

Rasgos característicos del comentario radiofónico

Characteristics of radio comments

M^a Pilar Martínez-Costa
Universidad de Navarra
[marcosta@unav.es]

Susana Herrera Damas
Universidad Carlos III
[dherrera@hum.uc3m.es]

Resumen

La radio es un sistema de representación que utiliza códigos y técnicas de producción y emisión que condicionan la elaboración de sus mensajes y que son diferentes a los utilizados por otros medios de comunicación. Así, los géneros radiofónicos son modelos normativos que se establecen y actualizan en función de tres condiciones: la gramática propia del lenguaje radiofónico, los procesos de ideación, diseño y producción técnico-narrativos de la radio, y el contexto comunicativo de los oyentes. En este sentido, el comentario radiofónico es un modelo de representación de la realidad basado en el monólogo radiofónico cuya finalidad es deliberadamente argumentativa. El propósito de este trabajo es describir los rasgos propios y específicos que caracterizan a este género radiofónico agrupándolos en cuatro categorías: el contenido, los recursos estilísticos, las condiciones de producción y realización, y la presencia en la programación.

Palabras clave: Comentario, género periodístico, radio, narrativa, opinión

Abstract

Radio is a media system of representation with rules and production techniques that condition the elaboration of their messages and that are different from the other mass media. Thus, the radio genres are normative models based on three conditions: the own grammar of the radio language, the processes of narrative design and production of the radio, and the communicative context of the listeners. In this sense, the radio comments are a model of representation of the reality deliberately argumentative. The intention of this work is to describe the characteristics of the radio comments grouping them in four categories: the contents, the stylistic resources, the conditions of production and the presence in the programming.

Keywords: Comment, journalistic genre, radio, narrative, opinion.

Sumario: 1. Introducción. 2. Las características del comentario radiofónico. 3. En cuanto a su contenido. 4. En cuanto a sus recursos estilísticos. 5. En cuanto a sus condiciones de producción y realización. 6. En cuanto a su integración en la programación. 7. Conclusión. 8. Referencias bibliográficas.

1. *Introducción*

Desde la teoría literaria se ha definido los géneros como formas de representar la realidad cuya importancia radica en servir de modelos de enunciación y recepción para que se pueda establecer la relación comunicativa entre autor y lector. Dichos modelos se establecen como sistemas de organización de contenidos y significados que integran de manera equilibrada arbitrariedad y automatización, sorpresa y orden, creatividad y norma.

Todos los sistemas de representación precisan de un marco común y reconocido para hacer efectiva la comunicación atendiendo a las particularidades del sistema de signos utilizado y de las condiciones de emisión del mensaje. Por ello es por lo que podemos hablar de la existencia y necesidad de los géneros radiofónicos. La radio es un sistema de representación que utiliza códigos —sonoros y no sonoros— y técnicas de producción y emisión que condicionan la elaboración de sus mensajes y que son diferentes a los utilizados por otros medios de comunicación. Así, los géneros radiofónicos son modelos normativos que se establecen y actualizan en función de tres condiciones: la gramática propia del lenguaje radiofónico, los procesos de ideación, diseño y producción técnico-narrativos de la radio, y el contexto comunicativo de los oyentes.

Ya hemos abordado en otros trabajos la definición y la necesidad de los géneros radiofónicos (Martínez-Costa y Herrera, 2004 y Martínez-Costa y Herrera, 2005) así como la descripción de la tertulia (Martínez-Costa y Herrera, 2007), la crónica (Martínez-Costa y Herrera, 2008) y el reportaje radiofónico (Herrera, 2008). En esta ocasión, nos adentramos en el comentario en radio entendido como modelo de representación de la realidad basado en el monólogo radiofónico cuya finalidad es deliberadamente argumentativa.

Se trata de un género cuya aparición en la programación radiofónica española ha estado muy ligada al nacimiento de la radio de opinión que se consolidó a comienzo de los años 90, superada ya la primera etapa del llamado *boom* informativo de la radio en España. Inicialmente ligado a los temas políticos, el comentario ha ampliado su presencia en la programación desarrollando un modelo que responde, cada vez más, a la adaptación radiofónica de las técnicas de la argumentación clásica, y que resulta de gran interés académico y profesional.

El propósito de este trabajo es describir los rasgos que caracterizan al comentario radiofónico, siguiendo el modelo de análisis que ya hemos utilizado de modo exhaustivo para analizar la crónica y el reportaje. Así, definiremos el género y expondremos sus rasgos más específicos agrupándolos en cuatro categorías: el contenido, los recursos estilísticos, las condiciones de producción y realización, y la presencia en la programación.

Para describir el género hemos realizado una revisión bibliográfica sobre el tema en los manuales de redacción periodística y audiovisual, así como en algunos textos básicos de la retórica que se mencionan en la bibliografía. Todos ellos han proporcionado un marco teórico que luego hemos confrontado con la escucha de medio centenar de comentarios radiofónicos que han sido emitidos en los tramos informativos de la radio generalista española durante las temporadas 2006/2007 y 2007/2008, cuya descripción en concreto se abordará en otros trabajos, pero

que han sido muy útiles para fijar la base conceptual. Con este modo de proceder, esperamos que los resultados sean útiles, como punto de partida para estudiar el género, no sólo en las aulas sino también en las redacciones.

El comentario como género radiofónico

El comentario siempre ha estado ligado a lo que tradicionalmente se ha denominado géneros periodísticos de opinión. Su descripción ha sido poco abordada en los manuales de redacción para radio. En muchos casos se advierte que los autores han asimilado para el comentario la traducción literal anglosajona de «comments» en cuanto opuesto a «stories». Por este motivo, se presenta como un macrogénero que incluye también el editorial y la crítica.

Sin embargo, al intentar adaptar esta clasificación a la radio, nos encontramos con que el clásico criterio de agrupar los géneros en torno a la información o a la opinión deja fuera muchas de las reflexiones ya defendidas en torno a que todo el periodismo es interpretación y representación subjetiva de la realidad. Sin ánimo de cerrar este debate, consideramos, siguiendo a otros autores, que toda la labor del periodista es interpretación por cuanto hay un proceso de selección realizado por el profesional que, aunque no sesgado, siempre es subjetivo (Martínez-Costa y Herrera, 2008). Al mismo tiempo, nos hemos decantando por una clasificación de los géneros que atiende a dos criterios claros y operativos que se adaptan mejor a la naturaleza de los textos radiofónicos (Martínez-Costa y Herrera, 2004). Estos criterios son:

1. La *finalidad* del discurso, en tanto un texto puede tener finalidad expositiva, descriptiva, narrativa o argumentativa.
2. La *estructura de presentación*, que en el caso de la radio puede ser de *monólogo*, para los textos cerrados de autor único, o de *diálogo*, para los textos abiertos que se construyen por la interactividad que se produce entre dos o más interlocutores.

Siguiendo estos criterios de clasificación, el comentario radiofónico es *un modelo de representación de la realidad basado exclusivamente en la palabra y el monólogo cuya función es persuadir al oyente acerca de la validez de una valoración personal y no institucional de un hecho de actualidad, utilizando las técnicas de la argumentación clásica y los recursos de producción y realización característicos de la radio.*

Esta definición del comentario contiene los rasgos que lo caracterizan como género radiofónico, cuestión sobre la que profundizaremos en los siguientes apartados.

2. Las características del comentario radiofónico

Para identificar estas características, y siguiendo la metodología ya aplicada al caso de la crónica radiofónica (Martínez-Costa y Herrera, 2008, 29-48), hemos agrupado los rasgos propios del comentario radiofónico en torno a cuatro aspectos: el contenido, los recursos estilísticos, las técnicas de producción y realización, y el lugar que ocupa en la programación.

Mientras los dos primeros recogen parte de la tradición periodística de otros medios, los dos últimos son exclusivos de la radio. Y, aunque éstos últimos parecen agrupar rasgos estrictamente formales, tienen influencias sobre aquéllos, es decir, sobre el contenido y el estilo.

3. En cuanto a su contenido

En este apartado incluimos los rasgos relacionados con la función, el propósito y el carácter de este género radiofónico. Asimismo hacemos referencia también a su conexión con la actualidad informativa y al grado de profundidad propio del comentario. Todas estas cuestiones tienen que ver con el fondo del género, por contraposición a aquellos aspectos más formales, que abordaremos en el siguiente epígrafe.

3.1. Función argumentativa

La finalidad del comentario radiofónico es deliberadamente argumentativa, entendiendo la argumentación en el sentido clásico. Así un texto argumentativo es aquél que presenta una serie de argumentos lógicos, coherentes y verosímiles a favor de una conclusión o tesis. Ésta es la finalidad del comentario radiofónico.

Definamos en qué consiste. Plantin afirma que la argumentación es «una operación que se apoya sobre un enunciado asegurado (aceptado) —el argumento— para llegar a un enunciado menos asegurado (menos aceptable) —la conclusión—» (1998:39). En este sentido, argumentar es dar una buena razón a un interlocutor de forma que éste admita una conclusión. Weston dirá que «la argumentación ofrece un conjunto de razones o pruebas de apoyo a una conclusión» (1994:13).

Para Álvarez, la argumentación consiste en aportar razones para defender una opinión:

«Argumentar es convencer a un receptor para que piense de una determinada forma. La argumentación se utiliza normalmente para desarrollar temas que se presentan a controversia y su objetivo fundamental es ofrecer una información lo más completa posible, a la vez que intentar persuadir al lector mediante un razonamiento» (1999:25).

En algunos casos, los argumentos que se aducen tienen un componente expositivo, en tanto presentan datos o informaciones concretas que apoyan el proceso argumentativo. No obstante esta verificación no tiene que ser científicamente demostrable. La argumentación se diferencia claramente de la demostración —que busca probar una verdad objetiva y definitiva— en que se mueve en el ámbito de las opiniones subjetivas e incompletas.

En estas definiciones se incluyen, por tanto, las diferentes acepciones del término «argumentar», al que se entiende como sinónimo de sacar en claro, descubrir, probar, aducir, alegar, poner argumentos y también discutir o impugnar una opinión ajena (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española).

Todas ellas nos ayudan a caracterizar el comentario como un tipo de texto de función argumentativa. Para Merayo y Pérez Álvarez (2001:151) los elementos básicos que se hacen presentes en la argumentación son:

1. La defensa de una idea, opinión o tesis.
2. La presentación de un proceso de razonamiento.
3. El establecimiento de un contacto intelectual con el oyente cuya adhesión se quiere conseguir.

Esto último nos sitúa en la siguiente característica del comentario en cuanto a su contenido que es el propósito persuasivo.

Antes de pasar a ello, hay que señalar que, de forma secundaria, el comentario tiene también una finalidad enunciativa o expositiva, puesto que sirve de vehículo para dar datos o informaciones concretas. En este sentido, el comentario incluye también información objetiva sin ningún grado de connotación. Dada la estrecha relación entre los discursos expositivos y argumentativos —al fin y al cabo también los argumentos deben ser expuestos—, es lógico que esta función aparezca también.

3.1.1 Propósito persuasivo

La argumentación en sentido clásico se ha asociado con el convencimiento, la persuasión y la posibilidad de influir en el otro como funciones básicas. Para Plantin, la argumentación intenta influir, transformar o rechazar las creencias o comportamientos de las personas a las que se dirige (1998:40). Por su parte Spang define la persuasión de la siguiente manera:

«la capacidad de influir en la psique y la voluntad de los oyentes para hacerles cambiar de opinión consiguiendo también que actúen de una forma determinada» (2005:83).

Entendido como texto argumentativo, el propósito del comentario es convencer y persuadir, hacer accesible una conclusión mediante la exposición gradual de los argumentos.

En el comentario, se ponen en relación y se encadenan unos argumentos a una conclusión con el objetivo de ofrecer buenas razones para que el interlocutor crea, opine u obre de una manera o en una dirección concreta, como afirman Fuentes y Alcaide para el caso de los textos argumentativos en general (2007:9).

El autor se dirige habitualmente a la audiencia con abundantes apelaciones directas. Pero también se puede dirigir a un destinatario imaginario del comentario, distinto del conjunto de la audiencia, al que se interpela de manera clara como si el comentario fuera un escrito privado dirigido de forma exclusiva a un tercero. Este tipo de comentarios es reconocible por la estructura que suelen adoptar, por ejemplo, recurriendo el estilo epistolar.

3.1.2. *Carácter personal no institucional*

Por otra parte, el comentario no ofrece una opinión acabada sino una mirada o reflexión diferente y parcial de los hechos desde un punto de vista individual personal. Se entiende, por tanto, como un género «de autor», similar a lo que en prensa se denomina columna periodística¹ y que en la radio se presenta en la voz de quien lo ha elaborado, al que se identifica con nombre y apellido. El comentario, por tanto, exige personalización y excluye el anonimato, ya que la función del comentarista es dar su visión e interpretación.

De esta forma, el comentarista puede participar de diversas formas en el texto. En concreto, puede:

1. Escoger el tema
2. Definir su postura
3. Elegir los argumentos con los que defenderá su postura
4. Preferir las figuras retóricas que estime más conveniente
5. Destacar cuantos refranes, ejemplos y proverbios quiera, como elementos auxiliares con los que reforzar su postura
6. Optar por los elementos sintácticos que considere más acertados para ir construyendo el cuerpo argumentativo.

Todas las decisiones que el comentarista vaya tomando en relación con estos aspectos irán configurando el carácter del texto. En este sentido, podemos afirmar que el comentario es un género «de autor».

Cebrián Herreros afirma que «la clave del comentario se encuentra en la personalidad de su autor» (1992: 67). Así, el comentario queda siempre ligado indisolublemente a la voz de autor, que se hace responsable de sus efectos. Aunque muchas veces pueda compartir la opinión con la línea editorial y con la ideología institucional de la empresa, el comentario no se presenta como la visión empresarial que la emisora tiene sobre un tema en cuestión. En este caso, nos encontraríamos ante un editorial. Santamaría afirma que una de las características del periodismo moderno es la tendencia a que el comentario firmado desplace al anónimo institucional, ya que lo personal y firmado tiene un mayor interés que lo anónimo y colectivo (1990: 118).

Además, el comentario ni siquiera presenta o resume todo lo que el autor sabe, piensa u opina sobre el tema, porque ése no es su objetivo. Se asume de hecho, como un comentario parcial o incompleto que el oyente puede hacer fácilmente suyo porque no compromete la incorporación de nuevos argumentos a favor o en contra, sino que, por el contrario, da lugar a que el oyente los complete.

¹ En la definición que propone López Pan (1995: 31-32) la columna es un «texto retórico-político de autoría individual que puede presentar diversas formas expresivas —narrativa, representativa o argumentativa— y temas, cuyo elemento configurador básico es el *ethos* del autor expresado a través de unos elementos formales permanentes que le permiten manifestarse con continuidad: lugar fijo y asiduidad».

Cebrián Herreros dirá al respecto que el comentario no es una opinión propiamente dicha, sino «una mirada» desde un punto de vista determinado, «una penetración distinta» a la rápida cadencia de los hechos, «una reflexión a cierta distancia» que permite observar la realidad (1992: 65 y ss.).

3.1.3. *Ligado a la información de actualidad*

Habitualmente, el comentario radiofónico trata de contenidos de actualidad general, próximos a la audiencia y referidos a los temas del día. Por tanto, requiere una vinculación con la actualidad informativa que puede no ser tan urgente e inmediata como la noticia pero que, en todo caso, existe. En este sentido, el comentario persigue aportar claves de lectura útiles y directas para valorar los hechos de actualidad, sobre todo aquéllos que provocan diversidad de opiniones, aunque éstas no entren necesariamente en conflicto.

Aunque los temas pueden ser múltiples y variados, hay cierta preferencia por comentar acontecimientos de la vida política nacional, destacando una anécdota o desarrollando los efectos más velados de una declaración. No obstante, el profesional debe procurar conocer las necesidades de la audiencia para comentar los temas del día que realmente interesan al público.

Como se verá luego, al presentar la estructura que suele adoptar el comentario, es imprescindible que el tema del comentario quede claramente expresado desde el comienzo para que el oyente pueda establecer la vinculación directa con la actualidad ya en el primer momento.

3.1.4. *Escasa profundización*

El comentario sólo realiza una breve mención del hecho o dato informativo y exige que los hechos sean conocidos antes por la audiencia. En su desarrollo, aparece exclusivamente el *qué*, despojado de detalles, para extenderse en la exposición de los argumentos. Muchas veces los argumentos y la conclusión que se presente destacarán aspectos accidentales o secundarios, sin centrarse en el proceso ni profundizar en sus causas o consecuencias.

Como veremos, esto tiene que ver con la brevedad, una de las exigencias del comentario que impide presentar multitud de argumentos para explicar toda la cosmovisión del autor. El comentario sólo ofrece una pieza de un mosaico mayor que el oyente habitual irá configurando a medida que fidelice su escucha.

4. *En cuanto a sus recursos estilísticos*

Nos referimos aquí a los rasgos relacionados con el lenguaje utilizado y la expresividad radiofónica del texto. En este punto, el comentario se caracteriza, entre otros rasgos, por el uso exclusivo de la palabra y por una construcción estética muy austera y sujeta a la función argumentativa del género. Veamos cada uno de los rasgos estilísticos por separado.

4.1. *Predominio de la palabra*

El comentario se caracteriza por una gran austeridad en el empleo del lenguaje radiofónico. Así, a pesar de la gran libertad que admite al género, ésta debe entenderse sobre todo en términos estilísticos, retóricos y argumentativos. En efecto, de los cuatro elementos del lenguaje radiofónico —palabra, música, silencio y efectos— prevalece la palabra. El resto de los elementos apenas aparece y, cuando lo hace, su presencia se limita a servir como elementos de realización (Merayo y Pérez Álvarez: 2001). En este sentido, se podría decir que el atractivo del comentario en radio procede más de la fuerza de la argumentación, del estilo y del punto de vista del autor, que de lo estético radiofónico, que no existe más allá del atractivo que pueda tener la voz del comentarista que enuncia el comentario.

Así, la palabra predomina sobre el resto de los elementos del lenguaje radiofónico, aparece como protagonista, en primer plano, de modo casi exclusivo y de forma autónoma. Esta palabra se utiliza para defender una idea u opinión que conlleva un proceso de razonamiento, en todos los casos, y de polémica o controversia, en algunos de ellos. Es difícil que con esta finalidad la palabra ceda protagonismo al resto de los elementos del lenguaje radiofónico.

Al margen de la palabra, con las peculiaridades físicas, acústicas y prosódicas de la voz del comentarista, el resto de los elementos del lenguaje radiofónico tiene una presencia funcional y discreta. La música y los efectos sonoros se emplean sólo para la realización, con el fin de homogeneizar el estilo del programa, identificar que lo que sigue es el comentario de un determinado colaborador, diferenciar el comentario del resto del programa, y establecer un tono adecuado al tipo de comentario y a la voz del autor.

En cuanto al uso del silencio, muchas veces se trata simplemente de pausas, es decir, de ausencias involuntarias de sonido de menos de tres segundos de duración que cumplen funciones respiratorias y gramaticales y que tienen una escasa capacidad de significación (Terrón, 1991: 72-87). Menos presencia tienen los silencios entendidos como ausencias voluntarias de sonido que pueden durar más de tres segundos y que tienen una elevada capacidad de significación, en función del contexto radiofónico. En los pocos casos en los que se hace un uso más significativo del silencio, éste se puede utilizar con un uso retórico o expresivo (Merayo y Pérez Álvarez, 2001: 38-40):

1. Retórico: como elemento de elipsis, ceugma, reticencia o asíndeton.
2. Expresivo: para aportar conmoción, expectación, ambigüedad, dramatismo, persuasión, etc.

En otras ocasiones, el comentario recurre también al silencio para hacer reflexionar al oyente sobre el contenido que se está exponiendo. Pero aún así, como decimos, muchas veces en el comentario lo que se registra son más bien pausas, y no verdaderos silencios.

4.2. *Presentación mediante monólogo*

En la definición preliminar, dijimos que el comentario es un modelo de representación que se basa en el monólogo, un tipo de discurso realizado íntegramente por una persona, sin la participación de interlocutores. En concreto, el monólogo consiste en «la presentación de cualquier contenido realizada por uno o varios interlocutores que intencionalmente no dialogan entre sí, ni con otros profesionales del medio, ni con terceras personas, entre las que se incluyen los componentes de la audiencia» (Merayo y Pérez Álvarez, 2001: 138). La fuerza de los géneros basados en el monólogo estriba en su sencillez, si bien las limitaciones del sentido auditivo obligan a que estos géneros tengan que ser breves. En caso contrario, pierden eficacia porque el oyente se fatiga y, de modo inevitable, su interés termina por decaer.

Además, a diferencia de lo que ocurre en géneros como la noticia o la crónica, que también son géneros de monólogo pero que pueden recurrir a la presentación mediante dos voces para imprimir un mayor ritmo a su puesta en escena, el del comentario es un monólogo en estado puro. Ésta es una particularidad que presenta el género, en tanto se trata de un texto cerrado de autor. Es decir, el comentario no admite la práctica que ya resulta habitual en algunas noticias y crónicas de recurrir al cambio de voces entre el reportero o redactor y el conductor del programa para dinamizar y fragmentar la presentación de textos muy largos, que presentan diferentes partes o aspectos. En el caso del comentario esto no ocurre. Puede introducirse el intercambio de saludos entre el conductor del programa y el comentarista, pero no hay interactividad o construcción conjunta del texto. Se trata más bien de un intercambio formal y funcional con el fin de marcar el paso al comentario. Como decimos, el monólogo se presenta en estado puro y las apelaciones, aunque pueden existir, son sólo retóricas.

4.3. *Estilo muy personal*

De un modo muy general, entendemos por estilo el uso particular del lenguaje que hace cada autor en su texto. En este sentido y como consecuencia del carácter individual y subjetivo que lo caracteriza, el comentario es un género que concede una gran libertad para que el autor participe en el texto.

La libertad estilística en el comentario tiene sus raíces en una cuestión más profunda que tiene que ver con el *ethos* del autor, un concepto clave para entender el comentario como género y para comprender también la afinidad que se produce muchas veces entre el comentarista y la audiencia. El *ethos* es un concepto que se plantea en *La Retórica* de Aristóteles y que, siguiendo a López Pan (1995: 25), se puede definir como el conjunto de preferencias morales, intenciones, finalidades y valores propios del autor, que constituye su *talante*. Este conjunto de valores se transforma en una impronta de autoridad, en «punto de confluencia y contacto» e interacción entre los «universos personales del periodista y el lector» (López Pan, 1995: 26).

El mismo concepto de *ethos* encierra a su vez dos realidades inseparables que sólo se pueden desplegar a efectos explicativos: el *ethos* nuclear y el *ethos* formal. Siguiendo a López Pan (1995: 26-27):

A) El *ethos* nuclear se corresponde con la noción aristotélica de *ethos*, íntimamente unida al carácter moral, manifestado a través de los valores, preferencias, intenciones y finalidades, que constituye el centro neurálgico del *ethos/talante* retórico. En este *ethos* se incluye la presencia del autor en los textos, caracterizada de tal forma que se destaquen aquellos rasgos que le dotan de credibilidad —por ejemplo su competencia o conocimiento sobre un tema— y también la elección de los temas y la perspectiva desde la que se presentan y

B) El *ethos* formal se refiere más bien al componente estilístico y hace referencia al revestimiento formal de los textos, a la manera de relatar las cosas que revela una actitud frente a ellas y frente al mundo. Este concepto resulta relevante, pero siempre se encuentra subordinado a los rasgos esenciales del *ethos* nuclear o, dicho de otra forma, a los rasgos nucleares del *ethos* aristotélico.

Pues bien: es ese *ethos* nuclear el que legitima el *ethos* formal. O, por decirlo con otras palabras, el talante o el carácter del autor —uno de los elementos que definen al comentario como género— permite una gran libertad estilística que es la que configura el *ethos* formal. De este modo, el estilo se convierte en una proyección de la personalidad del autor.² Así, el *ethos* formal permite materializar el *ethos* nuclear.

Desde una perspectiva más concreta, algunas constantes estilísticas propias del comentario son:

1. La concisión y la brevedad que obliga a concentrar los argumentos.
2. La variedad de registros para adecuar el uso de la lengua y el contexto comunicativo de forma que el comentarista puede escoger para su texto un registro más formal y culto, más coloquial e informal u otro más neutro.
3. La variedad léxica que puede llevar a acuñar nuevos términos mediante la transgresión de las reglas, la creación de archisílabos, la utilización de diminutivos y acortamientos, el empleo cómico o tendencioso de algún formante, los cruces léxicos, la separación de palabras, la modificación de las letras o el efecto acústico (Guerrero, 2007: 23 y ss.).³
4. El lenguaje metafórico como mecanismo conceptual por el cual el significado literal de una expresión y sus connotaciones asociadas con respecto a

² En este sentido, se podría aplicar, también para el comentario, las mismas palabras que Álvarez atribuye al género ensayo: «El enfoque personal condiciona el tono con que se interpreta el mundo, la vida, la naturaleza, los seres humanos. El autor permite al lector entrar en su mundo; le permite observar cómo se enfrenta a determinadas cuestiones. En cierta forma, le entrega sus propios pensamientos, es como si hablara 'en voz alta', siempre a la espera de un buen interlocutor. Ésta es la razón por la que en este tipo de escrito predomina tanto la perspectiva o punto de vista que asume el autor: el tema tratado queda mediatizado por su enfoque personal, a veces, original» (Álvarez, 1999: 45).

³ «El hecho de que el lenguaje periodístico se constituya como un conjunto heterogéneo de códigos favorece la creación de nuevos términos de carácter expresivo, marcadores de un estilo diferenciador e incluso sorprendente que sirve de reclamo» (Guerrero, 2007: 23).

un asunto conocido se dirigen a un asunto o dominio no-conocido (Sagüillo, 2000: 56).

5. El recurso a la ironía por la cual el emisor dice lo contrario de lo que piensa y supuestamente intenta transmitir al receptor.
6. El uso del humor como tendencia a presentar la realidad desvalorada, el tratamiento lúdico, la estructura tridimensional del mensaje, las discrepancias o distanciamientos entre el contenido aparente y real del mensaje y el realce significativo del contenido real.⁴
7. Las apelaciones directas al público receptor para destacar la relación que establecen entre sí emisor y receptor y llamar su atención a través de preguntas retóricas que no precisan respuesta porque ya la contienen implícitamente (Spang, 2005: 251).

Éstas son algunas de las constantes estilísticas que se pueden rastrear con mayor frecuencia en muchos de los comentarios que se emiten hoy en la radio generalista española. No obstante, como decimos, la libertad estilística que admite el género impide establecer un repertorio único de fórmulas y recetas ya que el *ethos* nuclear, el formal y el tema del que se hable resultan elementos decisivos a la hora de redactar los comentarios.

En todo este contexto, la voz del comentarista sirve además para reforzar el estilo, subrayarlo y hacerlo reconocible e identificable. La voz forma parte del *ethos* formal del comentarista y debe servir como un elemento auxiliar en apoyo de su *ethos* nuclear.

Finalmente, hay que señalar que la libertad estilística de la que dispone el comentarista no es absoluta. El «cheque en blanco» del que dispone el autor del comentario —por utilizar las mismas palabras que Martínez Albertos atribuye al columnista (cit. en Santamaría, 1990: 122-123)— se encuentra también con una serie de límites. Destacamos sobre todo tres: la claridad y la lógica argumentativa, la convivencia pacífica y democrática, y la tolerancia o «la discrepancia llevadera» (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 124) cuando haya conflicto entre diferentes cosmovisiones. Cuestiones todas que están contenidas en los mismos principios éticos y deontológicos que deben caracterizar el buen ejercicio de la práctica periodística.

4.4. Estructura cerrada

La libertad estilística que caracteriza al género no se extiende a la estructura del texto. En efecto, en el comentario, el autor dispone de muy poco margen para estructurar su texto y organizar los argumentos de la manera más ordenada y

⁴ Asimismo, para que se produzca el efecto *ridiculum* según la retórica clásica, los defectos aludidos deben ser leves, que el asunto o personaje en cuestión sean suficientemente lejanos al lector en sus afectos y que tales defectos sean producto de la distracción o del automatismo. El ridículo es más enfático si las situaciones y personajes a los que alude son verdaderos y actuales (cit. en Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 130).

coherente posible. La eficacia y la brevedad que requiere el género obligan a que el comentarista ajuste su texto a un patrón previamente definido que es bastante rígido, ya que se dispone de muy poco tiempo para explicitar sus argumentos.

De esta forma, la estructura de un comentario asimila las partes que debe contener todo discurso, según la retórica clásica (Spang, 2005: 125 y ss):

- a. *Exordium* o introducción. Tiene la finalidad de despertar en el auditorio interés por el tema y simpatía por la figura del orador.
- b. *Narratio* o presentación de los hechos relacionados con la causa. Tiene por función familiarizar a los interesados con el estado de la cuestión.
- c. *Argumentatio*. Es el procedimiento racional a través del cual las afirmaciones inciertas se convierten en creíbles mediante afirmaciones ciertas.
- d. *Peroratio*. Supone el final del discurso y generalmente contiene una conclusión en forma de resumen o repetición abreviada de la argumentación anterior.

Siguiendo este esquema, Merayo (2002: 90) sostiene que el comentario en radio se suele presentar con una estructura definida que, en términos generales, suele incluir:

1. Una *introducción* en la que el comentarista presenta una afirmación o hipótesis referida a un hecho de actualidad, apoyándose en aspectos menores, accidentales o anecdóticos para llamar la atención del oyente.
2. Una *mención inmediata del tema* central del comentario para facilitar la identificación con el oyente.
3. Un breve *desarrollo* de los argumentos.
4. Una *conclusión* clara, bien en forma de hipótesis de futuro, bien planteando una petición o demanda.

La mayor parte de los comentarios que se emiten hoy en la radio generalista española sigue esta estructura deductiva de lo general a lo particular, de la conclusión a los argumentos:

«Se procede de lo general a lo particular. De este modo, el hablante parte de una afirmación, a la que dota de gran fuerza, ya que pasa a justificarla, y no la muestra como una mera aserción» (Fuentes y Alcaide, 2007: 46).

Por lo demás, este camino de lo general a lo particular ofrece la ventaja de facilitar la comprensión del mensaje para el oyente. No obstante, en ocasiones hay comentarios que utilizan la estrategia contraria, es decir, una estrategia inductiva que parte de un caso concreto para terminar generalizando en una máxima o sentencia.

4.5. Uso deliberado de la retórica y de otras técnicas argumentativas

Otro de los rasgos que caracteriza al comentario desde el punto de vista de sus recursos estilísticos es el empleo deliberado e intensivo tanto de las diversas figuras retóricas como de otras técnicas argumentativas.

La destreza para comunicar y convencer de un modo eficaz y responsable que propone la retórica como arte del buen decir se consigue mediante diversas figuras que son modos concretos para obtener una mayor eficacia persuasiva.⁵ Como decimos, el comentario se caracteriza por el uso frecuente e intensivo de estas figuras que, atendiendo a su función,⁶ pueden ser de distinto tipo: de posición, de repetición, de amplificación, de omisión, de apelación. Junto a ellas se encuentran también los tropos. Vayamos por partes:⁷

1. Figuras de posición, según se delimiten en el contexto sintáctico y métrico como fuera del marco de lo acostumbrado. Las más habituales en el comentario son el paréntesis y el paralelismo.
2. Figuras de repetición que provocan una intensificación o matización de la información que ya existe. Destacan la epífora, el polisíndeton, la derivación, la gradación, la sinonimia y la diáfora o la dilogía.
3. Figuras de amplificación, cuya finalidad es siempre la de presentar un tema implícito o explícito que se amplía, detalla y matiza a lo largo de la elaboración. En el comentario en radio, las figuras más habituales son la corrección, la definición, la distribución, la comparación y la descripción.
4. Figuras de omisión, cuyo cometido es reducir la información para hacer una comunicación más sugerente, matizada, connotativa y sutil precisamente porque el receptor debe aportar su visión personal. Predominan la *percusio* y la reticencia.
5. Figuras de apelación, que destacan la relación que establecen entre sí emisor y receptor. Las que más aparecen en los comentarios en radio son la apóstrofe y la pregunta retórica.
6. Tropos, que son recursos de sustitución o cambio de una palabra por otra, de una expresión por otra y de una noción pertinente por otra que no la es. En los comentarios en radio, los tropos más frecuentes son la antonomasia, el énfasis, el eufemismo, la hipérbole, la ironía y la metáfora.

Junto a esta gran variedad de figuras retóricas, en el comentario abunda también la exposición de argumentos de muy diverso tipo. En una tipología más o menos operativa, podemos reconocer los siguientes tipos de argumentos:

⁵ En una definición más técnica, podemos seguir a J. Knappe cuando define las figuras como «determinados fenómenos de configuración en la estructura superficial o profunda de los textos no motivados gramaticalmente». Por tanto, el criterio fundamental viene dado por la manipulación lingüística (al construir la figura) y se debe a una exigencia extragramatical (Spang, 2005: 198).

⁶ El enfoque para la clasificación que utiliza Spang es un enfoque «funcional pragmático», es decir, una perspectiva que respeta las funciones de uso y los potenciales efectos comunicativos y persuasivos de las figuras (Spang, 2005: 205-206)

⁷ Para un conocimiento más detallado de todas las figuras retóricas con ejemplos ilustrativos, tanto literarios como publicitarios, se puede ver, por ejemplo, Spang (2005: 209-271).

1. El argumento de *autoridad* (Álvarez, 1999: 31), que se apoya normalmente en testimonios fidedignos y citas que manifiestan la opinión de hombres famosos o expertos conocidos sobre el tema.
2. El argumento mediante el *ejemplo* (Álvarez, 1999: 37-38) para ilustrar lo que se pretende demostrar y defender, aludiendo a la experiencia compartida entre autor y receptor.
3. El argumento por *analogía* en el que la argumentación discurre de un caso o ejemplo específico a otro ejemplo aludiendo a su semejanza, de forma que se transfiere el conocimiento acerca de un asunto que resulta familiar y más o menos evidente, a un asunto menos conocido sobre el cual se desea establecer cierta conclusión.
4. El argumento acerca de las *causas* que explica por qué sucede alguna cosa argumentando sobre su origen.
5. El argumento *deductivo* que es aquél en el que la verdad de sus premisas garantiza la verdad de sus conclusiones.

Junto a los diferentes tipos de argumentos, en ocasiones la argumentación del comentario recurre también al sentir general de la sociedad con la clara intención de lograr una defensa pero, sobre todo, de convencer al oyente de su opinión. En ocasiones, este sentir general de la sociedad queda condensado en proverbios y refranes, máximas de gran fuerza expresiva comúnmente aceptada, con los que también se suele aderezar los textos argumentativos para acercarlos al receptor y evidenciar la intensidad argumentativa (Álvarez, 1999: 34).⁸

5. En cuanto a las condiciones de producción y realización

Las condiciones de producción y realización del comentario radiofónico agrupan a los rasgos relacionados con el modo de ejecutar en antena el texto, tanto desde el punto de vista narrativo como técnico. Bajo esta perspectiva, los rasgos que caracterizan al comentario radiofónico son: la transmisión habitual en directo y desde el estudio, la elaboración y presentación por profesionales de prestigio, la locución trabajada, la extensión breve y el alto grado de planificación del texto, que se refleja en un guión perfectamente cerrado.

5.1. Transmisión habitual desde el estudio y en directo

De manera habitual, el comentario se emite desde el estudio y en directo, si bien, en ocasiones admite también la posibilidad de ser grabado para su emisión posterior. Aún así, como decimos, lo más común es que se elabore y difunda en el lugar donde está ubicada la redacción de la emisora. De este modo —dirá Cebrián Herreros— se produce un distanciamiento físico de los hechos para observarlos

⁸ Además, en el comentario se puede advertir también un empleo frecuente de otros mecanismos argumentativos de tipo léxico, fónico y sintáctico, que abordaremos en estudios posteriores.

con el sosiego adecuado (1992: 65). El directo facilita su integración en el contenido del programa que se emite ya que el presentador que lleva la continuidad del programa deberá presentarlo y darle paso.

Si va grabado, muchas veces se recurre a la redifusión en tramos horarios y programas diferentes explicitando de forma directa o indirecta que se trata de un material previamente grabado.

Ni aún en los casos excepcionales en los que el comentario se emite previamente grabado, se recurre a la edición. El comentario no se presta al montaje, ya que le quitaría credibilidad, verosimilitud y naturalidad de los textos coloquiales cultos. En realidad, tampoco el montaje tendría mucho sentido ya que, como vimos, el comentario es un género que se caracteriza por el empleo preferente y exclusivo de la palabra.

5.2. Elaboración y presentación por profesionales de prestigio

El comentario tiene por autor a un profesional con una trayectoria profesional avalada y una firma reconocida, que pone su sello y firma personal a través de la presentación en antena. Se trata de un colaborador que no sólo prepara el texto del comentario sino que también lo presenta. Por tanto, una condición necesaria del comentario es que sea presentado en antena por su autor. Merayo dirá que «la voz del autor es el elemento constitutivo del comentario radiofónico, de modo que sin ella el género pierde su razón de ser» (2000: 183).

El profesional debe dominar un área informativa concreta, manejar buenas fuentes, estar bien documentado, poseer una cultura y conocimiento de la historia amplios, y tener una experiencia profesional demostrada. De esta forma, la audiencia podrá asignarle y reconocer autoridad y credibilidad en los comentarios que presenta.

El autor-voz es un colaborador habitual de la emisora y también de otros medios de comunicación. También se da el caso de comentarios realizados por un profesional con responsabilidad dentro del organigrama de la redacción, como son, por ejemplo, los presentadores-estrella de los principales programas informativos. En ambos casos, tiene que tener prestigio ante la audiencia, de manera que su firma siempre aporte un valor añadido, tanto al programa como a la emisora.

5.3. Perfecta locución

Como es el propio autor quien presenta el comentario en antena, es necesario que, además de la riqueza de estilo, domine las exigencias de la comunicación radiofónica. El comentarista deberá tener una voz con personalidad, que transmita seguridad y convicción. Hay que tener en cuenta que en todo proceso argumentativo oral, la comunicación verbal, tanto explícita como implícita, juega un papel relevante a la hora de presentar los argumentos a la audiencia. Aunque el autor no debe perseguir el lucimiento personal de su propia voz, es recomendable que domine las técnicas de locución y que tenga una voz con personalidad que acompañe a la función argumentativa del comentario.

En el comentario, la voz del autor sustituye a la firma en el caso de la prensa escrita. De este modo, siempre es el mismo autor del comentario el que lo presenta con su propia voz. Además esto aporta mayor credibilidad y, en ocasiones, puede ser un reclamo del género. A la fuerza del texto se suma así la fuerza y las connotaciones derivadas de la expresividad de su autor:

«La voz del comentarista requiere toda la riqueza de un comunicador oral, tanto en el léxico como en el fraseo, matizaciones sonoras, entonaciones y demás registros fonéticos de la voz, con una presentación y graduación en la que no predomine el grito ni el susurro, sino la voz de alguien próximo con quien se dialoga. No es la voz de un actor, sino de la un comunicador que explica a los contertulios su visión de los hechos. Una voz que suene con toda su autenticidad y credibilidad» (Cebrián Herreros, 1992: 74).

Habitualmente se preferirán las voces graves, de intensidad media y ricas en variaciones tonales. Lo que se traduce en que serán frecuentemente voces masculinas. También se utilizarán los primeros planos, propios del diálogo personal y de la intimidad, que acentúan la comunicación directa con la audiencia. Y se rechazarán tanto la intensidad alta del grito, como la intensidad baja del susurro.

Como se exige a toda voz radiofónica, el comentarista debe tener una voz natural no engolada ni afectada. Debe ser además una voz entrenada para hablar por la radio. Todo lo cual se completa con una expresión correcta. Como es un género en el que predomina la palabra, la buena locución debe ir acompañada por un perfecto dominio del idioma y una imprescindible riqueza léxica. Todo ello contribuirá a construir la credibilidad formal del autor y del comentario.

5.4. Duración breve

La brevedad es otra característica del comentario. Nunca puede superar el minuto o minuto y medio, ya que se trata de un género de monólogo. La presentación de los argumentos tiene que ser directa y sin rodeos, y la conclusión debe ser rápida y contundente.

Puesto que el comentario tiene una frecuencia regular dentro de un programa, la duración del comentario suele estar establecida y fijada previamente. En este sentido, la exposición debe ser breve, sin concentración excesiva de argumentos. En su lugar, el comentarista procurará más bien centrar su comentario en los puntos que considere más relevantes, sabiendo que no tiene necesidad ni de rebatir otras interpretaciones, ni de abarcar en un único comentario todos los aspectos de un tema. Se trata más bien de exponer su visión personal:

«El comentarista no tiene necesidad de abarcar en un solo comentario toda su visión de la realidad. Su cosmovisión aparece por mosaicos. Es el conjunto de comentarios los que dejan entrever, a lo largo de un período, sus inclinaciones y preferencias, aciertos o errores en los análisis y pronósticos (...) En consecuencia, la interpretación recae sobre el aspecto que él considere más importante así como la organización del comentario, de tal manera que ese aspecto quede expuesto

con claridad, contundencia y resulte fácilmente comprensible para la audiencia» (Cebrián Herreros, 1992: 72).

El comentarista no tiene la obligación de concentrar muchos argumentos en pocos segundos, sino de esbozar con claridad y concisión uno o dos —los que estime más relevantes—, seguidos inmediatamente por la conclusión. De esta manera, el comentario se integrará con mayor facilidad en el resto de contenidos de un programa y será fácilmente asimilable por una audiencia que escucha la radio mientras realiza otras actividades.

5.5. Guión previamente escrito o alto grado de planificación

El comentario es un género que debe cumplir de manera muy directa y breve con la función argumentativa. Para ello, debe ser un texto bien escrito a partir de una planificación previa. Por tanto, se trata de un género que se escribe para luego ser leído delante del micrófono utilizando un formato de guión adecuado al predominio de la palabra.

Aunque la presentación será luego en tono coloquial y directo, requiere y admite la lectura del texto. Es quizá, junto al editorial en radio, el único género que admite lectura directa. Esto, en lugar de quitar espontaneidad a la presentación, ayuda a construir la verosimilitud del texto. El uso de recursos retóricos y estilísticos argumentativos justifica un alto grado de planificación, en donde cada palabra cuenta y el guión se ajusta al tiempo disponible.

La planificación también afecta a la transición de continuidad que realiza el presentador del programa, que debe pactar previamente con el comentarista el tipo de enlace que va a realizar para dar paso a la sección. Aunque en general el presentador se limita a presentar el espacio, puede haber un diálogo previo muy breve para presentar el tema y el enfoque, aunque procurando no revelar la tesis ni hacer demasiado previsible la exposición de argumentos del comentario.

6. En cuanto a su integración en la programación

Nos referimos aquí a la presencia del género dentro de la programación, o del conjunto de programas que componen la oferta de una emisora. Como veremos, el comentario no tiene autonomía programática y no puede por tanto convertirse por sí solo en un programa, sino que necesita ir siempre acompañado de noticias, crónicas, entrevistas y tertulias en programas de tipo informativo. Se localiza sobre todo en programas informativos y en la radio generalista. Su periodicidad, duración y ubicación son fijas y con ellas se pretende establecer un hábito de escucha y un vínculo de familiaridad con la audiencia. La posibilidad de admitir patrocinio publicitario, junto a la contribución del comentario a la hora de construir la marca de la emisora, completa el resto de rasgos del género en lo que se refiere a su integración en la programación.

6.1. Falta de autonomía programática

A diferencia de lo que ocurre con otros géneros como las entrevistas o los reportajes, el comentario no tiene autonomía programática, es decir, no tiene capacidad para convertirse por sí solo en programa. Lo habitual es que tenga un valor complementario y aparezca siempre acompañado de otros géneros o bien más informativos como las noticias, crónicas, entrevistas, reportajes e informes, o bien más orientados a la opinión como las tertulias. En este sentido, los comentarios suelen emplazarse en programas de naturaleza informativa como los magazines o servicios principales de noticias, que son los programas informativos de mayor duración y desarrollo creativo de la radio generalista.

Dentro de estos programas, los comentarios constituyen una sección propia, diferencial y característica del conjunto de secciones que componen el programa. Como sección, los comentarios tienen un título y sintonía propios que lo definen. El título, en muchos casos, emula a las columnas de la prensa escrita y «simula estructuras propias de discursos escritos, aunque después —como no podía ser menos— el comentario utilice esquemas del lenguaje oral» (Merayo, 2000: 184).

Para facilitar su integración en el conjunto del programa, el conductor presenta siempre el comentario en directo y una vez concluido cierra la sección y despide al comentarista. En esta continuidad de entrada y de salida, puede establecerse un intercambio de saludos o bien una breve interpelación del conductor para facilitar la continuidad narrativa e introducir el tema del comentario del día.

6.2. Emplazamiento informativo y en la radio generalista

Como acabamos de mencionar, el emplazamiento del comentario es netamente informativo y su presencia está condicionada al contexto político e informativo de cada momento. Esto podría explicar la mayor presencia que tiene hoy el comentario en la radio generalista española si lo comparamos con lo que ocurría hace algunos años.

De lo que no cabe duda es de que el comentario se localiza también de un modo preferente en la radio generalista que ofrece variedad de programas y contenidos para una audiencia heterogénea. En este modelo programático, el comentario se emplaza fundamentalmente —tal y como dijimos en el punto anterior— en dos tipos de programas: los magazines y los servicios principales de noticias. Ambos programas se caracterizan por tener una cuidada producción, una larga duración desde el punto de vista de la programación y una marcada presencia de la actualidad, desde una perspectiva informativa.

Los magazines combinan la información y la opinión con el entretenimiento y el espectáculo. A pesar de que pueden no ser programas exclusivamente informativos, hay un enorme predominio de referencias a la actualidad y de contenidos de cualquier tipo a los que se les busca alguna vinculación con la actualidad. Se trata de programas que no se definen tanto por la homogeneidad de sus

contenidos como por su estructura para organizar esa diversidad de contenidos (Cebrián Herreros, 1994: 481). Dentro de estos programas, los comentarios se ubican de modo preferente en los tramos de mayor contenido informativo político (de 6 a 8 y de 20 a 22) y en los tramos de análisis de la actualidad (8 a 10 y de 22 a 24).

Los comentarios se suelen situar también en los servicios principales de noticias, también denominados diarios hablados o informativos principales, dependiendo de los autores y de las cadenas. Se trata de programas que se ocupan de resumir la actualidad de la mañana o la tarde y analizar sus aspectos más relevantes, y que suelen recurrir al comentario.

6.3. Periodicidad, duración y ubicación fijas

Junto a su falta de autonomía programática y su emplazamiento informativo, el comentario se caracteriza también por tener una periodicidad, una duración y un emplazamiento horario regular. Estos rasgos permiten crear hábitos de escucha y establecer un vínculo con la audiencia que también se construye por el uso de un estilo propio y el empleo de ciertas licencias poéticas y retóricas.

La periodicidad del comentario es fija y está condicionada a la frecuencia del programa en el que se inserte que suele ser diaria de lunes a viernes, sobre todo en el caso de los magazines y los servicios principales de noticias. En todo caso, lo que está claro es que el comentario requiere una periodicidad regular y fija:

«El comentario tiene también continuidad en la entrega. No es un género de presencia esporádica, sino que la regularidad le imprime unas características propias y establece cierta continuidad tanto con el presentador del programa en el que se inserta como con la audiencia» (Martínez-Costa y Díez Unzueta, 2005: 111).

En este punto, el comentario en radio se asemeja a la columna en prensa, ya que, no en vano, a juicio de Martín Vivaldi (1987: 141) lo que define al género «es la periodicidad y fijeza de su aparición en el periódico».

Por lo que respecta a la ubicación del comentario, ésta debe ser también fija y estar localizada a una misma hora, de forma que la audiencia conozca de antemano el momento en que puede escucharlo. A su vez, esta ubicación estará precedida por la fase en la que se expone la información ya que, como dijimos, el comentario requiere que los hechos sean conocidos previamente, al menos en sus aspectos más fundamentales. Asimismo, y a diferencia de la situación anterior en la que el comentario se colocaba inmediatamente *después* de la noticia que lo provocaba, en la actualidad, lo más habitual suele ser situar el comentario *al final* del relato total o bloque de las noticias. Esta modalidad cuenta con la ventaja de separar totalmente la información de la opinión. No obstante, en el lado contrario, el inconveniente de separar el comentario del resto de las noticias es que éste pierde conexión con los hechos concretos que lo motivan. Para evitar esto, y como hemos afirmado al referirnos a la estructura, el comentarista debe realizar una referencia mínima o reiteración parcial de los hechos para que la audiencia los vincule.

6.4. *Admite patrocinio publicitario*

Desde el punto de vista de su integración en la programación, otro de los rasgos característicos del género es la posibilidad de admitir patrocinio publicitario de un anunciante, al constituirse en una sección diferenciada. En ocasiones, las caretas de entrada y salida del producto o servicio que patrocina el comentario están grabadas mientras que otras se mencionan por parte del conductor estrella que presenta el programa en el que se inserta (Betés, 2004: 230).

Por lo demás, este formato publicitario se caracteriza por tener un origen claramente comercial, al margen del contenido que se patrocine que puede ser informativo, formativo, de entretenimiento, etc. La fórmula resulta beneficiosa para ambas partes. Para la cadena, el patrocinio es un formato que se integra en la programación regular. Para el anunciante, los objetivos publicitarios que obtienen son los de crear o mantener una imagen de marca asociada a los valores del espacio patrocinado.

6.5. *Contribuye a construir la marca de la emisora*

La relación de comentaristas, así como la de los presentadores, las voces y el estilo sonoro del programa son algunos de los diversos elementos de los que se sirven las emisoras a la hora de crear su imagen de marca. En el caso del comentario, esta contribución a la imagen de marca de la emisora se hace desde dos perspectivas: la sonora y la ideológica.

Desde el punto de vista sonoro, las caretas y sintonías que se utilicen para dar paso y cerrar el comentario forman parte del «sonido exclusivo de emisión» que «concede a la emisora una personalidad y sonido típicos que permiten al oyente concebir una imagen sonora para identificarla y diferenciarla del resto de la competencia en el dial» (Moreno y García, 2004: 143).

En efecto, en la configuración de este sonido exclusivo de emisión intervienen la voz de la emisora y la selección del elemento musical —sonido genérico, eslogan sonoro, promocionales de emisora y de programación—, sintonías de programas y espacios, entre otros. De esta forma, las caretas y sintonías que se escojan para marcar el comienzo y el final del comentario deben guardar armonía entre sí, con el conjunto de caretas y sintonías que se utilicen para otros espacios del programa y con el conjunto de caretas y sintonías que se utilicen también para el resto de la programación. El propósito de todo ello es «dotar de una estética radiofónica homogénea a la continuidad general de la programación para reforzar la identidad sonora de la emisora y la imagen de marca de la programación» (Moreno y García, 2004: 145).

Además, el comentario contribuye a crear la imagen de marca de una emisora desde un punto de vista también ideológico. La razón: la afinidad que suele existir entre la ideología de los comentaristas y la línea editorial de la emisora. Es cierto que el comentario analiza, interpreta, valora y enjuicia los hechos desde una perspectiva individual y no institucional. Pero, aunque el comentario se define por ser una interpretación personalizada de los hechos, lo que está claro es que cuando la emisora elige a sus comentaristas lo hace porque sus cosmovisiones no están muy

distanciadas de los principios, interpretaciones y la línea editorial de la propia emisora (Cebrián Herreros, 1992: 67). En este punto debemos recordar también que seguimos hablando de emisoras generalistas cuya columna vertebral son los informativos y cuyo prestigio se mide por la apuesta informativa que realice, los recursos, las fuentes, los colaboradores, etc.

El comentario, por tanto, se integra en esa marca sonora e ideológica que construye la emisora en torno a su programación, que le define en el mercado de la radio frente a la competencia y en el entorno socio-cultural en el que se encuentra.

7. Conclusión

Como hemos visto, el comentario radiofónico es un modelo de representación de la realidad que se emplaza en la programación informativa de la radio generalista con un conjunto de peculiaridades que lo definen y caracterizan desde el punto de vista narrativo pero también técnico-expresivo. En su delimitación son tan importantes las cuestiones formales —de estructura y presentación radiofónica— como las relativas al contenido y el estilo que adopta.

Desde el punto de vista del contenido, el comentario se caracteriza por su función argumentativa, su propósito persuasivo, su carácter personal no institucional, su vinculación con la información de actualidad y su escasa profundización.

En lo formal, el comentario es un género en el que todo está condicionado al propósito persuasivo del texto. En concreto, las características formales más relevantes del comentario son el predominio de la palabra, la presentación mediante monólogo, el personal estilo que cada comentarista imprima a sus textos, la estructura cerrada y el uso deliberado e intensivo que hace el género de las figuras retóricas y también de los tropos.

En cuanto a las condiciones de producción, el comentario se caracteriza por su transmisión habitual en directo y desde la emisora, por tener una breve duración, por ser elaborado por profesionales de prestigio que lo presentan con una locución perfecta y desde un guión cerrado, resultado de la alta planificación que exige el género.

Finalmente, desde el punto de vista de su integración en la programación, el comentario se caracteriza por su falta de autonomía programática que le impiden ir sólo y le obligan a ir siempre acompañado de noticias, crónicas y alguna entrevista en programas cuyo carácter es netamente informativo. Su periodicidad, duración y ubicación son fijas, lo que abre la posibilidad del patrocinio publicitario. Junto con otros elementos, contribuye también a construir la imagen de marca de la emisora, desde una doble perspectiva sonora pero también ideológica.

Por lo demás, como género radiofónico, el comentario combina de manera equilibrada el *ethos* formal y el *ethos* nuclear de la retórica clásica, para marcar el talante de un texto radiofónico de función argumentativa y propósito persuasivo.

8. Referencias bibliográficas

- ÁLVAREZ, M. (1999): *Tipos de escritos II. Exposición y argumentación*, Madrid, Arco Libros.
- ARMAÑANZAS, E. y DÍAZ NOCI, J. (1996): *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- BETÉS, K. (2004): El mercado de la emisora: la publicidad, en MARTÍNEZ-COSTA, M.P. y MORENO, E. (coords.), *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*, Barcelona, Ariel Comunicación.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992): *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*, Madrid, Ciencia 3.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1994): *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*, Madrid, Síntesis.
- FUENTES RÓDRIGUEZ, C. y ALCAIDE LARA, E. (2007): *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*, Madrid, Arco Libros.
- GUERRERO, S. (2007): *La creatividad en el lenguaje periodístico*, Madrid, Cátedra.
- HERRERA, S. (2008): *Cómo elaborar reportajes en radio*, Buenos Aires, La Crujía.
- LÓPEZ PAN, F. (1995): *70 columnistas de la prensa española*, Pamplona, Eunsa.
- MARTÍN VIVALDI, G. (1987): *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo*, Madrid, Paraninfo, 4^a edición.
- MARTÍNEZ-COSTA, M.P. y HERRERA, S. (2004): «Los géneros radiofónicos en la teoría de la redacción periodística en España. Luces y sombras de los estudios realizados hasta la actualidad», en *Comunicación y sociedad*, vol. XVII, núm. 1, Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, pp. 115-143.
- MARTÍNEZ-COSTA, M.P. y HERRERA, S. (2005): «Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos», en *Global Media Journal en español*, vol. 2, núm. 3, primavera, en la dirección electrónica: http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_7.html, fecha de consulta: 2 de diciembre de 2008
- MARTÍNEZ-COSTA, M.P. y Díez UNZUETA, J.R. (2005): *Lenguaje, géneros y programas de radio*, Pamplona, Eunsa.
- MARTÍNEZ-COSTA, M.P. y HERRERA, S. (2008): *La crónica radiofónica*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- MERAYO, A. (2000): *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico*, Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 2^a edición.
- MERAYO, A. y PÉREZ ÁLVAREZ, C. (2001): *La magia radiofónica de las palabras*, Salamanca, Librería Cervantes.
- MERAYO, A. (2002): La construcción del relato informativo radiofónico, en MARTÍNEZ-COSTA, M.P. (coord.): *Información radiofónica. Cómo contar las noticias en la radio hoy*, Barcelona, Ariel Comunicación.
- MORENO, E. y GARCÍA, A. (2004): La identidad de la emisora en el mercado: la programación como imagen de marca, en MARTÍNEZ-COSTA, M.P. y

- MORENO, E. (coords.), *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*, Barcelona, Ariel Comunicación.
- PLANTIN, C. (1998): *La argumentación*, Barcelona, Ariel.
- SAGÜILLO, J.M. (2000): *El arte de persuadir: algunos elementos de argumentación y retórica*, A Coruña, Ludus.
- SANTAMARÍA, L (1990): *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*, Madrid, Paraninfo.
- SPANG, K. (2005): *Persuasión. Fundamentos de retórica*, Pamplona, Eunsa.
- WESTON, A. (1994): *Las claves de la argumentación*, Barcelona, Ariel.