilio cercano a su casa con signos de haber sido violada. El Subdelegado de Gobierno de Segovia asegura que todas las investigaciones apuntan a que el asesino es un vecino de la niña:

01:43 CONTROL: CORTE: *Aunque todavía no podemos dar muchos datos para no entorpecer el trabajo de la fuerzas de seguridad, las hipótesis que nos llevan a pensar que el asesino es un vecino del barrio, conocido de la familia, pero todavía quedan muchos cabos sueltos y no podemos adelantar más datos. Seguro que lo entenderán.*

Después del funeral, los restos de Vanesa serán trasladados al cementerio municipal de Segovia, donde recibirán sepultura. Mientras

tanto, continúan las investigaciones para esclarecer definitivamente el caso en los juzgados de Segovia.

02:14 CONTROL: GOLPE

02:16 LOC. 1: Duro golpe a la infraestructura de ETA. Como ya adelantábamos en el anterior informativo, las policías de España y Francia siguen analizando el material y la documentación incautada a la organización juvenil ilegalizada próxima a Batasuna SEGUI. En total, han sido detenidas 44 personas.

02:31 LOC. 2: Las detenciones se han producido en distintas localidades del País Vasco, Navarra, Aragón y País Vasco Francés. Entre ellos se encuentra el hermano de un concejal socialista en Llodio, Joseba Irigoyen. De los 44 detenidos, 29 han sido arrestados por la policía española y 15 por la francesa. Por su parte el Ministro de Interior en funciones, Ángel Acebes, ha telefonado a las autoridades policiales francesas y les ha pedido que la operación permanezca abierta.

02:54 LOC. 1: Acabamos de conocer los nombres de los dos galardonados con el premio Nobel de Química 2003. Se trata de los norteamericanos Marc Newman y George Blues.

03:03 LOC. 2: La academia sueca de las ciencias les ha concedido este reconocimiento porque sus descubrimientos suponen un gran avance en el tratamiento de enfermedades del riñón, del corazón y de los músculos. Los dos investigadores Newman y Blues recibirán un galardón dotado con 24 mil euros.

03:17 LOC. 1: Trágico balance en las carreteras. Un total de 25 personas han perdido la vida y 40 han resultado heridas en la Operación Salida del Puente de San José, según datos de tráfico.

03:27 LOC. 2: La jornada con más accidentes fue la del viernes, en la que se produjeron un total de 15 accidentes mortales. El más grave ocurrió en Málaga en el que murieron 5 jóvenes.

03:36 CONTROL: GOLPE

03:38 LOC. 1: Repasamos otras noticias de forma más breve. Atentos a un dato que puede afectar a nuestros bolsillos. Si tiene pensado coger el coche este fin de semana, sepa que la gasolina sin plomo va a subir entre 10 y 20 céntimos. Así lo han confirmado Repsol, Cepsa y Campsa.

03:51 LOC. 2: En Bolivia, quince personas han muerto, esta mañana, por las violentas manifestaciones llevadas a cabo para exigir que renuncie el presidente. Con estos 15 fallecidos son ya 70 las víctimas mortales desde noviembre, fecha en la que las organizaciones campesinas y obreras bolivianas comenzaron a movilizarse para frenar las exportaciones de gas natural.

04:09 LOC. 1: Y en la cultura, una cita que tendrá lugar dentro de media hora. En unos instantes, se va a fallar la cuarenta y ocho edición del premio Paz 2003. Más de 500 trabajos se han presentado al galardón. La obra ganadora de Paz 2003 recibirá 50.000 euros y la finalista la mitad, 25.000 euros.

04:26 LOC. 2: Atención a los seguidores de la música pop. En tan sólo dos horas se han agotado las entradas para ver a *Los Cotton up* en el Palau de San Jordi. *Sólo en casa* es el título en español del nuevo trabajo recopilatorio de los *Cotton up*. Con este álbum, la productora HISPAVOX pretende consolidar la carrera musical de este grupo nacido en Dinamarca hace cinco años.

04:43 CONTROL: GOLPE

04:45 LOC. 1: Por el momento esto es todo. Les recordamos la noticia con la que comenzábamos este boletín. Quince montañeros navarros y vascos han desaparecido en la sierra de Guadarrama. Las esperanzas de encontrarles con vida son muy pocas. Les ampliaremos esta noticia en próximos servicios informativos. **Buenos días.**

05:00 CONTROL: CARETA DE INFORMATIVOS

2. Guión del boletín contraste.

Frente a este modelo, el *boletín contraste* carece de la mayoría de las estrategias señaladas, como se puede observar en su guión radiofónico.

00:00 CONTROL: SEÑALES HORARIAS

00:06 CARETA INFORMATIVOS

00:15 LOC. 1.: Buenos días. Quince montañeros navarros y vascos desaparecieron a las 4 de esta madrugada en la zona norte de la sierra de Guadarrama. Al parecer, los montañeros fueron sorprendidos por una avalancha de nieve cuando intentaban **iniciar la escalada** de una de las laderas del Pico Peñalara. Según ha confirmado a esta cadena, **Antonio Sánchez Marín, portavoz del equipo de rescate de la Guardia Civil**, las esperanzas de encontrarles con vida son muy pocas porque el lugar del siniestro es muy peligroso y los aludes son muy frecuentes. Por su parte, **Bomberos, Guardia Civil, Cruz Roja y Samur** continúan la **búsqueda** de los montañeros desaparecidos.

00:46 Alrededor de **dos centenares** de personas despedirán hoy a Vanesa Castillo Mazas, la niña que fue violada y asesinada el pasado dos de marzo en un piso situado a pocos metros de su casa. El funeral por la niña de once años, Vanesa Castillo Mazas se va a celebrar en la iglesia de María Magdalena. **Marcos García Ramos, el Subdelegado de Gobierno de Segovia, aseguró** que todas las investigaciones apuntan a que el asesino es un vecino de la niña. Después del funeral, los restos de Vanesa serán trasladados al cementerio municipal de Segovia, donde recibirán sepultura. Las investigaciones para esclarecer definitivamente el caso continúan en los juzgados.

01:20 Las policías de España y Francia continúan a esta hora analizando el material y la documentación incautada ayer a **SEGUI**. En el curso de la operación 44 personas han sido detenidas en distintas localidades del País Vasco, Navarra, Aragón, Burdeos y Bayona. Entre los arrestados se encuentra, **Joseba Irigoyen, hermano de un concejal socialista en Llodio**. La policía nacional ha detenido a 29 personas en una operación que todavía continúa abierta contra el aparato de captación de ETA. **A los once detenidos en Guipúzcoa, nueve en Navarra, siete en Vizcaya, uno en Álava y otro en la Provincia de Zaragoza, hay que sumar otros quince arrestados en el País Vasco Francés**. La policía española y gala han firmado un acuerdo de colaboración en París que permitirá continuar con más detenciones. **Ángel Acebes, Ministro del Interior en funciones, efectuó una llamada de teléfono** a las autoridades francesas a las que **pidió que la operación no se diera por concluida**

02:15 Los norteamericanos Marc Newman y George Blues **han sido galardonados** con el premio Nobel de Química 2003. La academia sueca de las ciencias les ha concedido este reconocimiento por sus descubrimientos en relación con los **canales de las membranas celulares**. Newman recibirá el premio por los **canales líquidos**, mientras que su colega ha sido distinguido por sus **estudios estructurales del mecanismo de los canales iónicos**, estudios que han sido fundamentales para avanzar en las investigaciones de enfermedades

renales, cardíacas, musculares. El galardón está dotado con **20 mil dólares**.

02:46 Un total de 25 personas perdieron la vida y 40 resultaron heridas en la Operación Salida del Puente de San José, según datos de la **DGT**. La jornada de mayor siniestralidad fue la del viernes, en la que se produjeron un total de 15 accidentes mortales. La **DGT** destaca por su especial gravedad el accidente que tuvo lugar en la madrugada del pasado viernes en la provincia de Málaga **a la altura del Km 16,900, donde un turismo con matrícula 2378-L se salió de la carretera por el margen izquierdo y se precipitó por un desnivel**. En el accidente murieron 5 personas con edades comprendidas entre **18 y 20 años**.

03:25 Repsol, Campsa y Cepsa han confirmado que la gasolina sin plomo va a subir este fin de semana entre 10 y 20 céntimos.

03:33 Quince personas murieron en Bolivia por las violentas manifestaciones para exigir que renuncie el presidente. **La cifra eleva a setenta las víctimas mortales desde que las organizaciones campesinas y obreras, la mayoría de izquierdas, iniciaran movilizaciones desde el pasado mes de noviembre para frenar un proyecto gubernamental que pretende exportar gas natural a Méjico y EEUU a través de puertos chilenos.**

03:56 Hoy se falla la **cuadragésima octava edición** del Premio Paz 2003. El jurado ha tenido que escoger entre 512 trabajos que se han presentado a este galardón. La obra ganadora recibirá 50.000 euros y la finalista **25.000**.

04:10 En tan sólo dos horas se han agotado las entradas para ver a Los *Cotton up* en el Palau de San Jordi. En el concierto presentarán su nuevo trabajo en español titulado *Sólo en casa*. Con este álbum la productora HISPAVOX pretende consolidar la carrera musical del citado grupo danés que comenzó su andadura en **1999**.

04:20 Esto ha sido todo, más noticias en próximos servicios informativos.
Buenos días.

04:36 CONTROL: CARETA DE INFORMATIVOS

2.2. La obtención del corpus.

Una vez elaborados los guiones radiofónicos de cada uno de los boletines, se procedió a su grabación sonora, procurando condiciones óptimas de calidad de sonido. Para garantizar un sonido libre de interferencias o ruidos, la grabación de ambos boletines se realizó en los estudios de radio de la Facultad de Comunicación, que se encuentran equipados con los últimos adelantos técnicos.

Las características técnicas de los equipos que se emplearon en la grabación fueron las siguientes:

-Los micrófonos utilizados han sido de tipo MD 421 II con excelentes cualidades de sonido que les permiten hacer frente a las más diversas condiciones de grabación y obtener las mejores aplicaciones en la radiodifusión.

-La mesa de mezclas empleada ha sido de tipo analógico TE.

-La grabación se ha realizado en plataforma PC dotada de un software Viva NT 5.0 en formato wave.

Por otro lado, los dos locutores grabaron los boletines en las mismas condiciones: mismo estudio de radio, mismo micrófono, misma distancia, similar intensidad y mismo software de grabación.

2.3. La selección de la muestra.

Los grupos de laboratorio que han formado parte de la investigación son alumnos de segundo curso de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. En total, han participado de forma voluntaria en la encuesta 236 sujetos, de los cuales 108 escuchan el *boletín contraste* y 128 el *boletín propuesta*. Estos dos grupos se dividen a su vez en subgrupos con un máximo de 26 personas.

La metodología empleada en la prueba se corresponde con un diseño experimental *pos-test* —en el que se han aplicado técnicas de análisis con significación estadística— donde los sujetos son asignados en dos grupos al azar.

Asignación de los sujetos	Grupo	Tratamiento (VI) Tipo de boletín	Medida de la VD
Azar (R) n=128 Ss	GE1	X1: Propuesta	Observación 1
Azar (R) n=108 Ss	GE2	X2: Contraste	Observación 2

Tabla I: Asignación de sujetos³.

Las **titulaciones** a las que pertenecen los 236 sujetos son las siguientes: 84 son alumnos de la titulación de Periodismo, 82 de

³ R= Muestra o grupo aleatorio. GE1/GE2= Grupo experimental. X1/ X2=Tratamiento. O1/O2=Observación. VI= Variable independiente. VD= Variable dependiente.

Comunicación Audiovisual y 70 de Publicidad y Relaciones Públicas. La **edad** media de los encuestados es de 19,96 años, el menor con 19 y el mayor con 28. El 90% de los sujetos tienen entre 19 y 21 años.

En cuanto al **sexo**, de los 360 sujetos que participaron en la investigación 78 son hombres (33%) y 158 mujeres (66%).

Por término medio **escuchan la radio** una hora y media al día. El 60% escucha la radio entre 1 y 2 horas al día, el 10% lo hace durante 3 horas, el 10% no la escucha y un 3% dedica a esta actividad 3 o más horas al día.

En el diseño de la investigación se controlaron las variables sexo y titulación, de tal forma, que hubiera la misma proporción en los dos grupos experimentales. Además, se comprobó *a posteriori* que ambos eran equivalentes en edad y en el tiempo que escuchaban al día la radio. Esto se demostró con la prueba "T para dos muestras independientes" (significación variable edad=0,75, significación variable horas=0,25).

	Boletín	N	Media	Desviación típ.	Sig. De la diferencia
EDAD	Contraste	107	19,93	1,301	0,75
	Propuesta	127	19,98	1,431	
HORAS	Contraste	100	1,429	1,0718	0,25
	Propuesta	124	1,682	1,2091	

Tabla II. Edad y horas.

Tras seleccionar la muestra, se procedió a la elaboración del cuestionario de la prueba.

2.4. El cuestionario de la prueba.

El cuestionario entregado tras la audición de los boletines ha sido el mismo para todos los grupos. Consta de tres partes:

-En la **primera**, las preguntas tienen como objetivo describir a la muestra.

-En la **segunda** se han formulado 29 preguntas cerradas —agrupadas por noticias— referentes al contenido de las informaciones que han escuchado en el boletín informativo. Son preguntas con diferente complejidad, es decir, en grado de mayor a menor dificultad de respuesta correcta. A través del método de una prueba de reconocimiento de elección forzada, los sujetos han seleccionado la información correcta entre las opciones que se ofrecen, es decir, se presentan varias alternativas de respuestas de las cuáles sólo una es verdadera.

-En la **tercera** parte —pregunta 30—, se pide a los sujetos experimentales que ordenen de forma subjetiva las noticias por nivel de comprensión del 1 al 9. Los resultados obtenidos en esta pregunta guardan relación con la autopercepción que tiene cada sujeto del grado de comprensión de las noticias que han escuchado.

El cuestionario que se aplicó a todos los grupos es el siguiente:

MARQUE SÓLO UNA RESPUESTA

<u>PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA</u>
<p>Sexo: <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer</p> <p>Edad: _____</p> <p>Titulación: <input type="checkbox"/> Comunicación Audiovisual <input type="checkbox"/> Publicidad y RRPP</p> <p>¿Cuántas horas al día escucha la radio? _____</p>
<u>SEGUNDA PARTE: RECUERDO DE NOTICIAS EN EL BOLETÍN</u>
<p>1.- ¿Por qué va a ser muy difícil encontrar con vida a los montañeros que están desaparecidos?</p> <p><input type="checkbox"/> Es una zona de muchos aludes <input type="checkbox"/> El equipo de rescate llegó tarde al lugar <input type="checkbox"/> La altitud de la montaña es muy elevada <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores</p>
<p>2.- ¿Dónde han desaparecido los montañeros?</p> <p>1. <input type="checkbox"/> Soria 2. <input type="checkbox"/> Segovia 3. <input type="checkbox"/> Burgos 4. <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores</p>
<p>3.- Los montañeros desaparecidos son:</p> <p><input type="checkbox"/> Gallegos <input type="checkbox"/> Andaluces <input type="checkbox"/> Catalanes <input type="checkbox"/> Vascos y navarros</p>

4.- ¿Dónde va a ser el entierro de la niña asesinada?

- Málaga
- Segovia
- Soria
- Ninguna de las anteriores

5.- ¿Quién es el presunto asesino de la niña?

- Un hermano del padre
- Un tío de la madre
- Un vecino de la familia
- Ninguna de las anteriores

6.- ¿Cuál es la fuente consultada para averiguar cómo transcurren las investigaciones del asesinato de la niña?

- El portavoz de la Policía Local
- El portavoz de la Guardia Civil
- El portavoz de la familia
- El Subdelegado del Gobierno

7.- ¿A quién pertenece el material incautado por las policías de España y Francia?

- A una organización juvenil próxima a Batasuna
- A la banda terrorista ETA
- A un concejal socialista
- Ninguna de las anteriores

8.- ¿A cuántas personas han detenido las policías española y francesa a lo largo de esta operación terrorista?

- 15
- 29
- 44
- Ninguna de las anteriores

9.- Entre los detenidos se encuentra un familiar de un concejal socialista. ¿Qué parentesco les une?

- Su hijo
- Su sobrino
- Su tío

<input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
10.- El Ministro del Interior en funciones, Ángel Acebes, ha pedido a la policía francesa que: <input type="checkbox"/> La operación antiterrorista continúe abierta <input type="checkbox"/> La operación antiterrorista se cierre definitivamente <input type="checkbox"/> Detengan al terrorista Mikel Gortaztu <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
11.- ¿Qué premio acaba de conceder la academia sueca de las ciencias? <input type="checkbox"/> Nobel de Física <input type="checkbox"/> Nobel de Química <input type="checkbox"/> Nobel de Medicina <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
12.- Los nombres de los dos galardonados con este premio son: <input type="checkbox"/> Tedy Newman y George Blader <input type="checkbox"/> Newman y George Blues <input type="checkbox"/> Peter Blader y Tedy Casser Marc <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
13.- ¿Con cuántos euros está dotado el premio concedido por la academia sueca? <input type="checkbox"/> 15 mil euros <input type="checkbox"/> 20 mil euros <input type="checkbox"/> 23 mil euros <input type="checkbox"/> 24 mil euros
14.- Las investigaciones de los galardonados suponen un avance en los estudios de las enfermedades que afectan a: <input type="checkbox"/> El hígado, huesos y cerebro <input type="checkbox"/> El corazón, huesos, riñón <input type="checkbox"/> El riñón, corazón y músculos <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
15.- ¿Cuántas personas perdieron la vida durante el puente de San José? <input type="checkbox"/> 25 <input type="checkbox"/> 35 <input type="checkbox"/> 40

<input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
16.- ¿En que provincia se produjo el accidente más grave? <input type="checkbox"/> Cádiz <input type="checkbox"/> Valencia <input type="checkbox"/> Murcia <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
17.- ¿Cuántas personas murieron en el accidente más grave? <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
18.- ¿De qué va a subir el precio este fin de semana? <input type="checkbox"/> Tabaco <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Gasolina <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
19.- El precio experimentará una subida de: <input type="checkbox"/> Entre 5 y 8 céntimos <input type="checkbox"/> Entre 10 y 15 céntimos <input type="checkbox"/> Entre 10 y 20 céntimos <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
20.- ¿Dónde ha habido muertos por manifestaciones de organizaciones campesinas y obreras? <input type="checkbox"/> Perú <input type="checkbox"/> Chile <input type="checkbox"/> Argentina <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
21.- ¿Qué se pide con las manifestaciones? <input type="checkbox"/> Que renuncie el presidente <input type="checkbox"/> El reconocimiento de las organizaciones de campesinos y obreros <input type="checkbox"/> Aumentar las exportaciones de gas natural

<input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
22.- ¿Cómo se llaman los premios que se van a fallar hoy? <input type="checkbox"/> Naranja y Limón 2003 <input type="checkbox"/> Planeta 2003 <input type="checkbox"/> Paz 2003 <input type="checkbox"/> Ninguno de los anteriores
23.- ¿Cuántos trabajos se han presentado a estos premios? <input type="checkbox"/> Más de 450 <input type="checkbox"/> Más de 500 <input type="checkbox"/> Más de 600 <input type="checkbox"/> Más de 700
25.- ¿Con cuántos euros está dotado el premio finalista? <input type="checkbox"/> 15 mil euros <input type="checkbox"/> 25 mil euros <input type="checkbox"/> 50 mil euros <input type="checkbox"/> 75 mil euros
26.- ¿Cómo se llama el grupo que acaba de sacar un nuevo disco al mercado? <input type="checkbox"/> Gordon <input type="checkbox"/> Solo en la ciudad <input type="checkbox"/> Cotton up <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
27.- ¿De dónde es el grupo que acaba de sacar un disco al mercado? <input type="checkbox"/> De Londres <input type="checkbox"/> De Irlanda <input type="checkbox"/> De Dinamarca <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
28.- ¿Cuándo se formó el grupo? <input type="checkbox"/> Hace 15 años <input type="checkbox"/> Hace 20 años <input type="checkbox"/> Hace 5 años

Ninguna de las anteriores

29.- ¿Cuál es el título en español del nuevo disco?

- Solos tú y yo
- La casa de mis sueños
- Tú y yo
- Solo en casa

TERCERA PARTE:
AUTOPERCEPCIÓN DE LA COMPRENSIÓN

30.- De la siguiente lista de noticias aparecidas en el boletín, coloque los números (del 1 al 9) por orden de comprensión, sabiendo que 1 es la noticia mejor comprendida y 9 la peor comprendida

- Nº ___ Los montañeros desaparecidos
- Nº ___ Entierro niña asesinada
- Nº ___ Golpe a la infraestructura de ETA
- Nº ___ Premio de la academia sueca de las ciencias
- Nº ___ Balance accidentes de tráfico puente de San José
- Nº ___ Subida de precios fin de semana
- Nº ___ Manifestaciones en Bolivia
- Nº ___ Premio que se falla dentro de unos minutos
- Nº ___ Nuevo disco de un grupo de música *pop*

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

La puntuación total de cada una de las noticias se obtiene al sumar las respuestas correctas que se corresponden a la misma información, de la siguiente manera:

-NOTICIA 1: "Los montañeros desaparecidos". Preguntas 1+2+3.

-NOTICIA 2: "Entierro niña asesinada". Preguntas 4+5+6.

-NOTICIA 3: “Golpe a la infraestructura de ETA”. Preguntas 7+8+9+10.

-NOTICIA 4: “Premio de la academia sueca de las ciencias”. Preguntas 11+12+13+14.

-NOTICIA 5: “Balance accidentes de tráfico puente de San José”. Preguntas 15+16+17.

-NOTICIA 6: “Subida de precios fin de semana”. Preguntas 18+19.

-NOTICIA 7: “Manifestaciones en Bolivia”. Preguntas 20+21.

-NOTICIA 8: “Premio que se falla dentro de unos minutos”. Preguntas 22+23+24 +25.

-NOTICIA 9: “Nuevo disco de un grupo de música *pop*”. Preguntas 26+27+28+29.

2.5. La realización de la prueba.

Para la realización del experimento se establece un **calendario** en la semana del 29 de marzo de 2004 al 1 de abril de 2004. La audición de los boletines horarios se llevó a cabo en el aula 06 de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca.

Día	Hora	Nº de sujetos
29/03/2004	G.1: 12:00h	21
	G.2: 13:00h	23
	G.3: 14:00h	26
30/03/2004	G.4: 12:00h	23
	G.5: 13:00h	18
	G.6: 14:00h	26
31/03/2004	G.7: 08:30h	23
	G.8: 13:00h	20
01/03/2004	G.9: 10:00h	18
	G.10: 13:00h	19
	G.11: 14:00h	19

La sala donde se ha realizado el experimento tiene una capacidad de 40 plazas y consta del equipamiento adecuado para reproducir el soporte —CD— donde se han registrado los dos modelos de boletín. Todos los sujetos experimentales reciben las mismas instrucciones. Las indicaciones fueron muy escuetas. Antes de comenzar con el experimento, se explica a los sujetos experimentales que se estaba realizando una investigación sobre el mensaje radiofónico y que su participación en ella era totalmente voluntaria. En ningún momento se aportaron más detalles de los objetivos de la investigación para no provocar una atención forzada.

Posteriormente cada grupo ha escuchado una vez el boletín correspondiente —*propuesta o contraste*—, según la asignación. Para que los boletines no se percibieran de forma aislada, le anteceden y le preceden unos minutos musicales. De este modo, se crea un corto período de tiempo entre el momento en el que el oyente escucha la información y el momento en el que empieza a responder a las preguntas sobre el contenido del boletín. Durante la audición no se les ha dado ninguna otra indicación.

Después de escuchar la grabación, se les ha pasado un cuestionario y explicado que sólo hay una respuesta correcta y que, ante cualquier inseguridad, era recomendable dejarla en blanco. El tiempo asignado para responder al cuestionario fue como máximo de media hora.

Posteriormente, se recogieron los cuestionarios y se agradeció amablemente su participación voluntaria en la investigación.

3. Resultados.

Para la recogida de resultados, se estableció un cálculo sobre los distintos índices de comprensión, que corresponden a los objetivos propuestos en el experimento:

- Índices de comprensión **global**.
- Índices de comprensión **por noticias**.
- Índices de comprensión **por preguntas**.

Para extraer los resultados del experimento se utiliza el programa informático de análisis estadísticos SPSS.

Los resultados se muestran tanto en tablas como en gráficas ilustrativas con el fin de facilitar la lectura de los datos de la investigación.

3.1. Índices de comprensión global.

Con el fin de obtener unos resultados más fiables, las puntuaciones de los índices de comprensión global se han calculado a través de la medición del “total de aciertos” (A) en las respuestas, del “total de errores” (E) cometidos, del total de respuestas “no contestadas” (N.C) y del “total de aciertos menos errores” $A - (E/3)$. Estos son los datos obtenidos:

	Boletín	N	Media	Mediana	Des. Típ.	Mínimo	Máximo	Centiles 25, 50 y 75
Total de aciertos (A)	Contraste	108	11,69	12	3,9	2	20	9, 12, 14
	Propuesta	128	14,34	14	3,7	5	24	12, 14, 17
Total de errores (E)	Contraste	108	9,38	9	4,0	3	21	6, 9, 12
	Propuesta	128	6,02	5	3,5	0	17	3, 5, 8
Total de “no contesta” (N.C)	Contraste	108	7,93	8	5,7	0	22	3, 8, 12
	Propuesta	128	8,64	9	4,7	0	19	6, 9, 12
Total $A - (E/3)$	Contraste	108	8,56	8,33	4,1	-0,67	17,67	5'3, 8'3, 12
	Propuesta	128	12,34	12	4,1	2,67	22,33	9'6,12, 15'3

Tabla III. Índices de comprensión global.

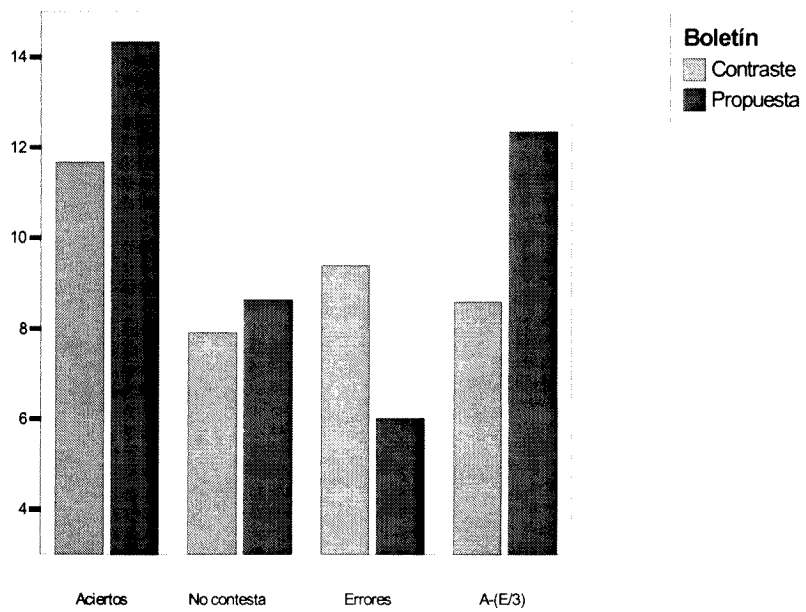


Gráfico I: Medias obtenidas de cada una de las cuatro mediciones. Datos correspondientes a la tabla III.

Una vez extraídos los datos obtenidos de las cuatro mediciones, comprobamos si las diferencias obtenidas son significativas. Para ello, se aplica la prueba de contraste “T para dos muestras independientes”, obteniéndose los resultados que mostramos a continuación:

Igualdad de varianzas		Prueba de Levene para la homogeneidad de varianzas		Prueba T para contraste de medias Sig. (bilateral)
		F	Sig.	
Total de Aciertos (A)	Se han asumido	,289	,591	,000
	No se han asumido			,000
Total de errores (E)	Se han asumido	3,465	,064	,000
	No se han asumido			,000
Total de "no contesta" (N.C)	Se han asumido	5,032	,026	,300
	No se han asumido			,308
Total A - (E/3)	Se han asumido	0,031	,861	,000
	No se han asumido			,000

Tabla IV. Prueba de contraste "T para dos muestras independientes".

Como se puede observar en la tabla IV, se aprecian diferencias claramente significativas en el "total de aciertos", en el "total de errores" y en el "total de A-(E/3)", mientras que no existe una diferencia significativa en el total de las respuestas "no contestadas". A continuación, vamos a estudiar los cuatro casos de forma aislada.

a) Índice de comprensión global: total de aciertos.

Por término medio, el índice de comprensión global, teniendo en cuenta el "total de aciertos" de los grupos que escuchan el *boletín contraste*, es de 11,69 y en el del *boletín propuesta* de 14,34. De ello se deduce que, tal y como se afirmaba en la hipótesis general, se obtienen mejores resultados de comprensión en los grupos que escuchan el *boletín propuesta* que en los que escuchan el *boletín*

contraste. Este resultado confirma entonces la hipótesis principal de esta tesis.

Los datos obtenidos —véase la tabla III— demuestran que esta tendencia a mejorar los resultados no sólo se da por término medio, sino que las bondades del *boletín propuesta* también influyen en aquellas personas que tienen las puntuaciones más bajas y más altas. Es decir, en el *boletín contraste* el índice de comprensión mínimo es de 2 aciertos, mientras que en el *boletín propuesta* es de 5. Además, el índice de comprensión máximo alcanzado en el *boletín contraste* es de 20, mientras que el obtenido en el *boletín propuesta* es de 24.

Veamos detalladamente los resultados de los boletines que merecen nuestro análisis:

Casi un 37% de los sujetos experimentales que escucharon el *boletín propuesta* recuerdan más de la mitad de las preguntas realizadas, mientras que tan sólo lo hacen el 18% de los que han escuchado el *boletín contraste*, o sea, la mitad.

Por otro lado, si consideramos como “malas puntuaciones” aquellas cuyos resultados corresponden a menos de 10 respuestas correctas de las 29 preguntas y “buenas puntuaciones” más de 19 respuestas correctas de las 29 preguntas, podemos realizar las siguientes interpretaciones:

Según el criterio anterior, en el *boletín propuesta* sólo un 10% de los sujetos experimentales obtienen puntuaciones muy bajas, mientras

que en el *boletín contraste* ha sido de un 29%. Un 10% de sujetos experimentales que han escuchado el *boletín propuesta* contestan incorrectamente a menos de 10 preguntas. Por tanto, 1 de cada 10 personas —un grupo minoritario— que escucha el *boletín propuesta* contesta correctamente a menos de un tercio de las preguntas. En cambio, entre los sujetos experimentales que han escuchado el *boletín contraste* este porcentaje asciende hasta el 29%, es decir, casi 1 de cada 3, recuerdan menos de diez preguntas.

Por otro lado, si analizamos las “buenas puntuaciones” y estudiamos en qué proporción se recuerdan muy bien las respuestas, observamos que un 9,4% —12 personas de las 128 que escuchan el *boletín propuesta*—, contestan correctamente a más de 19 preguntas, mientras que tan sólo lo hacen el 2% en el *boletín contraste* —2 personas de las 108—.

Otro dato importante es que ninguna persona de las que escuchan el *boletín contraste* acierta más de 20 preguntas, mientras que en el *boletín propuesta* hay sujetos que aciertan 24 preguntas.

En definitiva, por término medio, el número de aciertos ha sido mayor entre los sujetos experimentales que escuchan el *boletín propuesta* en comparación con los que escuchan el *boletín contraste*.

b) Índice de comprensión global: total de errores.

Los sujetos experimentales que escuchan el *boletín contraste* cometen 9,38 errores por término medio, mientras que los errores del *boletín propuesta* son de 6,02 (ver tabla III). Así, al obtener esta diferencia significativa, se comprueba la segunda hipótesis de nuestro estudio: por término medio, los sujetos experimentales cometen menos errores en las respuestas del *boletín propuesta* que en las del *boletín contraste*.

En cierto modo, estos resultados podrían esperarse tras haber comprobado la anterior hipótesis, ya que el número de aciertos y el número de errores son dos variables que están relacionadas, pero al existir la alternativa del “No contesta (N.C)” no son necesariamente proporcionales.

Los datos obtenidos —véase la tabla III— demuestran que estos resultados no sólo se dan por término medio, sino que el sujeto que ha obtenido el mayor índice de errores se encuentra entre aquellos que han escuchado el *boletín contraste* y el menor número de errores se alcanza entre los que escucharon el *boletín propuesta*. En el *boletín contraste*, el 17% de los sujetos comete 14 o más errores, llegando a un máximo de 21 respuestas incorrectas, mientras que en el *boletín propuesta*, sólo el 5% comete 14 o más errores alcanzando un máximo de 17 respuestas mal contestadas.

Por otro lado, se observa que un 27% —aproximadamente, 1 de cada 4— de los sujetos experimentales que escuchan el *boletín propuesta* comete muy pocos errores —3 o menos errores— mientras

que en el *boletín contraste* este porcentaje baja a un 4%, es decir, que la gran mayoría de sujetos comete más de 3 errores.

c) Índice de comprensión global: total de “no contesta”.

Para realizar la interpretación de los resultados del índice global de “no contesta”, es necesario tener en cuenta los resultados del índice global de aciertos y del índice global de errores. En primer lugar, hay que recordar que antes de realizar la prueba se indica a los sujetos experimentales que es preferible no contestar aquellas respuestas que no saben responder con seguridad. Por tanto, desde un punto de vista operativo, un “no contesta” en esta investigación significa un “no sabe”, es decir, la persona que no contesta a una pregunta es que no conoce la respuesta, lo cual puede considerarse como algo positivo si tenemos en cuenta los siguientes aspectos: los sujetos experimentales que han escuchado el *boletín contraste* obtienen menos aciertos, más errores y menos “no contesta”. Es decir, tras escuchar un mensaje, las personas que escuchan el *boletín contraste* no parecen mostrar seguridad en lo que han comprendido y en lo que no.

Por término medio el total de preguntas no contestadas del *boletín contraste* fue de 7,93 y, en el caso del *boletín propuesta*, fue de 8,64. Estas diferencias no son significativas para un $\alpha=0,05$, ya que la significación obtenida fue de 0,3 (ver tabla IV). Esto quiere decir que dejaron por término medio el mismo número de respuestas no contestadas en ambos boletines.

Por otro lado, la media, aunque no es diferentemente significativa, es más alta en el *boletín propuesta* que en el *boletín contraste*. Insistimos en que una posible interpretación de este resultado nos llevaría a pensar que los sujetos que escuchan el *boletín propuesta*, a diferencia de los que escuchan el *boletín contraste*, no sólo tienen más claro qué preguntas son las que han entendido correctamente sino que además saben cuándo no han entendido una noticia, de ahí los resultados más altos de “no contesta”.

De los valores obtenidos en el cálculo del índice “no contesta” podemos interpretar que el *boletín contraste* puede producir unos efectos de cierto “engaño” en los oyentes, al creer que éstos han comprendido las noticias cuando realmente los datos anteriores revelan que no ha sido así.

d) Índice de comprensión global de A-(E/3). Cálculo de resultados teniendo en cuenta los aciertos y los errores conjuntamente.

Además de las tres formas anteriores, también se calcula la puntuación del cuestionario con la siguiente fórmula: *aciertos*–(*errores*/3). Se volvieron entonces a calcular los estadísticos descriptivos y la “Prueba de contraste T para dos muestras independientes”.

Los resultados obtenidos fueron coincidentes con los anteriormente expuestos, por lo que resultó significativamente mejor el *boletín propuesta* —por término medio 12,34 puntos— que el *boletín contraste* —por término medio 8,57 puntos— (ver tabla III y IV). En este

caso, la diferencia encontrada de 3,8 puntos, fue superior que la obtenida contando sólo con el índice global de aciertos, 2,65 puntos.

Después de presentar de forma separada los diferentes resultados obtenidos de los índices de recuerdo global, mostramos a continuación un cuadro donde se recopilan los datos fundamentales que evidencian que el boletín mejor comprendido por los sujetos experimentales es el *boletín propuesta*.

ÍNDICE GLOBAL DE ACIERTOS (Si existen diferencias significativas)	
Boletín contraste	Boletín propuesta
<ul style="list-style-type: none">-Por término medio los aciertos fueron de 11'69 preguntas.-Un 18% responde correctamente a más de la mitad de las preguntas.-Un 29% (1 de cada 3) acierta menos de 10 preguntas.-Un 2% (2 de cada 108) acierta más de 19 preguntas.-El sujeto que obtuvo más puntuación acertó 20 preguntas	<ul style="list-style-type: none">-Por término medio los aciertos fueron de 14,34 preguntas.-Un 37% responde a más de la mitad de las preguntas.-Un 10% (1 de cada 10) acierta menos de 10 preguntas.-Un 9,4% (12 de los 128) aciertan a más de 19 preguntas.-El sujeto que obtuvo más puntuación o acertó 24 preguntas.

ÍNDICE GLOBAL DE ERRORES (Sí existen diferencias significativas)	
Boletín contraste	Boletín propuesta
<p>-Por término medio los errores fueron de 9,38 preguntas.</p> <p>-Un 17% cometió 14 o más errores.</p> <p>-Un 4% cometió menos de 3 errores.</p> <p>-El sujeto que cometió más errores se equivocó en 21 preguntas.</p>	<p>-Por término medio los errores fueron de 6,02 preguntas.</p> <p>-Un 5% cometió 14 o más errores.</p> <p>-Un 27% cometió menos de 3 errores.</p> <p>-El sujeto que cometió más errores se equivocó en 17 preguntas.</p>
ÍNDICE GLOBAL DE "NO CONTESTA" (No existen diferencias significativas)	
<p>-Por término medio las respuestas no contestadas fueron 7,93.</p>	<p>-Por término medio las respuestas no contestadas fueron 8,64.</p>
ÍNDICE GLOBAL DE A- (E/3) (Sí existen diferencias significativas)	
<p>-Por término medio los resultados fueron de 8,57 respuestas correctas.</p>	<p>-Por término medio los resultados fueron de 12,34 respuestas correctas.</p>

3.2. Índices de comprensión de cada una de las noticias.

Tras los índices de comprensión global, se procedió a analizar el recuerdo de cada una de las informaciones por separado.

En este caso, las puntuaciones obtenidas por cada noticia se calculan con la siguiente fórmula: $Aciertos-(errores/3)$. El estudio estadístico de contraste se lleva a cabo con pruebas no paramétricas “U de Mann-Whitney”, puesto que una vez realizado un contraste de la normalidad con la prueba “Kolmogorov-Smirnov”, resulta que ninguna de las puntuaciones totales en las noticias mostraba una distribución normal.

Asimismo, hay que tener en cuenta que, a diferencia de las puntuaciones obtenidas con el cuestionario total —29 preguntas—, la comprensión de las noticias se mide, por lo general, con muy pocas preguntas:

-Se emplean dos preguntas para medir la comprensión del contenido de dos noticias: “Precio Gasolina” y “Manifestaciones en Bolivia”.

-Tres preguntas para tres noticias: “Montañeros desaparecidos”, “Funeral niña asesinada”, “Balance accidentes tráfico”.

-Cuatro preguntas para otras cuatro noticias: “Golpe a la infraestructura de SEGUI”, “Premio Nobel”, “Premio Paz” “Concierto *Cotton up*”.

Las puntuaciones obtenidas en las noticias parecen ajustarse más a una variable medida en ordinal que en intervalo. Por esta razón, es más adecuado el uso de pruebas no paramétricas.

Un primer acercamiento al estudio de los descriptivos (ver tabla V) nos muestra que en todas las noticias las puntuaciones obtenidas, tanto con las medias como con los rangos promedios, son superiores en el grupo que escucha el *boletín propuesta* frente al que escucha el *boletín contraste*. Así pues, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Estadísticos Descriptivos				Prueba U de Mann-Whitney		
	Boletín	Media	Desv. tip.	Rango promedio	Z	Sig. Asintót. (bilatera l)
Noticia 1	Contraste	1,74	1,11	92,8	-5,8	,000
	Propuesta	2,52	,72	140,2		
Noticia 2	Contraste	1,29	,91	107,8	-2,3	,022
	Propuesta	1,46	,99	127,5		
Noticia 3	Contraste	,57	1,04	96,9	-4,5	,000
	Propuesta	1,26	1,2	136,7		
Noticia 4	Contraste	,49	1,02	101,6	-3,5	,000
	Propuesta	1,11	1,29	132,7		
Noticia 5	Contraste	,62	1,02	115,6	-0,6	,540
	Propuesta	,69	,99	120,9		
Noticia 6	Contraste	1,01	,68	101,5	-3,7	,000
	Propuesta	1,32	,71	132,8		
Noticia 7	Contraste	,53	,81	110,9	-1,6	,111
	Propuesta	,71	,88	124,8		
Noticia 8	Contraste	,34	,80	109,6	-1,9	,062
	Propuesta	,56	,92	125,9		
Noticia 9	Contraste	1,98	1,32	98,4	-4,2	,000
	Propuesta	2,68	1,26	135,5		

Tabla V. Índices de comprensión de cada una de las noticias.

Veamos, a continuación, en qué noticias puede afirmarse que estas diferencias son estadísticamente significativas. Para ello se ha establecido como criterio de contraste un $\alpha=0,05$:

-Noticias en las que se han observado **diferencias altamente significativas** ($\alpha=0,001$):

N1: Montañeros desaparecidos”.

N3: “Golpe a la infraestructura de SEGUI”.

N4: “Premio Nobel”.

N6: “Precio Gasolina”.

N9: “Concierto *Cotton up*”.

-Noticias en las que se han observado **diferencias significativas** ($\alpha=0,05$):

N2 (sig. 0,022): “Funeral niña asesinada”.

-Noticias en que se han observado diferencias que **apuntan claramente a ser significativas** ($\alpha=0,05$), y que posiblemente no lo sean por cuestiones del tamaño de la muestra:

N7 (sig. 0,11): “Manifestaciones en Bolivia”.

N8 (sig. 0,062): “Premio Paz”.

-Noticias en las que claramente **no se observan diferencias significativas**:

- N5 (sig. 0,54): "Balance accidentes tráfico".

Para una adecuada interpretación de estos resultados, nos detenemos a observar los contrastes que existen entre las noticias de ambos boletines. Son precisamente esas variaciones las que justifican las diferencias significativas en términos de comprensión encontradas en el experimento:

a) Noticias en las que se han observado diferencias altamente significativas.

NOTICIA 1: "MONTAÑEROS DESAPARECIDOS"		
	Boletín propuesta	Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 2 locutores. - Un corte de voz. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Sin cortes de voz. •
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Antecede un nexos musical (careta) - Apelaciones al oyente. - Apelaciones a la actualidad. - Redundancia: repetición de datos importantes, resumen globalizador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Antecede un nexos musical (careta). - Ausencia de apelaciones al oyente. - Menor número de apelaciones a la actualidad. - Menos elementos redundantes.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura lineal. - Estilo verbal. - Frases cortas. - Tiempos verbales en presente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura no lineal. - Estilo nominal (sustantivización). - Frases más largas. - Tiempos verbales en pasado.

Además de probar la eficacia de las estrategias que se aplican en el *boletín propuesta*, es importante resaltar que la diferencia altamente significativa puede obtenerse por la redundancia y la combinación del efecto de primacía y recencia —del que hablamos a lo largo de este estudio)— que se consigue en esta noticia. Como se puede observar en el guión, la noticia se coloca en primer lugar y se recuerda al final del *boletín propuesta*. Por otro lado también, hay que tener en cuenta el peso específico que proporciona la introducción de un corte de voz frente al estilo indirecto.

NOTICIA 3: “GOLPE A LA INFRAESTRUCTURA DE SEGUI”		
	Boletín propuesta	Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Cantidad de datos adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Cantidad excesiva de datos.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Antecede un nexo musical (golpe) - Transiciones habladas - Apelaciones a la actualidad. - Redundancia: repetición de datos importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - No le antecede ningún nexo musical. - Sin transiciones habladas. - Menor número de apelaciones a la actualidad. - No hay elementos redundantes.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura lineal. - Estilo verbal. - Frases cortas. - Tiempos verbales en presente. - Traducción de siglas. - Formas positivas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura no lineal. - Estilo nominal (sustantivización). - Frases más largas. - Tiempos verbales en pasado. - Sin traducción de siglas. - Formas negativas.

La diferencia altamente significativa puede justificarse por una correcta combinación, en el *boletín propuesta* de las estrategias comunicativas. A esto hay que sumar el efecto positivo que provoca el nexo musical —golpe— que antecede esta noticia: fijémonos sino en un detalle: la diferencia es altamente significativa en las noticias 1, 3, 4, 6 y 9, pero, ¿qué ocurre con la noticia 2? Pues bien, una posible interpretación de los resultados, en concreto, de la diferencia “altamente” significativa podría venir porque, gracias al empleo de un elemento de cohesión de naturaleza musical y a la variación del estímulo sonoro que provoca, el oyente recupera la atención que necesita para volver a estimular el proceso de comprensión y continuar con la escucha. Por tanto, en este caso, creemos que el golpe favorece la comprensión de la noticia 3.

NOTICIA 4: “PREMIO NOBEL”		
	Boletín propuesta	Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 2 locutores. - Cantidad de datos adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Cantidad excesiva de datos.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Apelaciones a la actualidad. - Redundancia: repetición de datos importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin apelaciones a la actualidad. - No hay elementos redundantes.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura lineal. - Frases cortas. - Tiempos verbales en presente. - Vocabulario sencillo. - Traducción de moneda extranjera. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura no lineal (pasivas). - Frases más largas. - Tiempos verbales en pasado. - tecnicismos. - No traducción de moneda extranjera.

Si comparamos el contenido de las noticias entre ambos boletines, observamos que la diferencia formal más destacable radica en la selección de los datos —excesivos, en la noticia del *boletín contraste*— y en la traducción de los mismos. Una posible explicación a los resultados que ponen de manifiesto la diferencia altamente significativa, puede encontrarse precisamente en esta circunstancia. Así, podemos comprobar que una acumulación de datos, por un lado, innecesarios para comprender la noticia, y, por otro, explicados mediante un vocabulario que no pertenece al lenguaje común de los sujetos experimentales —recordemos además que son estudiantes universitarios— dificulta en un alto grado la comprensión del mensaje. Imaginemos por un momento lo que ocurriría en una situación real de escucha ante una audiencia totalmente heterogénea.

NOTICIA 6: "PRECIOS GASOLINA"		
	Boletín propuesta	Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Presentada en forma de breve. - Cantidad de datos adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - No presentada en forma de breve. - Cantidad excesiva de datos.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Antecede un nexo musical (golpe). - Transición hablada. - Apelaciones a la actualidad. - Apelaciones al oyente. 	<ul style="list-style-type: none"> - No le antecede ningún nexo musical. - Sin transición hablada. - Sin apelaciones a la actualidad. - Sin apelaciones al oyente.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura lineal. - Frases cortas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura no lineal. - Frases más largas.

Si intentamos buscar de nuevo una explicación a esa diferencia altamente significativa nos encontramos con una situación que se repite. ¿Por qué existe una diferencia altamente significativa entre la noticia número 6 y no hay diferencias significativas entre la noticia número 5, si ésta se encuentra antes? Pues bien, además de las características recogidas en el cuadro anterior es necesario observar el contexto. Por una lado, la noticia 5 del *boletín contraste* contiene un número excesivo de datos muy difíciles de retener, lo que puede ocasionar en los sujetos experimentales una confusión tal, que no sólo les condiciona a no entender prácticamente la noticia sino que se produce un “efecto locomotora” que también arrastra a la noticia posterior, la noticia número 6, provocando mayores dificultades para comprenderla correctamente. A su vez, esta confusión ocasiona en los sujetos experimentales que escuchan el *boletín contraste* una saturación de la memoria a corto plazo y una pérdida de atención que sólo se vuelve a recuperar en el caso de la noticia 6 del *boletín propuesta* gracias a la introducción de un elemento de cohesión musical —un golpe— y un elemento de cohesión lingüístico —“les adelantamos otras noticias de forma más breve”—. Gracias al enlace musical, los sujetos experimentales pueden relajar su atención unos segundos —después de haber escuchado una noticia cuyos datos revelan que han considerado como compleja— para posteriormente volver a retomar y centrar la atención en la siguiente noticia mediante un nexo lingüístico. Otra de las razones fundamentales de la diferencia altamente significativa en la noticia 6 puede encontrarse en el peso fundamental que adquieren las apelaciones al oyente incluidas en el *boletín propuesta*.

NOTICIA 9: "CONCIERTO COTTON UP"		
Boletín propuesta		Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 2 locutores. - Presentada en forma de breve. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - No presentada en forma de breve.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Transición hablada. - Apelaciones a la actualidad. - Apelaciones al oyente. - Redundancia: repetición de datos importantes. - Nexo musical posterior (golpe). 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin transición hablada. - Sin apelaciones a la actualidad. - Sin apelaciones al oyente. - No hay elementos redundantes. - Sin nexos musicales posteriores.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Sin gentilicios. - Formas precisas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gentilicios. - Formas menos precisas.

La explicación a la diferencia altamente significativa de esta noticia se puede sustentar en dos factores. El primero de ellos es la utilización de una apelación directa al oyente al comenzar la información (*'Atención a los seguidores de la música pop'*). Pero, sin duda, la razón que ha llevado a suscitar en los sujetos experimentales un interés mayor es el tema de la noticia. Ya hemos comentado a lo largo de este estudio, que la atención está condicionada por el interés subjetivo de la audiencia. Si tenemos en cuenta las edades de los miembros de la muestra, entenderemos fácilmente por qué esta noticia concentra más su atención.

b) Noticias en las que se han observado diferencias significativas.

Si buscamos una interpretación a la diferencia significativa, de nuevo nos encontramos con que una adecuada combinación de estrategias comunicativas aplicadas a través de sus correspondientes reglas puede conseguir una mejor comprensión de las noticias donde se incluyen.

NOTICIA 2: “FUNERAL NIÑA ASESINADA”		
Boletín propuesta		Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 2 locutores. - Conexión. - Corte de voz. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Sin conexión. - Sin corte de voz.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Transición hablada. - Apelaciones a la actualidad. - Apelaciones al oyente. - Redundancia: repetición de datos importantes. - Nexo musical posterior (golpe). 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin transición hablada. - Menor número de apelaciones a la actualidad. - Sin apelaciones al oyente. - No hay elementos redundantes. - Sin nexo musical posterior.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempos verbales en presente. - Estructura lineal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempos verbales en pasado. - Estructura no lineal.

Tal y como se puede observar, el contraste principal entre la forma de la noticia número 2 del *boletín contraste* y la del *boletín propuesta* se halla en la conexión y en la grabación que contiene. Por ello, podemos suponer que la variación del estímulo sonoro que se

origina con la introducción de nuevas voces y nuevos escenarios produce mayores inferencias y un cambio en la atención de los sujetos experimentales que escuchan la noticia 2 del *boletín propuesta*.

c) Noticias en las que se han observado diferencias que apuntan claramente a ser significativas.

NOTICIA 7: “MANIFESTACIONES EN BOLIVIA”		
	Boletín propuesta	Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Presentada en forma de breve. - Cantidad de datos adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - No presentada en forma de breve. - Cantidad excesiva de datos.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Transición hablada. - Apelaciones a la actualidad. - Redundancia: repetición de datos importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin transición hablada. - Menor número de apelaciones a la actualidad. - No hay elementos redundantes.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempos verbales en presente. - Estructura lineal. - Frases cortas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempos verbales en pasado. - Estructura no lineal. - Frases más largas.

Entre las dos noticias del *boletín contraste* y *propuesta* no existen diferencias significativas, pero sí se han observado algunas que apuntan claramente a ser significativas (Ver tabla V) y que posiblemente no lo sean por el tamaño de la muestra experimental.

NOTICIA 8: "PREMIO PAZ"		
Boletín propuesta		Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Presentada en forma de breve. - Cantidad de datos adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - No presentada en forma de breve. - Cantidad excesiva de datos.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Transición hablada. - Apelaciones a la actualidad. - Redundancia: repetición de datos importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin transición hablada. - Menor número de apelaciones a la actualidad. - No hay elementos redundantes. - Sin nexos musicales posteriores.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Redondeo de cifras. - Empleo de cardinal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cifras sin redondear. - Ordinal elevado.

Entre estas dos noticias tampoco se han hallado diferencias significativas. Sin embargo, los datos señalan que sí apuntan a ser significativas (Ver tabla V). Como en el caso anterior, quizá si la muestra hubiera sido más amplia se hubiera alcanzado la diferencia significativa.

d) Noticias en las que no se han observado diferencias significativas.

NOTICIA 5: “BALANCE ACCIDENTES TRÁFICO”		
	Boletín propuesta	Boletín contraste
Coherencia	<ul style="list-style-type: none"> - 2 locutores. - Cantidad de datos más adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 locutor. - Cantidad excesiva de datos.
Cohesión	<ul style="list-style-type: none"> - Transición hablada. - Redundancia: repetición de datos importantes. - Con nexos musicales posteriores (golpe). 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin transición hablada. - No hay elementos redundantes. - Sin nexos musicales posteriores.
Adecuación	<ul style="list-style-type: none"> - Frases cortas. - Tiempos verbales en presente. - Expresiones más sencillas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Frases más largas. - Tiempos verbales en pasado. - Expresiones más complejas.

La noticia 5 es aquella en la que se observan menos diferencias. Si nos fijamos en la tabla número V, se puede comprobar el bajo nivel de comprensión que obtienen los sujetos experimentales que escuchan esta noticia en ambos boletines. A primera vista, este resultado nos hace pensar, en que la aplicación de la adecuación en la noticia 5 del *boletín propuesta* no es del todo apropiada; en concreto nos referimos al exceso de referencias numéricas que se incluyen, una cantidad que parece desproporcionada para la extensión de la noticia. Aunque bien

es cierto que la selección de datos es más acertada en la noticia 5 del *boletín propuesta* (ver guión), su nivel de comprensión no alcanza las cotas deseadas, por lo que interpretamos que la depuración de datos debería ser, en este caso, aún mayor. A la vista de los resultados obtenidos en la medición de esta noticia, podemos comprobar que la cantidad excesiva de datos numéricos puede haber saturado la memoria a corto plazo de los sujetos experimentales de ambos boletines obstaculizando el proceso de comprensión.

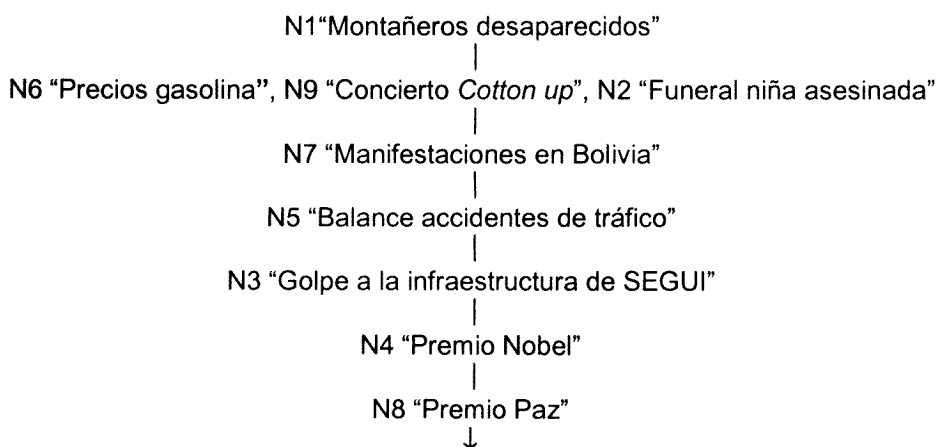
A modo de conclusión, podemos decir que la diferencia significativa de los resultados obtenidos en la medición de cada noticia pone de relieve la eficacia de una correcta combinación de la coherencia, la cohesión y la adecuación. Es decir, en líneas generales podemos concluir que los sujetos experimentales obtienen un mayor índice de comprensión en aquellas noticias elaboradas con coherencia, cohesión y adecuación: densidad informativa más adecuada, orden lógico de los elementos, inclusión de citas con grabación (frente a las citas indirectas), presentación a dos voces, lenguaje familiar, redundancia apropiada, traducción de moneda extranjera y siglas poco conocidas, apelaciones al oyente, referencias temporales próximas, redondeo de cifras, frases breves, nexos musicales precedentes y nexos lingüísticos.

Otro de los objetivos que nos habíamos planteado era comprobar **el orden en que se comprenden las noticias** en el boletín radiofónico. En este sentido, el resultado que se observa es que, en ambos boletines, los sujetos experimentales mantienen el mismo orden de comprensión de las noticias. Así, los resultados revelan que:

-La noticia que más se recuerda en ambos boletines es la **N1**.

-Se recuerdan aproximadamente en el mismo orden las noticias **N6, N9 y N2**.

-Las que menos se recuerdan -por orden-: **N7, N5, N3, N4 y N8** — siendo esta última la que menos se recuerda—.



Boletín	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9
Contraste	5,80	4,30	1,41	1,22	2,07	5,06	2,67	,86	4,94
Propuesta	8,40	4,88	3,16	2,78	2,29	6,64	3,57	1,41	6,71

Tabla VI⁴.

⁴ Cálculo obtenido después de dividir la puntuación total entre el número de preguntas y multiplicar por 10. Así, la puntuación máxima para una persona que haya respondido correctamente a todas las preguntas acerca de una noticia obtendrá una puntuación de 10.

La tabla II podría expresarse gráficamente de la siguiente manera:

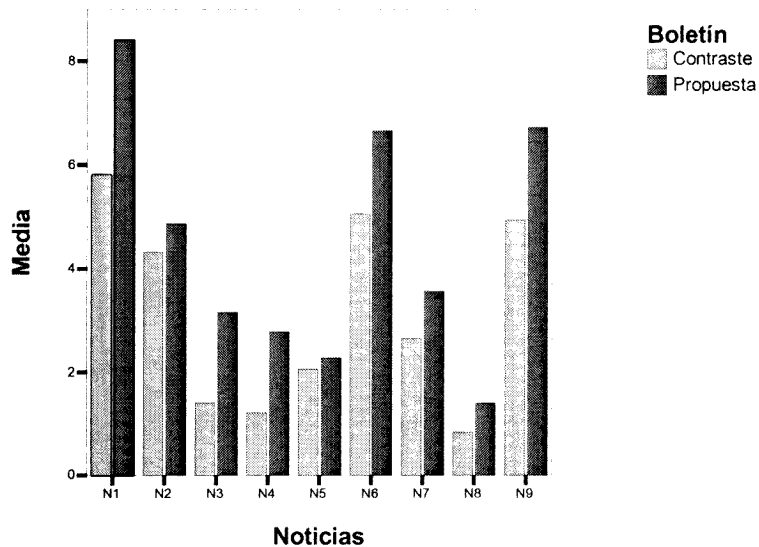
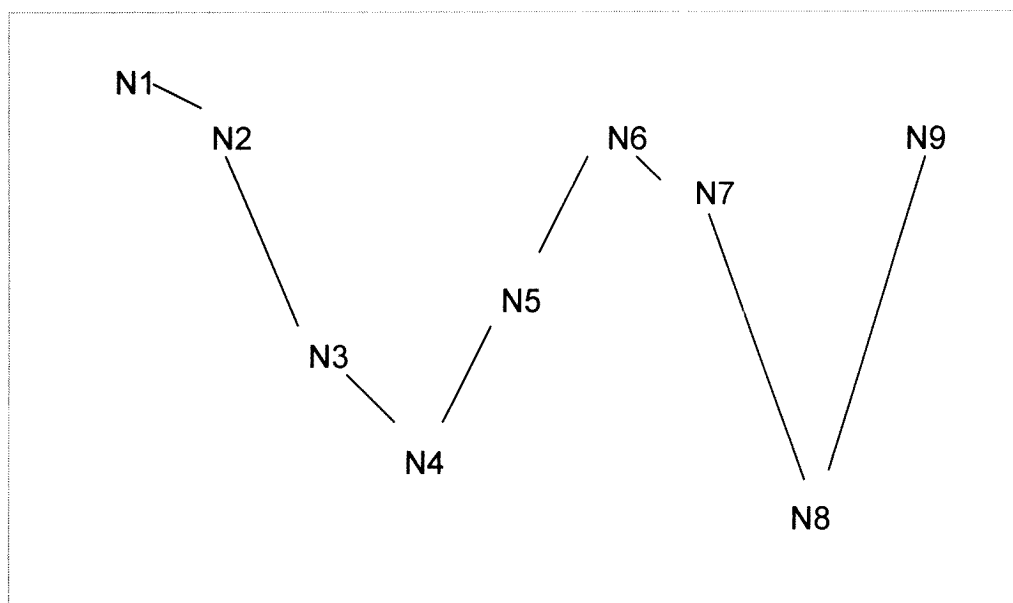


Gráfico II. Comparativa de las noticias por orden de comprensión (tabla VI).

A la vista de los resultados podemos confirmar el *efecto de posición* producido por el efecto de primacía y de recencia, ya que los datos revelan que se recuerdan mejor las noticias aparecidas en primer lugar (N1) y la última (N9). Observamos también cómo, a medida que va transcurriendo el boletín, los sujetos experimentales tienen más dificultades para comprender las noticias, lo que nos hace sospechar en una pérdida progresiva de la atención, pese a que existen pequeñas subidas y bajadas en las puntuaciones.

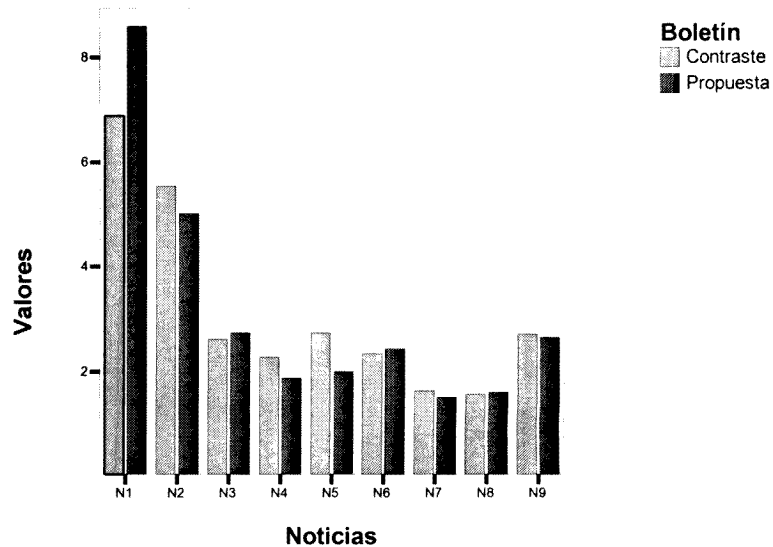


Niveles de atención.

Así pues observamos que el primer nivel mínimo de atención se encuentra en la N4 a los 3 minutos de comenzar el boletín. A partir de ese momento, comienza a remontar hasta alcanzar de nuevo una cota elevada en la N6 a los 3 minutos y medio. En el caso del *boletín contraste*, la llamada de atención puede deberse al cambio de extensión de la noticia con respecto a las que le preceden, mientras que en el *boletín propuesta* se deriva del cambio de presentación en forma de breves y los nexos musicales y lingüísticos. A partir de ese momento, la atención sufre una caída importante hasta la N8, que es la que menos interés suscita. Esto sucede en el minuto 4. Por último, ya hemos comentado que el contenido de la noticia 9 provoca de nuevo la subida de atención final.

De todas formas que el orden de evocación sea igual para los sujetos experimentales de ambos boletines resulta cuanto menos curioso. Una posible interpretación a este resultado tan uniforme es que la atención de la audiencia se mantiene de forma oscilante, es decir, va y viene. Esto significa que la atención puede recuperarse aún sin ningún elemento de estimulación. Cada cierto tiempo, el oyente puede volver a prestar atención, bien por una razón subjetiva o bien por la introducción de algún elemento de novedad en el estímulo sonoro.

Por último, se ha realizado una comparativa de la pregunta nº 30 en los dos boletines para medir **la autopercepción de los sujetos experimentales**. Recordemos que en esta pregunta los sujetos experimentales deben ordenar las noticias por el nivel de dificultad — del 1 al 9— que ellos mismos encuentran en la comprensión de cada noticia. Pues bien, los resultados revelan que los sujetos que escuchan ambos boletines coinciden en su autopercepción sobre lo que han comprendido de cada noticia, es decir, no existen diferencias. Los sujetos de ambos boletines coinciden en reconocer que recuerdan mejor la primera y la segunda noticia y el resto por igual. Lo vemos gráficamente:



Gráfica III. Comparativa de la pregunta nº 30 de los dos boletines.

Por otro lado, si comparamos los resultados de las dos últimas gráficas (II y III), podemos comprobar si existe una correspondencia entre las puntuaciones reales obtenidas sobre el recuerdo de las noticias y cuál es la percepción que tienen los sujetos experimentales de lo que han comprendido. Gráficamente, se observa que la única diferencia se encuentra en la última noticia ya que los sujetos no perciben el efecto de recencia, es decir, creen que la última noticia (N9) no la comprenden bien, pero los datos demuestran que sí la entienden correctamente. Otra discordancia se encuentra en la N6; los sujetos experimentales creen que no la recuerdan, pero en realidad sí lo hacen.

3.3. Índices de comprensión por preguntas.

También nos ha parecido interesante reflejar las diferencias que existen entre los índices de aciertos de cada una de las preguntas que se formulan en el cuestionario. Estos son los resultados obtenidos:

Tabla de diferencias significativas en las preguntas del cuestionario según el boletín⁵					
	Coef. Contingencia	Significación		Coef. Contingencia	Significación
Pregunta 1	0,218	0,003	Pregunta 16	0,078	0,485
Pregunta 2	0,223	0,002	Pregunta 17	0,102	0,288
Pregunta 3	0,351	0,000	Pregunta 18	0,146	0,078
Pregunta 4	0,121	0,175	Pregunta 19	0,259	0,000
Pregunta 5	0,021	0,950	Pregunta 20	0,138	0,101
Pregunta 6	0,219	0,003	Pregunta 21	0,043	0,803
Pregunta 7	0,495	0,000	Pregunta 22	0,161	0,044
Pregunta 8	0,191	0,012	Pregunta 23	0,141	0,092
Pregunta 9	0,182	0,017	Pregunta 24	0,055	0,700
Pregunta 10	0,039	0,839	Pregunta 25	0,028	0,910
Pregunta 11	0,059	0,665	Pregunta 26	0,135	0,112
Pregunta 12	0,210	0,004	Pregunta 27	0,270	0,000
Pregunta 13	0,355	0,000	Pregunta 28	0,222	0,000
Pregunta 14	0,326	0,000	Pregunta 29	0,031	0,890
Pregunta 15	0,129	0,136			

Tabla VII. Índices de aciertos por preguntas.

⁵ Ver el anexo único incluido al final de esta tesis, donde también se recogen los datos correspondientes a "errores" y "no contesta".

a) Se obtienen **diferencias altamente significativas** en las respuestas de las siguientes preguntas:

-Pregunta 27.- ¿De dónde es el grupo que acaba de sacar un disco al mercado?

Aciertos: "Boletín contraste" 39,8% "Boletín propuesta" 67,2%.

-Pregunta 28.- ¿Cuándo se formó el grupo?

Aciertos: "Boletín contraste" 34,3% "Boletín propuesta" 55,5%.

b) Se obtienen **diferencias significativas** en las respuestas de las preguntas:

-Pregunta 1.- ¿Por qué va a ser muy difícil encontrar con vida a los montañeros que están desaparecidos?

Aciertos: "Boletín contraste" 69,4% "Boletín propuesta" 82,8%

-Pregunta 2.- ¿Dónde han desaparecido los montañeros?

Aciertos: "Boletín contraste" 63,0% "Boletín propuesta" 82,8%.

-Pregunta 3.- Los montañeros desaparecidos son:

Aciertos: "Boletín contraste" 66,7% "Boletín propuesta" 95,3%.

-Pregunta 6.- ¿Cuál es la fuente consultada para averiguar cómo transcurren las investigaciones del asesinato de la niña?

Aciertos: "Boletín contraste" 19,4% "Boletín propuesta" 15,6%.

Teniendo en cuenta que al azar suele haber un 25% de aciertos, podemos deducir que se trata de una pregunta muy difícil. Sólo la han contestado correctamente un 19,6% del *boletín contraste* y un 15% del *boletín propuesta*. Casi nadie la ha acertado de ambos boletines. De hecho, un 36% del *propuesta* reconoce que no lo sabe.

-Pregunta 7.- ¿A quién pertenece el material incautado por las policías de España y Francia?

Aciertos: "Boletín contraste" 5,7% "Boletín propuesta" 57,8%.

Si observamos el anexo del boletín contraste sólo responden correctamente un 5,6%. Por tanto, es una pregunta que lleva a la confusión, porque sólo al azar debería haber un índice de aciertos aproximado de un 25%.

-Pregunta 8.- ¿A cuántas personas han detenido las policías española y francesa a lo largo de esta operación terrorista?

Aciertos: "Boletín contraste" 13,0% "Boletín propuesta" 24,2%.

-Pregunta 9.- Entre los detenidos se encuentra un familiar de un concejal socialista. ¿Qué parentesco les une?

Aciertos: "Boletín contraste" 38,9% "Boletín propuesta" 21,9%.

La mayoría afirma que "no lo sabe", en concreto un 50% en el *boletín propuesta*. Curiosamente responden con más aciertos en el *boletín contraste*. Quizá habría que replantearse esta pregunta

que, en principio, a los sujetos experimentales les resulta complicada de responder.

-Pregunta 12.- Los nombres de los dos galardonados con este premio son:

Aciertos: "Boletín contraste" 43,5% "Boletín propuesta" 42,2%.

Sí hay diferencia significativa, pero en el *boletín propuesta* hay casi un 40% que reconoce que no lo sabe.

-Pregunta 13.- ¿Con cuántos euros está dotado el premio concedido por la academia sueca?

Aciertos: "Boletín contraste" 5,6% "Boletín propuesta" 23,4%.

-Pregunta 14.- Las investigaciones de los galardonados suponen un avance en los estudios de las enfermedades que afectan a:

Aciertos: "Boletín contraste" 16,7% "Boletín propuesta" 32,8%.

En el *boletín propuesta* responden más aciertos, menos errores y más "no contesta".

-Pregunta 18.- ¿De qué va a subir el precio este fin de semana?

Aciertos: "Boletín contraste" 87,0% "Boletín propuesta" 90,6%.

-Pregunta 19.- El precio experimentará una subida de:

Aciertos: "Boletín contraste" 28,7% "Boletín propuesta" 50,0%.

-Pregunta 22.- ¿Cómo se llaman los premios que se van a fallar hoy?

Aciertos: "Boletín contraste" 40,7% "Boletín propuesta" 57%.

c) No se han encontrado diferencias significativas en las respuestas a las preguntas:

-Pregunta 4.- ¿Dónde va a ser el entierro de la niña asesinada?

Aciertos: "Boletín contraste" 63,0% "Boletín propuesta" 74,2%.

-Pregunta 5.- ¿Quién es el presunto asesino de la niña?

Aciertos: "Boletín contraste" 80,6% "Boletín propuesta" 82,0%

-Pregunta 10.- El Ministro del Interior en funciones, Ángel Acebes, ha pedido a la policía francesa que:

Aciertos: "Boletín contraste" 63,9% "Boletín propuesta" 64,1%.

-Pregunta 11.- ¿Qué premio acaba de conceder la academia sueca de las ciencias?

Aciertos: "Boletín contraste" 45,4% "Boletín propuesta" 46,1%.

-Pregunta 15.- ¿Cuántas personas perdieron la vida durante el puente de San José?

Aciertos: "Boletín contraste" 19,4% "Boletín propuesta" 15,6%.

Es muy difícil de responder en ambos boletines. Habría que revisar la formulación de esta pregunta.

-Pregunta 16.- ¿En que provincia se produjo el accidente más grave?

Aciertos: "Boletín contraste" 27,8% "Boletín propuesta" 34,4%.

-Pregunta 17.- ¿Cuántas personas murieron en el accidente más grave?

Aciertos: "Boletín contraste" 42,6% "Boletín propuesta" 39,8%.

-Pregunta 20.- ¿Dónde ha habido muertos por manifestaciones de organizaciones campesinas y obreras?

Aciertos: "Boletín contraste" 48,1% "Boletín propuesta" 61,7%.

No hay diferencias significativas, pero los resultados apuntan a ello. Probablemente se conseguiría si el tamaño de la muestra fuera mayor.

-Pregunta 21.- ¿Qué se pide con las manifestaciones?

Aciertos: "Boletín contraste" 26,9% "Boletín propuesta" 28,9%.

-Pregunta 23.- ¿Cuántos trabajos se han presentado a estos premios?

Aciertos: "Boletín contraste" 4,6% "Boletín propuesta" 3,1%.

Se trata de una pregunta muy difícil. Se entiende prácticamente igual en ambos boletines.

-Pregunta 24.- La edición de estos premios ocupa el número:

Aciertos: "Boletín contraste" 11,1% "Boletín propuesta" 11,7%.

-Pregunta 25.- ¿Con cuántos euros está dotado el premio finalista?

Aciertos: "Boletín contraste" 15,7% "Boletín propuesta" 14,8%.

-Pregunta 26.- ¿Cómo se llama el grupo que acaba de sacar un nuevo disco al mercado?

Aciertos: "Boletín contraste" 81,5% "Boletín propuesta" 90,6%.

-Pregunta 29.- ¿Cuál es el título en español del nuevo disco?

Aciertos: "Boletín contraste" 66,7% "Boletín propuesta" 68,0%.

De los resultados obtenidos de la medición del índice de comprensión de cada pregunta, observamos que hay 15 respuestas con diferencias significativas -2 altamente significativas y 13 con diferencias significativas- y 14 respuestas sin diferencias significativas. De las respuestas con diferencias significativas, se advierte lógicamente su correspondencia con aquellas noticias cuyos índices de comprensión son más altos y obtienen también diferencias significativas. Del mismo modo, no se observan diferencias significativas en aquellas preguntas que se refieren a las noticias cuyas puntuaciones no resultan ser diferentes.

Por otro lado, a través de los resultados de esta medición, se observa que un buen número de las preguntas en las que no se han detectado diferencias significativas, y en las que se han obtenido puntuaciones más bajas, se refieren a cuestiones cuantitativas; por lo que en líneas generales, podemos deducir que los sujetos experimentales de ambos boletines han retenido con bastante dificultad

los conceptos numéricos —de las 7 preguntas numéricas del cuestionario, 2 preguntas sí obtienen diferencias significativas frente a 5 que no las alcanzan—. Del mismo modo, los sujetos experimentales de ambos boletines responden correctamente a un mayor número de preguntas cuyas respuestas se refieren a cuestiones algo más generales; es decir, retienen mejor nombres comunes, lugares, personas o situaciones.

Como ya habíamos advertido, en el caso de la medición por preguntas, no podemos hablar de la bondad de las estrategias comunicativas propuestas, puesto que no actúan sobre elementos aislados. Es decir, no resultaría pertinente relacionar las diferencias significativas o las diferencias no significativas que se han obtenido de cada una de las respuestas con el éxito o la eficacia de las estrategias comunicativas ya que éstas operan con un objetivo comunicativo que afecta a unidades más amplias. Sin embargo, una vez que obtuvimos los resultados nos pareció también un material importante del que se podían sacar datos bastante interesantes y del que había que dejar constancia en esta tesis.

4. Conclusiones.

Tras la realización del experimento, la principal conclusión que podemos extraer es la siguiente:

Los sujetos experimentales comprendieron mejor el *boletín propuesta* que el *boletín contraste*. Por tanto, las estrategias

comunicativas entendidas como el conjunto de reglas que deben configurar el plan de actuación intencional y cooperativo del emisor radiofónico a la hora de elaborar un boletín horario, consiguieron mayor eficacia comunicativa, por cuanto son capaces de configurar la estructura del boletín radiofónico, proporcionar unidad al conjunto y adaptarse al contexto comunicativo.

Esta es la conclusión general de la que podemos extraer otras específicas, derivadas del análisis de cada uno de los índices de comprensión que hemos trabajado:

4.1. Conclusiones sobre los índices de comprensión global.

-El boletín propuesta se comprende mejor que el boletín contraste. Las puntuaciones obtenidas a través de las distintas mediciones de recuerdo global revelan que los sujetos experimentales comprenden mejor el *boletín propuesta*, elaborado a partir de las estrategias comunicativas formuladas en esta tesis. Por tanto, la combinación de estrategias comunicativas derivadas del ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva favorece la comprensión del boletín radiofónico.

-El índice de comprensión global no supera en ninguno de los dos casos el 50%. Es decir, a pesar de que el *boletín propuesta* obtiene los mejores resultados en términos de comprensión, los sujetos que lo escuchan no llegan a comprender ni la mitad del boletín. En general, se podría decir que en ambos casos se comprende menos del

50% de la información contenida en los boletines. Este dato es especialmente significativo si tenemos en cuenta que las condiciones de recepción en la prueba experimental son totalmente óptimas. Imaginemos lo que ocurriría tras la escucha de un boletín en condiciones normales; no es muy difícil sospechar que el índice de recuerdo bajaría considerablemente.

-El número total de aciertos es superior en el *boletín propuesta*. Por término medio el índice de comprensión global, teniendo en cuenta el “total de aciertos” de los grupos que escuchan el *boletín contraste*, es de 11,69 y en el del *boletín propuesta* de 14,34. Además, en el *boletín contraste* el índice de comprensión mínimo es de 2 aciertos, mientras que en el *boletín propuesta* es de 5. Por último, el índice de comprensión máximo alcanzado en el *boletín contraste* es de 20, mientras que el obtenido en el *boletín propuesta* es de 24. De todo ello se deduce que se obtienen mejores resultados de comprensión en los grupos que escuchan el *boletín propuesta* que en los que escuchan el *boletín contraste*.

-El número total de errores es superior en el *boletín contraste*. Los sujetos experimentales que escuchan el *boletín contraste* cometen 9,38 errores por término medio, mientras que los errores del *boletín propuesta* son de 6,02. Así, al obtener esta diferencia significativa, se comprueba la segunda hipótesis de nuestro estudio: por término medio, los sujetos experimentales cometen menos errores en las respuestas del *boletín propuesta* que en el *boletín contraste*.

-El boletín contraste no aporta seguridad de comprensión en los sujetos experimentales que lo escuchan. Podemos concluir que los sujetos que escucharon el *boletín contraste* no son del todo conscientes de su —bajo— nivel de comprensión es decir, sus resultados no son consecuentes con el resto de los índices totales. Sus respuestas ponen de manifiesto que, en realidad, han comprendido menos de lo que ellos creen. Esta circunstancia nos lleva a pensar que la forma en la que se ha elaborado el *boletín contraste* no sólo genera menores índices de comprensión, sino que, en cierta manera, puede confundir a quien lo escucha.

-El índice de comprensión global de A-(E/3) confirma que la comprensión es superior en el boletín propuesta frente al boletín contraste. Los resultados obtenidos han demostrado que es significativamente más comprensible el *boletín propuesta*, en el que se obtienen por término medio 12,34 respuestas acertadas, frente al *boletín contraste*, donde sólo se contestan correctamente 8,57 respuestas.

4.2. Conclusiones sobre los índices de comprensión de cada una de las noticias.

-La aplicación de las estrategias comunicativas beneficia la comprensión de la mayoría de las noticias. En líneas generales, podemos concluir que los sujetos experimentales obtienen un mayor índice de comprensión en aquellas noticias elaboradas con coherencia, cohesión y adecuación.

En concreto, se ha beneficiado la comprensión de las noticias del *boletín propuesta* frente a las del *boletín contraste* en los siguientes aspectos:

-Alternancia de voces: dos locutores.

-Variación de géneros: noticias-crónica.

-Aplicación de nexos: transiciones habladas, musicales y nexos lingüísticos (redundancias, apelaciones al oyente y a la actualidad).

-Adecuación de la sintaxis: estructura lineal de la oración, frases breves, sustantivos concretos, formas positivas, traducción y redondeo de cifras, explicación de siglas poco conocidas, estilo verbal, construcciones verbales activas y en tiempo presente.

-Adecuación del léxico: vocabulario familiar y omisión de los gentilicios en favor de la procedencia.

La aplicación de estas reglas ha provocado diferencias altamente significativas en cinco noticias, diferencias significativas en una noticia y diferencias que apuntan claramente a ser significativas en dos noticias. Sólo existe una noticia en la que no se han manifestado diferencias significativas.

-El orden de comprensión de cada una de las informaciones del *boletín propuesta* y el *boletín contraste* es el mismo. Los sujetos experimentales que escucharon ambos boletines comprenden en el mismo orden las noticias. A la vista de los resultados, podemos

confirmar el *efecto de posición* producido por el efecto de primacía y de recencia, ya que los datos revelan que se recuerdan que los sujetos experimentales recuerdan mejor las noticias aparecidas en primer lugar y en último.

-La autopercepción de la comprensión en ambos boletines es similar. Los sujetos que escuchan ambos boletines coinciden en su autopercepción sobre lo que han comprendido de cada noticia. Los sujetos de ambos boletines reconocen que recuerdan mejor la primera y la segunda noticia y el resto por igual. Por tanto, existe una correspondencia entre las puntuaciones reales obtenidas sobre el recuerdo de las noticias y cuál es la percepción que tienen los sujetos experimentales de lo que han comprendido.

4.3. Conclusiones sobre los índices de comprensión por preguntas.

-Las preguntas correspondientes a noticias con mayores índices de comprensión son las que más se recuerdan. De las respuestas con diferencias significativas, se advierte lógicamente una correspondencia con aquellas noticias cuyos índices de comprensión son más altos y obtienen también diferencias significativas. Del mismo modo, no se observan diferencias significativas en aquellas preguntas que se refieren a las noticias cuyas puntuaciones no resultan ser diferentes significativamente.

-Las preguntas que menos se recuerdan son las referidas a datos cuantitativos. Los sujetos experimentales de ambos boletines

han retenido con bastante dificultad los conceptos numéricos -de las 7 preguntas numéricas del cuestionario, 2 preguntas sí obtienen diferencias significativas frente a 5 que no las alcanzan—. Del mismo modo, responden correctamente a un mayor número de preguntas cuyas respuestas se refieren a cuestiones algo más generales; es decir, retienen mejor nombres comunes, lugares, personas o situaciones.

Una vez presentado el experimento y comentado los resultados obtenidos, el último paso, antes de concluir esta tesis, es presentar las conclusiones generales de la investigación completa.

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES.

1. Conclusiones de contexto.

1. El propósito de todo intercambio comunicativo finaliza en el proceso de recepción con la comprensión del mensaje por parte del oyente radiofónico. La comprensión del oyente condiciona el significado y el sentido de la comunicación radiofónica. El mensaje tiene que ser recibido y los contenidos tienen que ser, no sólo entendidos, sino también aceptados e incorporados a la vida diaria del receptor.

2. El oyente ejerce un papel esencial en el proceso comunicativo radiofónico. Por eso, se concibe al destinatario como un sujeto activo. Primero, porque para escuchar los mensajes tiene que prestar atención y, segundo, porque ha de comprenderlos.

3. La comunicación radiofónica comprensible garantiza una interacción eficaz entre emisor y receptor. Plantear la comunicación radiofónica de forma comprensible, no sólo cumple con la pretensión última del proceso comunicativo, sino que supone proporcionar al oyente la posibilidad de que pueda utilizarla en algún momento. La

utilidad de la comunicación se traduce en la comprobación real de que se ha producido una interacción eficaz entre emisor y receptor.

4. La responsabilidad primera que determina la comprensión, descansa en quien elabora y emite el mensaje: el comunicador radiofónico. El objetivo del emisor es siempre conectar con el receptor por encima de cualquier otra satisfacción. De esta manera, la comprensión no sólo depende de las condiciones de recepción del destinatario sino de la habilidad del propio emisor en la construcción de su mensaje.

5. La comprensión auditiva está condicionada tanto por las características de recepción del oyente como por la naturaleza del canal radiofónico. Las características perceptivas del oyente y la naturaleza sonora del canal radiofónico son determinantes en la comprensión del mensaje. La recepción radiofónica, en tanto que auditiva, no siempre implica una concentración plena por parte del oyente. Por otro lado, la condición de medio estrictamente sonoro supone que en la radio los mensajes se presentan de forma fugaz y en tiempo presente.

2. Conclusiones del estudio.

1. La comprensión auditiva, como primer condicionante en la forma de recepción del mensaje, se concibe como un proceso cognitivo complejo compuesto por distintas fases. El ciclo se inicia cuando un sujeto receptor se expone ante un *estímulo sonoro* a través de un proceso periférico de entrada de información que denominamos

audición. En este paso, el individuo necesita ayudarse de uno de los procesos superiores que controlan el ciclo de comprensión: la *memoria*. Si ese estímulo resulta de interés para el oyente, junto a la memoria se activa el segundo de los procesos superiores, es decir, la *atención*. Una vez que se ha comenzado a prestar atención al estímulo sonoro, es cuando se pone en marcha el proceso central de la *escucha* gracias a una serie de habilidades de descodificación que son la *detección*, el *reconocimiento*, la *selección*, la *interpretación*, la *anticipación*, la *inferencia* y la *retención*. El oyente realiza entonces un proceso complejo de categorización de dicho sonido, lo cual desemboca en la fase última de la *comprensión*.

1.1. La exposición al estímulo sonoro es requisito imprescindible para que se ponga en marcha el proceso de comprensión. La estimulación debe ser lo suficientemente intensa como para que pueda ser detectada por las células sensoriales receptoras. Para que un sonido sea perceptible, debe reunir unas mínimas características definidas por las cualidades del tono, la intensidad, la duración y el timbre, a fin de que se produzca la detección y la audición del estímulo en condiciones óptimas de recepción.

1.2. El proceso periférico de la audición, como punto inicial del procesamiento de la comprensión auditiva, permite detectar los estímulos sonoros del medio. La audición es un proceso periférico —de entrada de información— que está considerada como un paso previo y necesario para el desarrollo del resto de los procesos

implicados en el ciclo de procesamiento de la comprensión. El sujeto descubre ese estímulo a través de las ondas sonoras y realiza un primer análisis de las cualidades acústicas relevantes de tono, intensidad, duración y timbre, lo que le permite distinguir unos sonidos de otros.

1.3. Las habilidades de descodificación activan y controlan el funcionamiento del proceso de comprensión. Estas habilidades son el reconocimiento, la selección, la interpretación, la anticipación, la inferencia y la retención. Mediante el reconocimiento, el sujeto clasifica los sonidos como alguno de los fonemas que componen la lengua. A través de la selección, el sujeto selecciona los sonidos, las palabras, las expresiones y las ideas que ha reconocido previamente para agruparlas en unidades coherentes y significativas. La interpretación es el proceso mediante el cual el receptor atribuye un sentido determinado a las unidades significativas extraídas en el proceso de selección. Mediante la habilidad de la anticipación, el oyente es capaz de prever una situación y, por tanto, puede prestar una mayor atención e interés sobre lo que va a escuchar a continuación. La inferencia es la habilidad que posee el individuo para percibir más información de la que se le ofrece explícitamente en el mensaje. Por último, a través de la retención, el sujeto conserva en la denominada memoria a corto plazo —MCP— aquellos datos que considera importantes y necesarios para continuar con la descodificación del mensaje.

1.4. El proceso central de la escucha, como segunda fase del procesamiento de la comprensión auditiva, se caracteriza por ser un acto intencional que necesita de la atención para que pueda llevarse a cabo. El oyente adopta entonces una actitud de atención hacia el sonido con el propósito de percibir su sentido, es decir, de identificarlo e interpretarlo. La escucha puede ser causal, cuando se recurre al sonido mismo para obtener información sobre su procedencia; semántica, cuando se emplea para interpretar un código, por ejemplo, el lenguaje hablado, y reducida, cuando se centra en el propio sonido como objeto de análisis, despojándolo de sus causas y significados.

1.5. El fenómeno de la comprensión, como última fase del procesamiento, se manifiesta a través del reconocimiento y comprensión de todas las unidades significativas que componen la secuencia acústica. Para comprender cualquier enunciado, por muy sencillo que sea, el sujeto debe realizar además un conjunto complejo de habilidades que regulan el funcionamiento específico de la comprensión a nivel fonológico, léxico, sintáctico, semántico y pragmático.

1.6. La atención, como proceso superior que controla gran parte del ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva, permite la activación de la escucha del oyente. La atención se caracteriza por su orientación selectiva o habilidad para seleccionar el estímulo que se va a percibir; por su capacidad limitada de procesamiento, puesto que el ser

humano sólo es capaz de atender a un número limitado de estímulos, y por la situación de alerta o vigilancia como disposición general del organismo que el sujeto utiliza para procesar información. El carácter selectivo de la atención implica que está sujeta a diversos condicionantes que podrían clasificarse como factores psico-fisiológicos y factores psicosociales y de personalidad del individuo.

1.7. La memoria, como segundo proceso superior que controla gran parte del ciclo del procesamiento de la comprensión auditiva, posibilita el almacenamiento, la codificación y el registro de la información para una recuperación posterior. Existen tres tipos de memoria: el registro sensorial o memoria instantánea, la memoria a corto plazo o memoria de trabajo y la memoria a largo plazo. El primer almacén de la memoria es la instantánea en la que se registra la información que llega a los sentidos. La memoria a corto plazo representa un tipo de memoria inmediata, primaria, que se encarga de retener la información que ha sido transferida desde el registro sensorial. Por último, la memoria a largo plazo es el almacén de aquella información que debe conservarse durante un largo período de tiempo.

2. El canal radiofónico, como segundo condicionante en la comprensión del mensaje, se caracteriza por su naturaleza estrictamente sonora, su temporalidad, alta penetración y rapidez. Por tanto, los mensajes radiofónicos que el oyente percibe se manifiestan como temporales, lineales, irreversibles, fugaces,

permanentes, ubicuos, inmediatos, instantáneos y simultáneos; todas ellas cualidades determinantes en el proceso de elaboración de contenidos comprensibles. Esto obliga al comunicador radiofónico a emplear un lenguaje coloquial culto y a guiarse por los principios de corrección, claridad, concisión, atracción y redundancia.

2.1. Las características del canal convierten a la radio en un medio propicio para transmitir contenidos informativos.

La rapidez con que es capaz de trasladar la información al oyente provoca que los contenidos informativos adquieran gran importancia en la programación radiofónica. La información en la radio mantiene como referencia los criterios de actualidad (novedad), periodicidad y difusión y se guía por el criterio informativo como aquel que permite calificar la transmisión de unos determinados datos como correctos desde un punto de vista periodístico.

2.2. El boletín radiofónico es el programa informativo que mejor se adapta a las demandas de información de la audiencia.

Dentro de los programas informativos (flash informativo, boletín de resumen, informativo principal e informativo especial), el boletín horario constituye para el oyente de radio convencional una de las mejores maneras de estar informado continuamente sobre lo que está sucediendo. Se trata del programa informativo más elemental que se define por su frecuente periodicidad —cada hora— y su breve duración —no supera los cinco minutos—. Al ser el boletín un informativo de breve duración, se trabaja casi exclusivamente

con géneros de monólogo, es decir, noticias, crónicas y excepcionalmente informes. La estructura del boletín se caracteriza por su sencillez y diversidad.

3. La comprensión del oyente radiofónico, condicionada por una capacidad perceptiva limitada y por la naturaleza transitoria del mensaje radiofónico, depende de la aplicación de estrategias comunicativas en la construcción del mensaje. Puesto que a nivel discursivo han de reflejarse las características perceptivas del oyente radiofónico, el comunicador debe entonces concebir la producción de sus mensajes como una actividad intencional y cooperativa. Esto significa que ha de componer el discurso informativo de manera que el oyente no sólo lo comprenda, sino que lo haga con el menor esfuerzo posible. Construir discursos intencionales y cooperativos entonces supone guiarse por un proyecto previo que tiene en cuenta la forma de comprender de la audiencia radiofónica, es decir, supone valerse de una serie de estrategias comunicativas.

3.1. Las estrategias comunicativas de coherencia, cohesión y adecuación activan el ciclo de procesamiento de la comprensión auditiva. Las estrategias, como el conjunto de reglas que definen el plan intencional y cooperativo del emisor, se caracterizan por su coordinación y planificación, puesto que operan a través de las reglas; por su intención, al ser aplicadas por el emisor radiofónico en función de su objetivo de comprensión; por su cooperación, ya que producen mensajes eficaces, y por su anticipación, puesto que emanan del comportamiento audiocomprensivo de los oyentes.

Por tanto, cuando un comunicante utiliza una estrategia está previendo el tipo de procesamiento que espera ponga en funcionamiento el oyente, reduciendo así el gasto de energía que éste ha de emplear en sus procesos mentales de comprensión.

3.2. La aplicación de las estrategias comunicativas de coherencia, cohesión y adecuación en el boletín radiofónico favorecen la comprensión del mensaje informativo. La estrategia de coherencia es aquella que determina la estructura del mensaje informativo destacando el contenido relevante. La estrategia de cohesión se define como el conjunto de reglas que relacionan y conectan las distintas unidades del discurso informativo. Por último, la estrategia de adecuación implica adaptar el discurso al contexto comunicativo.

3.2.1. La estrategia de coherencia configura una estructura informativa ordenada y lógica en el boletín radiofónico. A través de esta estrategia, se asegura una continuidad de sentido y un orden lógico en todos los elementos que componen el boletín radiofónico para que el oyente reciba y comprenda el mensaje sin esfuerzo, de forma ordenada y coherente.

Dentro de esta estrategia, la coherencia externa actúa en la unidad superior del boletín: en la estructura del programa, incluyendo la forma de presentación. La

coherencia externa favorece el procesamiento a nivel pragmático, capta la atención y refuerza el recuerdo de las informaciones, gracias a una adecuada delimitación, jerarquización y distribución de todo el material informativo.

Por otro, la coherencia interna afecta a las estructuras menores, es decir, a los géneros: la estructura de la noticia, el informe y la crónica y, con ello, también a los documentos sonoros que se incluyan. La coherencia interna favorece el procesamiento a nivel pragmático y mantiene el interés del oyente, gracias a la ordenación de las informaciones en unidades —géneros con documentos sonoros— perfectamente identificables.

3.2.2. La estrategia de cohesión relaciona y conecta las distintas unidades del discurso informativo en el boletín radiofónico. Por tanto, su objetivo fundamental es ayudar al oyente a que reconozca e interprete el discurso como un mensaje global y conexo.

Por un lado, la cohesión externa se define como la conexión que se establece en la unidad superior del boletín, es decir, la unión entre las distintas informaciones que lo integran. La cohesión externa capta, recupera, relaja y dirige la atención, refuerza y reorienta la memoria y aumenta la velocidad de procesamiento, gracias a las

transiciones lingüísticas, musicales y paralingüísticas que relacionan las informaciones.

Por su parte, la cohesión interna sería la unión que afecta al nivel inferior, es decir, a las oraciones. La cohesión interna favorece el procesamiento a nivel fónico, sintáctico, semántico y pragmático y colabora con el buen funcionamiento de la memoria a corto plazo, gracias a los nexos lingüísticos que se establecen entre oraciones adyacentes y a los nexos fonológicos y fonéticos.

3.2.3. La estrategia de adecuación adapta el discurso informativo del boletín radiofónico al contexto comunicativo. Proporciona entonces la adecuación del mensaje informativo al código radiofónico. Su propósito fundamental es ayudar al oyente a comprender e interpretar correctamente todas y cada una de las unidades que constituyen el discurso informativo.

Por un lado, la adecuación externa afecta a la sintaxis. Su aplicación facilita la correcta interpretación de las informaciones y favorece el procesamiento sintáctico, gracias a una adecuada estructura, extensión y disposición de los elementos sintácticos de la frase.

Por otro lado, la adecuación interna afecta al léxico. Esta estrategia garantiza la correcta descodificación y favorece el procesamiento a nivel léxico, gracias a la

utilización de un vocabulario de fácil comprensión para la audiencia.

3.3. La aplicación de las estrategias comunicativas de coherencia, cohesión y adecuación en el boletín radiofónico ha generado índices de comprensión superiores en la prueba empírica. De esta forma, el índice de comprensión global de las informaciones en el boletín radiofónico que las aplica ha sido superior al del boletín contraste: el número total de aciertos es superior (14,34 frente a 11,69), el número de respuestas acertadas también es superior (12,34 frente a 8,57) mientras que el número total de errores es inferior (6,02 frente a 9,38). A pesar de ello, el índice de comprensión global no supera en ninguno de los dos casos el 50 por ciento. Este dato es especialmente significativo si tenemos en cuenta que las condiciones de recepción en la prueba experimental son totalmente óptimas. Imaginemos lo que ocurriría tras la escucha de un boletín en condiciones normales.

En líneas generales, los sujetos experimentales obtienen un mayor índice de comprensión en aquellas noticias elaboradas con densidad informativa más adecuada, orden lógico de los elementos, inclusión de citas con grabación, presentación a dos voces, lenguaje familiar, redundancia apropiada, traducción de moneda extranjera y siglas poco conocidas, apelaciones al oyente, referencias temporales

próximas, redondeo de cifras, frases breves, nexos musicales precedentes y nexos lingüísticos.

Por otro lado, en las respuestas con diferencias significativas, se advierte lógicamente una correspondencia con aquellas noticias cuyos índices de comprensión son más altos y obtienen también diferencias significativas. Por último, las preguntas que menos se recuerdan son las referidas a datos cuantitativos.

BIBLIOGRAFÍA.

- ALARCOS, Emilio: *Gramática de la Lengua Española*. Espasa, Madrid, 2001.
- ALCOBA, Santiago (coord.): *La oralización*. Ariel, Barcelona, 1999.
- ARNHEIM, Rudolf: *Estética radiofónica*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- ATORRESI, Ana: *Los géneros radiofónicos*. Colihue, Argentina, 1999.
- BALLESTEROS JIMÉNEZ, Soledad y GARCÍA RODRÍGUEZ, Beatriz: *Procesos psicológicos básicos*. Editorial Universitas, Madrid, 1998.
- BALSEBRE, Armand: *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1994.
—*La credibilidad de la radio informativa*, Feed-Back, Barcelona, 1994.
- BAREA, Pedro y MONTALVILLO, Roberto: *Radio: redacción y guiones*. Servicio de publicaciones del País Vasco, Bilbao, 1992.
- BEINHAUER, Werner: *El español coloquial*. Gredos, Madrid, 1985.
- BELINCHÓN CARMONA, Mercedes, IGOA GONZÁLEZ, José Manuel, RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Psicología del lenguaje. Investigación y teoría*. Estructuras y procesos, Madrid, 1992.
- BLANCH, Margarita: *Cómo se miden las audiencias en radio*. CIMS, Barcelona, 1998.
- BLANCO ALFONSO, Ignacio y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Pilar: *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*. Fragua, Madrid, 2004.
- BOLINGER, Dwight: *Intonation and its uses*. Edward Arnold, Great Britain, 1989.
- BRAJNOVIC, Luka: *El ámbito científico de la información*. Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1991.

- BRIÑOL TORNES, Pablo, De la CORTE IBÁÑEZ, Luis y BECERRA GRANDE, Alberto: *¿Qué es persuasión?* Biblioteca Nueva, Madrid, 2001.
- BUSTOS SÁNCHEZ, Inés (coord.): *La percepción auditiva. Un enfoque transversal*. ICCE, Madrid, 2001.
- CADENA COPE: *Libro de Estilo COPE*. Madrid, 2003.
- CARDONA DE GIBERT, Ángeles: *Manual de ortografía moderna*. Bruguera, Barcelona, 1980.
- CASSANY, Daniel: *La cocina de la escritura*, Anagrama, Barcelona, 2002.
—*Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*. Paidós, Barcelona, 1997.
- CASTRO PEDROZO, Edinson: *Así se diseñan programas radiofónicos*. Ediluz, Venezuela, 2001.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información audiovisual: Concepto, técnica expresión y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995.
—*Información radiofónica. Mediación, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1994.
—*La mediación técnica de la información radiofónica*. Mitre, Barcelona, 1983.
- CHANTLER, Paul; STEWART, Peter: *Basic Radio Journalism*. Focal Press, Oxford, 2003.
- CHION, Michel: *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1998.
—*El sonido*. Paidós, Barcelona, 1999.
- COLMENERO JIMÉNEZ, José María: *Percepción, atención y memoria*. Colección apuntes, Universidad de Jaén, Jaén, 1997.

- COOPER, David. J.: *Cómo mejorar la comprensión lectora*. Visor, Madrid, 1990.
- De ANDA y RAMOS, Francisco: *La radio: el despertar del gigante*. Trillas, México, 1997.
- De BEAUGRANDE, Robert-Alain y DRESSLER, Wolfgang Ulrich: *Introducción a lingüística del texto*. Ariel, Barcelona, 1997.
- De CERTEAU, M.: *La invención de lo cotidiano*. Artes de Hacer, Universidad Iberoamericana, México, 1996.
- De VEGA, Manuel: *Introducción a la psicología cognitiva*. Alianza editorial, Madrid, 1995.
- DELCLAUX, Isidoro y SEOANE, Julio: *Psicología cognitiva y procesamiento de la información*. Pirámide, Madrid, 1982.
- DEMBER, William, N. Y WARM, Joel S.: *Psicología de la percepción*. Alianza Psicología, Madrid, 1990.
- DÍEZHANDINO NIETO, M^a Pilar: *Periodismo de servicio: la utilidad como complemento informativo en Time, Newsweek y U.S. News and World Report, y unos apuntes del caso español*. Bosch, Barcelona, 1994.
- ECO, Humberto: *Apocalípticos e integrados*. Lumen, Barcelona, 1981.
- FAUS BELAU, Ángel: *La radio: Introducción a un medio desconocido*. Guadiana de Publicaciones, Madrid, 1973.
- FERNÁNDEZ ASÍS, Victoriano: *Radio-televisión, información y programas. Las incógnitas de los medios electrónicos*. Servicio de Publicaciones del Ente Público RTVE, Madrid, 1986.
- GÁRATE LARREA, Milagros: *La comprensión de cuentos en los niños. Un enfoque cognitivo y sociocultural*. Siglo XXI de España Editores, Madrid, 1994.

- GARCÍA GONZÁLEZ, Aurora: *Manual del comunicador radiofónico*. Cims, Barcelona, 2001.
- GARCÍA UCEDA, Mariola: *Las claves de la publicidad*. Ediciones Especial Cinco Día, Madrid, 1995.
- GARRIDO MEDINA, Joaquín: *Idioma e información. La lengua española de la comunicación*. Síntesis, Madrid, 1994.
- GOLDSTEIN, E. Bruce: *Sensación y percepción*. Debate, Madrid, 1988.
- GONZÁLEZ CONDE, María Julia: *Comunicación Radiofónica*. Universitas, Madrid, 2001.
- GUITIÉRREZ, María y PERONA, Juan José: *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Bosch, Barcelona, 2002.
- GUSKI, Rainer: *La percepción. Diseño psicológico de la información humana*. Biblioteca de Psicología, Barcelona, 1992.
- HAUSMAN, Carl; BENOIT, Philip y O'Donell, Lewis: *Producción en la radio moderna*. Thompson Learning, México, 2000.
- HILLS, George: *Los informativos en radiotelevisión*. IORTV, Madrid, 1987.
- HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAÉZ, Juan José: *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Bosch, Barcelona, 1999.
- LAHEY, Benjamín B.: *Introducción a la psicología*. McGraw-Hill, Madrid, 1999.
- LEIPP, Émile: *La machine à écouter. Essai de psycho-acoustique*. Masson, Paris, 1977.
- LÓPEZ VIGIL, José Luis: *Manual urgente para radialistas apasionados*. Silva, Ecuador, 2000.

- LOZANO, Jorge y PEÑA-MARÍN, ABRIL, Gonzalo: *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Cátedra, Madrid, 1986.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Curso general de redacción periodística*. Mitre, Barcelona, 1983.
- MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar (coord.): *Información radiofónica*. Ariel, Barcelona, 2002.
- Reinventar la radio. Actas de las XV Jornadas Internacionales de la Comunicación*. Eunate, Pamplona, 2001.
- MATEOS SAINZ de MEDRANO, Vicente: *La radio: voz, sonido e información*. Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, 2003.
- MAZA PÉREZ, Maximiliano y CERVANTES DE COLLADO, Cristina: *guión para medios audiovisuales: cine, radio y televisión*. Pearson Educación, México, 1994.
- MCCOY, Quincy: *No Static. A Guide to Creative Radio Programming*. Backbeat Books, San Francisco, 1999.
- McLEISH, R.: *Técnicas de creación y realización en radio*. IORTV, Madrid, 1985.
- MENESES, Joao Paulo: *Tudo o que se passa na TSF... para um 'Livro de Estilo'*. Edição Jornal de Notícias, Porto, 2003.
- MERAYO PÉREZ, Arturo: *La magia radiofónica de las palabras. Aproximación a la lingüística en el mensaje de la radio*. Cervantes, Salamanca, 2001.
- Para entender la radio*. Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000.
- Curso Práctico de Técnicas de Comunicación Oral*. Tecnos, Madrid, 1998.

- MÍNGUEZ, Norberto y VILLAGRA, Nuria: *La comunicación. Nuevos discursos y perspectivas*. Edipo, Madrid, 2004.
- MUÑOZ GONZÁLEZ, José Javier: *Radio Educativa*. Librería Cervantes, Salamanca, 1994.
- MUÑOZ, J.J. y GIL, César: *La radio. Teoría y práctica*. IORTV, Madrid, 1994.
- NEISSER, Ulric: *Procesos cognitivos y realidad. Procesos e implicaciones de la psicología cognitiva*. Marova, Madrid, 1981.
- NEWMAN, John F.: *Periodismo radiofónico*. LIMUSA, Méjico, 1991.
- NOIZET, Georges: *De la perception à la compréhension du langage*. Puf, Paris, 1980.
- NORMAN, Donald A.: *El procesamiento de la información en el hombre. Memoria y atención*. Paidós, México, 1988.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *El lenguaje de los "media". Introducción a una teoría de la actividad periodística*. Pirámide, Madrid, 1979.
- Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*. Editorial Síntesis, Madrid, 1993.
- Teoría y práctica de la construcción del texto: investigación sobre gramaticalidad, coherencia y transparencia de la elocución*. Ariel, Barcelona, 1993.
- OLIVA, Lluçia y SITJÀ, Xavier: *Las noticias en televisión*. Instituto Oficial de Radio Televisión Española, Barcelona, 1992.
- ONDA CERO: *Guía de estilo de Onda Cero Radio*. Madrid, 1996.
- ORTIZ, Miguel Ángel y VOLPINI, Federico: *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. Paidós, Barcelona, 1995.
- PALACIOS MEJÍA, Luz Amparo: *La comunicación humana. Teoría, elementos, bases*. Paulinas, Bogotá, 1983.

- PRADO, Emilio: *Estructura de la información radiofónica*. Mitre, Barcelona, 1985.
- PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Psicología básica. Introducción al estudio de la conducta humana*. Pirámide, Madrid, 1995.
- QUESADA MARCO, Sebastián: *Resumen práctico de gramática española*. SGEL, Madrid, 1997.
- QUILIS, Antonio y HERNÁNDEZ, César: *Curso de Lengua Española*. Quilis y Hernández, Valladolid, 1980.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Ortografía de la Lengua Española*. Espasa, Madrid, 1999.
- RIES, Al y TROUT, Jack: *Posicionamiento*. McGraw-Hill, Madrid, 1997.
- RIVIÈRE GÓMEZ, Ángel: *Psicología del lenguaje. Investigación y teoría*. Estructuras y procesos, Madrid, 1992.
- RODERO ANTÓN, Emma: *Producción Radiofónica*. Cátedra, Madrid, 2005.
- Locución Radiofónica*. IORTV y Universidad Pontificia de Salamanca, Madrid, 2003.
- Manual práctico para la realización de entrevistas y reportajes en la radio*. Cervantes, Salamanca, 2001.
- RODERO, Emma y MERAYO, Arturo: *La información radiofónica en Castilla y León. Análisis de los informativos regionales*. Junta de Castilla y León, Valladolid, 1997.
- RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós, 1998.
- RTVE-RNE: *Manual de estilo de Radio Nacional de España. Manual de estilo para informadores de radio*. Madrid, 1980.
- SAIZ OLMO, Jesús: *Periodismo de radio. De los estudios al ciberespacio*. Universidad Cardenal Herrera CEU, Valencia, 2005.

- SANABRIA, Francisco: *Información Audiovisual. Teoría y Técnica de la Información Radiofónica y Televisiva*. Bosch Comunicación, Barcelona, 1994.
- SANTOS DÍEZ, María Teresa: *Periodismo Radiofónico*. Universidad del País Vasco, Bilbao, 2003.
- SCHAEFFER, Pierre: *Tratado de los objetos musicales*. Alianza, Madrid, 1996.
- SECO, Manuel: *Gramática esencial del español*. Espasa Calpe, Madrid, 1989.
- SOENGAS, Xosé: *Informativos radiofónicos*. Cátedra, Madrid, 2003.
- SOSA, José Manuel: *La entonación del español. Su estructura fónica, variabilidad y dialectología*. Cátedra, Madrid, 1999.
- STEIL, L., SUMMERFIELD, J., De MORE, G.: *Cómo escuchar bien y entender mejor*. Deusto, Bilbao, 1989.
- TAPIA FERNÁNDEZ, Jesús: *Las noticias por la radio. Recuerdo y calidad*. Marzo 80, Barcelona, 1994.
- TUBAU, Iván: *Periodismo Oral. Hablar y escribir para radio y televisión*. Paidós, Barcelona, 1993.
- VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Comunicación, Barcelona 1990.
- La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Paidós, Barcelona, 1978.
- VERDERBER, Rudolph: *¡Comunícate!* Thompson Editores, México, 1999.
- VILAR, Josefina y VILLEGAS, Teodoro: *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica*. Plaza y Janés, México, 1988.

VV.AA.: *Documentación de las Ciencias de la Información*. Ediciones Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1989.

VV.AA.: *Manual de prácticas de redacción periodística. La noticia*. UPSA, Salamanca, 2000.

WIMMER, Roger D. y DOMINICK, Joseph R.: *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch, Barcelona, 1996.

WINOCUR, Rosalía: *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Gedisa, Barcelona, 2002.

OTRAS FUENTES.

ARBIETO TORRES, Kenny: "La atención". *Psicología de la Educación para padres y profesionales*, en www.psicologia.com.

BONETE PERALES, Enrique: "Responsabilidad social de los medios de comunicación", en *Actas del III Congreso Católicos y vida pública. Retos de la nueva sociedad de información*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU y Fundación Santa María, Madrid, 2002, vol.1.

CABELLO, Maite: "La comprensión y expresión oral". *Cervantes*, nº 0, marzo de 2001.

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS: *Barómetro de Octubre*. Estudio 2.541, octubre de 2003.

COUSIDO, Pilar: "Manifestaciones temporales de la información", en VV.AA.: *Documentación de las Ciencias de la Información*. Ediciones Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1989.

DIARIO LA VANGUARDIA, 27-11-2003.

- FARABET, René: "Palabras y sonidos en el éter. Escribir con sonidos".
Telos, nº 60, julio-septiembre de 2004.
- GALLEGO LÓPEZ, Carlos: "Lenguaje", en PUENTE FERRERAS, Aníbal (coord.): *Psicología básica. Introducción al estudio de la conducta humana*. Pirámide, Madrid, 1995.
- GARZÓN, Adela y SEOANE, Julio: "La memoria desde el procesamiento de información", en DELCLAUX, Isidoro y SEOANE, Julio: *Psicología cognitiva y procesamiento de la información*. Pirámide, Madrid, 1982.
- GUINSBERG, Enrique: "¿Qué buscan los receptores? Una perspectiva psicológica y psicoanalítica". *Telos*, Fundesco, Madrid, nº 48, diciembre de 1996-febrero de 1997.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Miriam: "La comprensión auditiva en L2".
Glosas didácticas, nº 6, marzo de 2001.
- HIDALGO NAVARRO, Antonio: *Entonación y conversación coloquial. Sobre el funcionamiento demarcativo-integrador de los rasgos suprasegmentales*. Universitat de Valencia, col. Tesis Doctorals en Microfitxes, Valencia, 1996.
- LEGORBURU, José María: "Funciones del boletín de noticias en la construcción de la imagen corporativa de las emisoras de radio".
Información Pública, vol. II, nº 1, junio de 2004.
- "La temporalidad, factor condicionante de la edición y producción de los boletines horarios", en MINGUEZ, Norberto y VILLAGRA, Nuria: *La comunicación. Nuevos discursos y perspectivas*. Edipo, Madrid, 2004.
- LÓPEZ EIRE, Antonio: "Retórica y Publicidad", en Curso Superior de Filología Hispánica *Lenguaje y persuasión I*. Universidad de Salamanca, 10 de julio de 1998.

- MARTÍN BARBERO, Jesús: "Euforia tecnológica y malestar en la teoría", en *Diálogos de la Comunicación*, Revista de FELAFACS, Lima, abril, 1988.
- MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar: "El proceso de escritura de la Información Radiofónica", en MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar (coord.): *Información radiofónica*. Ariel, Barcelona, 2002.
- MATA, Cristina: "La Radio: una relación comunicativa". *Diálogos de la Comunicación. Revista de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)*, n° 35, Lima, 1983.
- MERAYO PÉREZ, Arturo: "La construcción del relato informativo radiofónico", en MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar (coord.): *Información radiofónica*. Ariel, Barcelona, 2002.
- PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel: "Programación informativa en la radio generalista", en MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar (coord.): *Información radiofónica*. Ariel, Barcelona, 2002.
- PEREIRA GARZA, Manuel: "La percepción auditiva de la noticia radiofónica. Una investigación experimental". *Telos*, n° 28, Diciembre-Febrero de 1991.
- RODERO ANTÓN, Emma: "La presentación de la Información Radiofónica", en MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar (coord.): *Información radiofónica*. Ariel, Barcelona, 2002.
- ROMO, Cristina: "El lenguaje seductor de la radio", en *I Congreso Internacional de la Lengua Española*, Zacatecas, abril de 1999.
- RUÍZ VARGAS, José María y BOTELLA, Juan: "Atención y capacidad de procesamiento de la información", en DELCLAUX, Isidoro y SEOANE, Julio: *Psicología cognitiva y procesamiento de la información*. Pirámide, Madrid, 1982.

- SÁNCHEZ GUTIÉRREZ, Rosalía: *Comprensibilidad de la noticia radiofónica. Tesina de licenciatura*, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1994.
- SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN: *Proyecto de Normas de Estilo*. Texto mecanografiado, Madrid, 1990.
- SOENGAS, Xosé: "La descodificación en la narración sonora: las imágenes auditivas", en 7º CICLO de OTOÑO. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, noviembre de 2003.
- TARDO FERNÁNDEZ, Yaritzza: "Para un enfoque didáctico integral de las estrategias de comunicación oral en la enseñanza del Español como lengua extranjera", en <http://www.sgci.mec.es/redele/revista3/tardo.htm>.
- TERRÓN, J. L.: "El silencio en el lenguaje radiofónico". *Tesis doctoral*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 1991.

ANEXO.

A continuación se detallan las tablas que reflejan las puntuaciones obtenidas al calcular el índice de recuerdo de cada una de las preguntas.

Pregunta nº 1

1.- ¿Por qué va a ser muy difícil encontrar con vida a los montañeros que están desaparecidos?

1. Es una zona de muchos aludes
2. El equipo de rescate llegó tarde al lugar
3. La altitud de la montaña es muy elevada
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 1	Correcta	Recuento	75	106	181
		% de Boletín	69,4%	82,8%	76,7%
	Incorrecta	Recuento	28	12	40
		% de Boletín	25,9%	9,4%	16,9%
	No lo sé	Recuento	5	10	15
		% de Boletín	4,6%	7,8%	6,4%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,218	,003
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 2

2.- ¿Dónde han desaparecido los montañeros?.

1. Soria
2. Segovia
3. Burgos
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 2	Correcta	Recuento	68	106	174
		% de Boletín	63,0%	82,8%	73,7%
	Incorrecta	Recuento	34	20	54
		% de Boletín	31,5%	15,6%	22,9%
	No lo sé	Recuento	6	2	8
		% de Boletín	5,6%	1,6%	3,4%
Total		Recuento	108	128	236
		% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,223	,002
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 3

3.- Los montañeros desaparecidos son:

1. Gallegos
2. Andaluces
3. Catalanes
4. Vascos y navarros

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 3	Correcta	Recuento	72	122	194
		% de Boletín	66,7%	95,3%	82,2%
	Incorrecta	Recuento	19	2	21
		% de Boletín	17,6%	1,6%	8,9%
	No lo sé	Recuento	17	4	21
		% de Boletín	15,7%	3,1%	8,9%
Total		Recuento	108	128	236
		% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,351	,000
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 4

4.- ¿En dónde va a ser el entierro de la niña asesinada?

- Málaga
 Segovia
 Soria
 Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 4	Correcta	Recuento	68	95	163
		% de Boletín	63,0%	74,2%	69,1%
	Incorrecta	Recuento	26	21	47
		% de Boletín	24,1%	16,4%	19,9%
	No lo sé	Recuento	14	12	26
		% de Boletín	13,0%	9,4%	11,0%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,121	,175
N de casos válidos		236	

- Asumiendo la hipótesis alternativa.
- Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 5

5.- ¿Quién es el presunto asesino de la niña?

1. Un hermano del padre
2. Un tío de la madre
3. Un vecino de la familia
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 5	Correcta	Recuento	87	105	192
		% de Boletín	80,6%	82,0%	81,4%
	Incorrecta	Recuento	15	16	31
		% de Boletín	13,9%	12,5%	13,1%
	No lo sé	Recuento	6	7	13
		% de Boletín	5,6%	5,5%	5,5%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,021	,950
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 6

6.- ¿Cuál es la fuente consultada para averiguar cómo transcurren las investigaciones del asesinato de la niña?

1. El portavoz de la Policía Local
2. El portavoz de la Guardia Civil
3. El portavoz de la familia
4. El Subdelegado del Gobierno

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 6	Correcta	Recuento	21	20	41
		% de Boletín	19,4%	15,6%	17,4%
	Incorrecta	Recuento	69	61	130
		% de Boletín	63,9%	47,7%	55,1%
	No lo sé	Recuento	18	47	65
		% de Boletín	16,7%	36,7%	27,5%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,219	,003
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 7

7.- ¿A quién pertenece el material incautado por las policías de España y Francia?

1. A una organización juvenil próxima a Batasuna
2. A la banda terrorista ETA
3. A un concejal socialista
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 7	Correcta	Recuento	6	74	80
		% de Boletín	5,6%	57,8%	33,9%
	Incorrecta	Recuento	99	47	146
		% de Boletín	91,7%	36,7%	61,9%
	No lo sé	Recuento	3	7	10
		% de Boletín	2,8%	5,5%	4,2%
Total	Recuento		108	128	236
	% de Boletín		100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,495	,000
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 8

8.- ¿A cuántas personas han detenido las policías española y francesa a lo largo de esta operación terrorista?

1. 15
 2. 29
 3. 44
 4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 8	Correcta	Recuento	14	31	45
		% de Boletín	13,0%	24,2%	19,1%
	Incorrecta	Recuento	70	59	129
		% de Boletín	64,8%	46,1%	54,7%
	No lo sé	Recuento	24	38	62
		% de Boletín	22,2%	29,7%	26,3%
Total		Recuento	108	128	236
		% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,191	,012
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 9

9.- Entre los detenidos se encuentra un familiar de un concejal socialista. ¿Qué parentesco les une?

1. Su hijo
2. Su sobrino
3. Su tío
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 9	Correcta	Recuento	42	28	70
		% de Boletín	38,9%	21,9%	29,7%
	Incorrecta	Recuento	25	38	63
		% de Boletín	23,1%	29,7%	26,7%
	No lo sé	Recuento	41	62	103
		% de Boletín	38,0%	48,4%	43,6%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,182	,017
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 10

10.- El Ministro del Interior en funciones, Ángel Acebes, ha pedido a la policía francesa que:

1. La operación antiterrorista continúe abierta
2. La operación antiterrorista se cierre definitivamente
3. Detengan al terrorista Mikel Gortazu
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 10	Correcta	Recuento	69	82	151
		% de Boletín	63,9%	64,1%	64,0%
	Incorrecta	Recuento	16	16	32
		% de Boletín	14,8%	12,5%	13,6%
	No lo sé	Recuento	23	30	53
		% de Boletín	21,3%	23,4%	22,5%
Total		Recuento	108	128	236
		% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,039	,839
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 11

11.-¿Qué premio acaba de conceder la academia sueca de las ciencias?

1. Nobel de Física
2. Nobel de Química
3. Nobel de Medicina
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 11	Correcta	Recuento	49	59	108
		% de Boletín	45,4%	46,1%	45,8%
	Incorrecta	Recuento	46	49	95
		% de Boletín	42,6%	38,3%	40,3%
	No lo sé	Recuento	13	20	33
		% de Boletín	12,0%	15,6%	14,0%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,059	,665
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 12

12.- Los nombres de los dos galardonados con este premio son:

1. Tedy Newman y George Blader
2. Newman y George Blues
3. Peter Blader y Tedy Casser Marc
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 12	Correcta	Recuento	47	54	101
		% de Boletín	43,5%	42,2%	42,8%
	Incorrecta	Recuento	38	25	63
		% de Boletín	35,2%	19,5%	26,7%
	No lo sé	Recuento	23	49	72
		% de Boletín	21,3%	38,3%	30,5%
Total	Recuento		108	128	236
	% de Boletín		100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,210	,004
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 13

13.- ¿Con cuántos euros está dotado el premio concedido por la academia sueca?

1. 15 mil euros
2. 20 mil euros
3. 23 mil euros
4. 24 mil euros

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 13	Correcta	Recuento	6	30	36
		% de Boletín	5,6%	23,4%	15,3%
	Incorrecta	Recuento	65	32	97
		% de Boletín	60,2%	25,0%	41,1%
	No lo sé	Recuento	37	66	103
		% de Boletín	34,3%	51,6%	43,6%
Total		Recuento	108	128	236
		% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,355	,000
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 14

14.- Las investigaciones de los galardonados suponen un avance en los estudios de las enfermedades que afectan a:

1. El hígado, huesos y cerebro
2. El corazón, huesos, riñón
3. El riñón, corazón y músculos
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 14	Correcta	Recuento	18	42	60
		% de Boletín	16,7%	32,8%	25,4%
	Incorrecta	Recuento	53	22	75
		% de Boletín	49,1%	17,2%	31,8%
	No lo sé	Recuento	37	64	101
		% de Boletín	34,3%	50,0%	42,8%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,326	,000
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 15

15.- ¿Cuántas personas perdieron la vida durante el puente de San José?

1. 25
 2. 35
 3. 40
 4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 15	Correcta	Recuento	21	20	41
		% de Boletín	19,4%	15,6%	17,4%
	Incorrecta	Recuento	42	38	80
		% de Boletín	38,9%	29,7%	33,9%
	No lo sé	Recuento	45	70	115
		% de Boletín	41,7%	54,7%	48,7%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,129	,136
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 16

16.- ¿En que provincia se produjo el accidente más grave?.

1. Cádiz
2. Valencia
3. Murcia
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 16	Correcta	Recuento	30	44	74
		% de Boletín	27,8%	34,4%	31,4%
	Incorrecta	Recuento	29	28	57
		% de Boletín	26,9%	21,9%	24,2%
	No lo sé	Recuento	49	56	105
		% de Boletín	45,4%	43,8%	44,5%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,078	,485
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 17

17.- ¿Cuántas personas murieron en el accidente más grave?

1. 5
 2. 7
 3. 8
 4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 17	Correcta	Recuento	46	51	97
		% de Boletín	42,6%	39,8%	41,1%
	Incorrecta	Recuento	19	15	34
		% de Boletín	17,6%	11,7%	14,4%
	No lo sé	Recuento	43	62	105
		% de Boletín	39,8%	48,4%	44,5%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,102	,288
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 18

18.- ¿De qué va a subir el precio este fin de semana?

1. Tabaco
 2. Gas
 3. Gasolina
 4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 18	Correcta	Recuento	94	116	210
		% de Boletín	87,0%	90,6%	89,0%
	Incorrecta	Recuento	1	5	6
		% de Boletín	,9%	3,9%	2,5%
	No lo sé	Recuento	13	7	20
		% de Boletín	12,0%	5,5%	8,5%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,146	,078
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 19

19.- El precio experimentará una subida de:

1. Entre 5 y 8 céntimos
2. Entre 10 y 15 céntimos
3. Entre 10 y 20 céntimos
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 19	Correcta	Recuento	31	64	95
		% de Boletín	28,7%	50,0%	40,3%
	Incorrecta	Recuento	46	25	71
		% de Boletín	42,6%	19,5%	30,1%
	No lo sé	Recuento	31	39	70
		% de Boletín	28,7%	30,5%	29,7%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,259	,000
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta n° 20

20.- ¿Dónde ha habido muertos por manifestaciones de organizaciones campesinas y obreras?

1. Perú
2. Chile
3. Argentina
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 20	Correcta	Recuento	52	79	131
		% de Boletín	48,1%	61,7%	55,5%
	Incorrecta	Recuento	30	24	54
		% de Boletín	27,8%	18,8%	22,9%
	No lo sé	Recuento	26	25	51
		% de Boletín	24,1%	19,5%	21,6%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,138	,101
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta n° 21

21.-¿Qué se pide con las manifestaciones?.

1. Que renuncie el presidente
2. El reconocimiento de las organizaciones de campesinos y obreros
3. Aumentar las exportaciones de gas natural
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 21	Correcta	Recuento	29	37	66
		% de Boletín	26,9%	28,9%	28,0%
	Incorrecta	Recuento	40	50	90
		% de Boletín	37,0%	39,1%	38,1%
	No lo sé	Recuento	39	41	80
		% de Boletín	36,1%	32,0%	33,9%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,043	,803
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 22

22.- ¿Cómo se llaman los premios que se van a fallar hoy?.

1. Naranja y Limón 2003
2. Planeta 2003
3. Paz 2003
4. Ninguno de los anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 22	Correcta	Recuento	44	73	117
		% de Boletín	40,7%	57,0%	49,6%
	Incorrecta	Recuento	22	20	42
		% de Boletín	20,4%	15,6%	17,8%
	No lo sé	Recuento	42	35	77
		% de Boletín	38,9%	27,3%	32,6%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,161	,044
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 23

23.- ¿Cuántos trabajos se han presentado a estos premios?.

1. Más de 450
2. Más de 500
3. Más de 600
4. Más de 700

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 23	Correcta	Recuento	5	4	9
		% de Boletín	4,6%	3,1%	3,8%
	Incorrecta	Recuento	40	32	72
		% de Boletín	37,0%	25,0%	30,5%
	No lo sé	Recuento	63	92	155
		% de Boletín	58,3%	71,9%	65,7%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,141	,092
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 24

24.- La edición de estos premios ocupa el número:

1. 36
 2. 40
 3. 48
 4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 24	Correcta	Recuento	12	15	27
		% de Boletín	11,1%	11,7%	11,4%
	Incorrecta	Recuento	26	25	51
		% de Boletín	24,1%	19,5%	21,6%
	No lo sé	Recuento	70	88	158
		% de Boletín	64,8%	68,8%	66,9%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,055	,700
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 25

25.- ¿Con cuántos euros está dotado el premio finalista?.

1. 15 mil euros
2. 25 mil euros
3. 50 mil euros
4. 75 mil euros

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 25	Correcta	Recuento	17	19	36
		% de Boletín	15,7%	14,8%	15,3%
	Incorrecta	Recuento	35	39	74
		% de Boletín	32,4%	30,5%	31,4%
	No lo sé	Recuento	56	70	126
		% de Boletín	51,9%	54,7%	53,4%
Total		Recuento	108	128	236
		% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,028	,910
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 26

26.- ¿Cómo se llama el grupo que acaba de sacar un nuevo disco al mercado?

1. Gordon
2. Solo en la ciudad
3. Cotton up
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 26	Correcta	Recuento	88	116	204
		% de Boletín	81,5%	90,6%	86,4%
	Incorrecta	Recuento	10	5	15
		% de Boletín	9,3%	3,9%	6,4%
	No lo sé	Recuento	10	7	17
		% de Boletín	9,3%	5,5%	7,2%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,135	,112
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 27

27.- ¿De dónde es el grupo que acaba de sacar un disco al mercado?.

1. De Londres
2. De Irlanda
3. De Dinamarca
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 27	Correcta	Recuento	43	86	129
		% de Boletín	39,8%	67,2%	54,7%
	Incorrecta	Recuento	34	18	52
		% de Boletín	31,5%	14,1%	22,0%
	No lo sé	Recuento	31	24	55
		% de Boletín	28,7%	18,8%	23,3%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,270	,000
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 28

28.- ¿Cuándo se formó el grupo?.

1. Hace 15 años
2. Hace 20 años
3. Hace 5 años
4. Ninguna de las anteriores

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 28	Correcta	Recuento	37	71	108
		% de Boletín	34,3%	55,5%	45,8%
	Incorrecta	Recuento	22	12	34
		% de Boletín	20,4%	9,4%	14,4%
	No lo sé	Recuento	49	45	94
		% de Boletín	45,4%	35,2%	39,8%
Total	Recuento	108	128	236	
	% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%	

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,222	,002
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Pregunta nº 29

29.- ¿Cuál es el título en español del nuevo disco?.

1. Solos tú y yo
2. La casa de mis sueños
3. Tú y yo
4. Solo en casa

Tabla de contingencia

			Boletín		Total
			Contraste	Propuesta	
Pregunta 29	Correcta	Recuento	72	87	159
		% de Boletín	66,7%	68,0%	67,4%
	Incorrecta	Recuento	14	14	28
		% de Boletín	13,0%	10,9%	11,9%
	No lo sé	Recuento	22	27	49
		% de Boletín	20,4%	21,1%	20,8%
Total		Recuento	108	128	236
		% de Boletín	100,0%	100,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,031	,890
N de casos válidos		236	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA
BIBLIOTECA



653 1905149