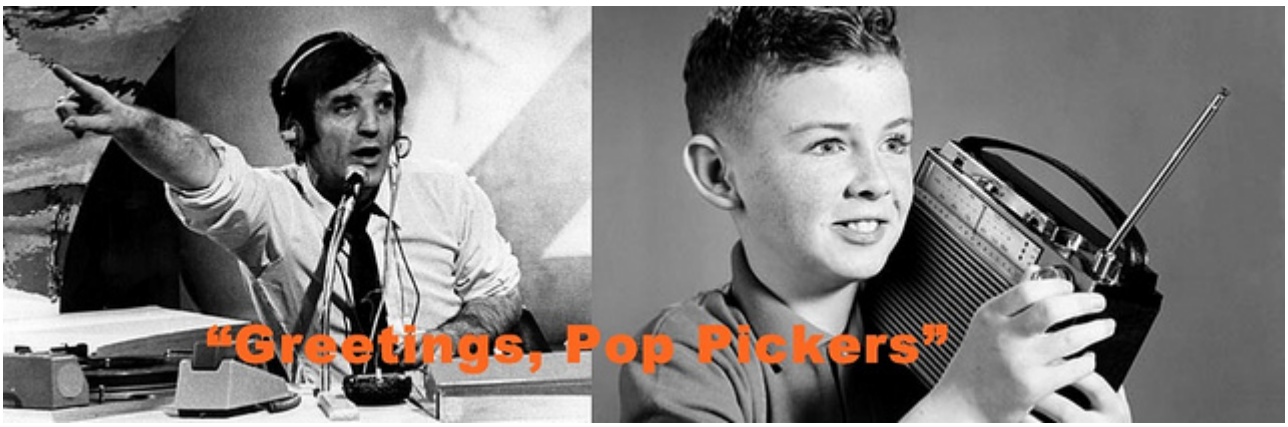
7. Lenguaje radiofónico

- Lenguaje radiofónico

Copyright 2026

Lenguaje radiofónico



El lenguaje radiofónico

Sin la existencia de un lenguaje y sin la existencia de un código o conjunto de normas y reglas que den sentido a ese lenguaje, difícilmente podríamos hablar de comunicación, de la misma manera que tampoco sería posible entablarla si no se dispone de un canal que la haga viable, si no se da una situación que la propicie -por mucho que deseemos conversar con alguien, raramente lo podremos hacer si no tenemos interlocutor-, o si no hay mensaje alguno que transmitir.

Copyright 2026



En la radio, al igual que en los otros medios, convergen todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad, ya que, entre otras cosas, tiene un lenguaje y un código específicos de los que se sirven sus profesionales para construir toda esa amalgama de mensajes/sonido que llegan a nuestros oídos a través de los aparatos receptores.

De hecho, si ahora sintonizases una emisora de radio te darías cuenta de que constantemente se van sucediendo y alternando voces y músicas, y, en algunos casos, otros sonidos como el cantar de los pájaros en un anuncio sobre un balneario situado en plena naturaleza, o el de un motor y un claxon en un anuncio de coches. Observarías, igualmente, que todo está perfectamente ordenado y que, por ejemplo, una voz aparece cuando ha callado otra, que un fragmento musical que emerge al inicio de un informativo desaparece lentamente, que un locutor presenta una canción mientras suenan, a un volumen más bajo, las primeras frases de la música, y así un largo etcétera.

Los componentes del lenguaje radiofónico, o, dicho de otro modo, las materias primas con las que trabaja la radio son cuatro: *la voz* (o el lenguaje de los humanos), *la música* (o el lenguaje de las sensaciones), *los efectos sonoros* (o el lenguaje de las cosas) *y el silencio*. Como es lógico, el uso

Copyright 2026

que se hace de estas materias varía en función del tipo de programa y, así, mientras que en un informativo predominan las voces de aquellos redactores/locutores que relatan las noticias, en una radiofórmula musical es precisamente la música la que tiene un papel protagonista.

El principal denominador común de los componentes del lenguaje radiofónico es, ante todo, su ilimitada riqueza expresiva y su gran poder de sugestión. Utilizando sólo la voz, o sólo la música, o la voz y la música, o la voz y el silencio, o todas las materias primas a la vez, podemos lograr que el oyente se alegre o se ponga triste, que visualice en su mente un paisaje, que recree un movimiento, que sienta miedo, que se entretenga o que se aburra... Porque, en el universo radiofónico, todo es posible.

Fuente: http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag4.html

La palabra en la radio

La palabra, la voz de alguien que nos cuenta algo, es ya suficiente para encender nuestra imaginación. Pero para que tenga surja el efecto de deseado de incitar a la escucha hay que respetar algunas reglas o técnicas. De otro modo, puede que el oyente se aburra, o simplemente se distraiga con otra cosa.

- **Escribir de una forma clara y concisa**. Usar frases simples, con una estructura básica: sujeto – verbo – predicado. Huir de las oraciones subordinadas y convertirlas en dos simples.
- **Vocalizar**. Las primeras veces que nos pongamos ante un micrófono siempre nos va a dar vergüenza, pero debemos intentar no correr y tragarnos las sílabas. Todo lo contrario, hay que pronunciarlas claramente, ya que el oyente no dispone ni de nuestros gestos, ni de nuestras manos, para ayudarse a entender en mensaje. Un buen ejercicio es leer un texto mordiendo un lápiz, lo que dificulta la movilidad de la lengua, y luego repetir la lectura, esta vez sin obstáculo.

Copyright 2026



- **Entonar**. Hay que respetar cada signo de puntuación. Los puntos y las comas nos ayudarán a respirar y también a resolver las frases de forma adecuada. Muchas veces, incluso en medios nacionales, oiremos a locutores que resuelven cada dos o tres frases, bajando o subiendo el tono: es lo que se denomina _cantinelas. _Las podemos evitar, intentando leer un texto como si fuéramos extranjeros; franceses, británicos… y luego, leyéndolo sin ningún acento.
- **No correr / Ni dormirse**. El ritmo. Cada información o cada programa puede tener un ritmo diferente –no hay más que oír a los locutores de deportes, como van de rápidos-, pero lo cierto es que ni hay que ir tan rápido que no se nos entienda, ni languidecer hasta aburrir.
- **Mantener una actitud positiva o neutral**. A veces, incluso en las radios nacionales, llegamos a oír a gente con cierta solemnidad, diríamos que sientan cátedra. Esa actitud resulta repelente, y hay oyentes que no la van a soportar. Por el contrario, una actitud demasiado familiar o de *colegueo,* resultará también poco efectiva. Se pueden usar estos dos extremos como ejercicio sobre un mismo texto, para finalmente volver a leerlo de una manera neutral.
- Generalmente, **no improvisar**. Y si se hace, siempre se debe dominar el tema que se trata, de manera que lo manejemos con seguridad.

Fuente: El lenguaje sonoro: recursos y planos sonoros.

http://cefire.edu.gva.es/pluginfile.php/194575/mod_resource/content/0/contenidos/108/index.html

La música en la radio

Que la música amansa a las fieras, parece claro, y que una buena melodía vale millones, también, y si no, que se lo digan a los publicistas. Una música adecuada va a ayudarnos a captar al oyente y a anclarlo al mensaje que le queremos contar. Pero además, nos puede ayudar a organizar lo que queremos decir, o proponerle un ambiente sugerente que le ayude a imaginar una situación.

La música de fondo, o al inicio de un mensaje, va a atraer la atención de la audiencia. *Ese es el caso de unos titulares al inicio de un informativo.*



Esa misma música puede servirnos como elemento separador.

La música nos puede ayudar a situar unos personajes en un contexto: la ópera, un carnaval...

- Podemos sugerirle al oyente un clima emocional. Una música suave para un momento romántico, una canción alegre para una propuesta de fin de semana...

La música puede ofrecer momento para que la audiencia reflexione.

Fuente: El lenguaje sonoro: recursos y planos sonoros. http://goo.gl/kTJL0X

Copyright 2026

El ruido: efectos sonoros y ambiente

Al igual que ocurre con la música, un ruido ambiente puede trasladarnos hasta una playa paradisíaca, por ejemplo.... Lo mismo podemos conseguir con algunos efectos sonoros, aunque, éstos en algunos casos nos ayudarán a describir las acciones que realizan los personajes.



- **Función ambiental.** En este caso, el ruido nos ayuda a situar a los personajes en la escena. En la siguiente escena podemos situar a dos jóvenes en la calle, gracias al ambiente de tráfico.
- **Función expresiva.** Se trata de crear una sensación con la utilización de ambientes y efectos. Por ejemplo, un constante parloteo de fondo, con ordenadores, teléfonos sonando... creará una sensación de estrés, que nos ayudará a sentir la sensación de angustia que vive el personaje.
- **Función narrativa.** En este caso, los efectos sonoros que utilizamos, cobran vida por sí mismos, para mostrarnos el paso del tiempo, o acciones que está realizando el personaje. Por ejemplo: *Juan terminó su jornada laboral... seguidamente podemos poner efectos de pasos bajando la escalera, puerta de un edificio que se abre y cierra, más pasos, puerta del coche que se abre y se cierra, un suspiro, y una llave que arranca el coche. Con todo ello nos ahorramos el tener que contar como sale de la oficina y coge el coche hasta casa.*

Copyright 2026

–

Fuente: El lenguaje sonoro: recursos y planos sonoros. http://goo.gl/kTJL0X

El silencio

Los silencios, en el mensaje radiofónico, siempre que no sean errores en emisión, son tan importantes como la palabra, el ruido o la música. No debemos tener miedo a usar los silencios.



- El silencio puede ayudarnos a crear suspense o tensión. Por ejemplo en una dramática, en la que se espera que el protagonista encuentre a un criminal, tras abrir la puerta de un apartamento.
- Puede ser un tiempo que le ofrezcamos al oyente para reflexionar.
- O puede simplemente ser una pausa, como un punto en un texto.

Fuente: El lenguaje sonoro: recursos y planos sonoros. http://goo.gl/kTJL0X

Grabación de audio

Dado el formato audible de estas producciones, es indispensable que su lenguaje sea ampliamente expresivo y creativo, y que las palabras, entonaciones, silencios, ruidos y efectos sonoros reemplacen la ausencia de la imagen física y permitan describir, transmitir e informar un suceso, una idea, una sensación, un paisaje, una historia, entre otros.

Copyright 2026



Con el fin de que los oyentes puedan percibir y visualizar todo aquello que se expresa a través del formato sonoro, el realizador del producto debe hacer uso de diferentes recursos técnicos y expresivos (efectos de sonido, capturas de ambientes, manipulaciones sonoras, etc.), sin olvidar la importancia de la palabra. Esta es el pilar principal en la mayoría de productos sonoros que pretenden comunicar un mensaje, debido a que gracias a ella se logra mayor efectividad en la recepción.

Es importante resaltar que el creador del producto sonoro debe mantener el equilibrio entre la estética de los elementos sonoros (forma) y el mensaje que se desea transmitir (fondo).

Una vez se tengan claros los criterios para una comunicación eficaz por medio del mensaje sonoro, también se deben tener en cuenta algunos aspectos técnicos y de intencionalidad que ya deben

Copyright 2026

haber sido concretados al momento de iniciar la grabación. En primer lugar, debemos definir qué queremos hacer y, sobre todo, qué impresiones y emociones deseamos generar en el público objetivo; una vez se haya definido lo anterior, debemos darnos a la tarea de buscar las fuentes sonoras necesarias, tratando de expandir nuestra percepción, y enfocar aquellas que puedan enriquecer o reforzar dicho objetivo en un mayor grado. Mientras más atención prestemos a los detalles, más reduciremos el margen de error en etapas posteriores de nuestro trabajo.

Fuente: Lenguaje y formato sonoro. http://goo.gl/TNmzO1

Aspectos previos a la grabación de audio

A continuación se presentan algunos aspectos previos a la grabación de un audio, los cuales sin duda facilitarán el trabajo en las diferentes etapas.

- ¿Qué deseo comunicar? (Mensaje)

  Definir el tema específico que pretende abordarse.



- ¿A quién va dirigido el audio?

```
Definir quiénes serán los oyentes potenciales del recurso sonoro. Se deben tener en cuenta cuáles son las necesidades, hábitos y preferencias de dicho público, lo cual más adelante ayudará a definir el tipo de recurso narrativo o montaje sonoro propicio para trabajar.
```

- ¿Qué pretendo lograr?

  Definir unas metas claras para alcanzar, lógicamente, en relación con esas necesidades específicas (informar, formar, entretener, etc.) que deseamos cubrir.

- ¿Cómo lo voy a comunicar? (Recursos narrativos)

  El formato en que se comunique el mensaje (ficcionado o documentado) también hace parte integral de la sensación que se desea causar en el escucha.

Una vez definidos los aspectos anteriores, sigue la etapa del registro de audio; para ello es necesario escoger el dispositivo con el cuál se realizará el registro. Aunque en el mercado existen diferentes dispositivos electrónicos para registrar audio como los smartphones, tabletas, grabadoras de audio, entre otros, es importante revisar las características técnicas de dichos dispositivos en relación con el objetivo propuesto y la calidad que esperada. También se deben tener en cuenta el tipo de recursos sonoros a utilizar, los cuales estarán alineados con el objetivo del producto esperado. Entre ellos se encuentran los recursos musicales (cortinillas, fondos de acompañamiento, ráfagas, entre otros), voces (locuciones, vox pop, testimonios, conferencias, etc.), efectos de sonido y ambientes.

Fuente: Lenguaje y formato sonoro. http://goo.gl/TNmzO1

Generos y formatos

Género documental o informativo

Este género tiene como fin educar, informar o mostrar hechos reales. Estas producciones deben ser argumentadas y sustentadas en procesos de investigación; pueden expresar la realidad por medio del sonido de objetos, espacios o personas, y en ocasiones, se realizan en tiempo real. A continuación se mencionan algunos formatos enmarcados en este género.

Mesas redondas o debates

Este género es útil para mostrar diversos enfoques sobre un mismo tema. Permite grabar debates colectivos en los que varios personajes intervienen con una opinión formada sobre el tema en cuestión. Es preciso que exista un moderador que conserve el hilo conductor de la discusión, que vaya realizando las preguntas, enfrentando los diferentes puntos de vista y propiciando la

construcción de una conclusión general.

Vox pop (también llamado vox populi)

Es un sondeo de opinión ciudadana en un ámbito específico (se le hace la misma pregunta a un número determinado de personas).

Testimonios

Opiniones emitidas por personas que vivieron hechos determinados. Generalmente se hace en forma de narración.

Noticias

Su función es principalmente contextualizar sobre una situación. Se trata de una “opinión” que desarrolla en un mayor grado el tema de interés. En este caso, el objetivo no debe ser sólo el de informar sino también problematizar un acontecimiento o tema específico. Es de considerarse igualmente el nivel de impacto que la noticia generó en los diferentes espacios de la comunidad (municipios, barrios, escuelas, entre otros) para involucrarlos en la noticia, bien sea a partir de su simple mención o a través del empleo de otro recurso (testimonio, entrevista, etc.).

Reportajes

Sirven para presentar un acontecimiento con mayor profundidad, por lo cual requieren de una investigación previa bastante exhaustiva. Incluyen necesariamente varios formatos o recursos como entrevistas, encuestas, testimonios, dramatizaciones, entre otros. Todo depende del público al que pretendemos llegar y del papel que este desempeña a la hora de reforzar el tema trabajado.

Género argumental



En este género la narración tiene como fin recrear o entretener al oyente con historias de ficción, basadas o no en hechos reales. El guión o libreto juega un papel protagónico, pues de su desarrollo y sus giros dramáticos depende que la audiencia se mantenga o no atrapada con la historia. Dentro de este género podemos encontrar diferentes formatos, siendo la dramatización o radionovela uno de los más importantes.

Dramatización o radionovela

Sin duda alguna es el formato más dinámico. En él los personajes recreados o ficticios cobran vida a partir de la actuación. Lejos de ser un recurso meramente informativo, puede utilizarse para reflejar, desarrollar o representar situaciones específicas en cualquier ámbito, enriqueciendo desde luego la temática abordada.

Fuentes

Bibliografía

Copyright 2026

- PROVENSAL, Analía. "El sonido en una producción multimedia" La trama de la comunicación. Vol.9. Rosario, Argentina. UNR editora 2004
- Didáctica de los medios de comunicación. (Paquete didáctico). México, SEP, 1998

Webgrafía

- Taller de producción de mensajes: http://perio.unlp.edu.ar/tpm/programa.html [Consulta: 4 agosto 2015]
- Canal UNED. https://canal.uned.es [Consulta: 4 agosto 2015]
- Recursos CNICE. http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag4.html [Consulta: 4 agosto 2015]
- Lenguaje y formato sonoro. http://goo.gl/TNmzO1 [Consulta: 4 agosto 2015]
- El lenguaje sonoro: recursos y planos sonoros. http://goo.gl/kTJL0X [Consulta: 4 agosto 2015]
- Música y pedagogía. http://profesorhidalgo.blogspot.com.es/ [Consulta: 4 agosto 2015]
- Música y cine: http://ocw.usal.es/humanidades/musica-y-cine [Consulta: 4 agosto 2015]
- Instituto ENE AUDIO: http://www.eneaudio.edu.co/index.php/diseno-sonoro [Consulta: 4 agosto 2015]

Copyright 2026