



El montaje músico-verbal

1. Combinación armónica de música y voz
2. El 'raccord': tipología
3. La 'cuadratura'
4. Consejos para un buen montaje músico-verbal

EL MONTAJE MÚSICO-VERBAL

1.- Combinación armónica de música y voz

La convergencia de música y voz al unísono se presenta frecuentemente a lo largo de la programación de cualquier emisora de radio, pero es en el ámbito de las redes especializadas (Cadena 40, Radio Club 25, M-80 Radio, etc.), y en el terreno de la publicidad, sobre todo en las cuñas¹, donde esta combinación aparece con mayor asiduidad. La superposición música/voz se revela, de hecho, como una de las combinaciones imperantes en la radio actual, en tanto que se puede manifestar, además de en los campos antes citados, en la recreación de una secuencia de ficción, en el sumario de un informativo principal o en la presentación de un disco como espacio integrante de un Magazine matinal, por citar algunos ejemplos. Por esta razón hemos decidido dedicarle una especial atención.

Pese a que pueda parecer lo contrario, la ejecución de un montaje músico-verbal no es una tarea fácil, ya que no se trata simplemente de hacer coincidir ambas sustancias sonoras con la pretensión de construir un mensaje que resulte más atractivo. Bien al contrario, la combinación de música y voz precisa de una “sincronía perfecta”, o, dicho de otro modo, de un grado de armonía que posiblemente no sea tan necesario cuando se mezclan otros componentes del lenguaje radiofónico. A la consecución de esa armonía contribuye, de manera especial, el llamado *raccord sonoro*, aspecto esencial de la locución con música en tanto que, además de facilitar el “enlace” entre música y voz, acaba confiriéndole buena parte de sentido al montaje.

A la hora de afrontar un montaje músico-verbal, Gutiérrez y Perona (2002)² advierten que al locutor se le presentan diversas posibilidades para armonizar los dos componentes del lenguaje radiofónico que entran en juego. Se trata, en definitiva, de distintos tipos de *raccord* que, por otra parte, tienen la particularidad de no ser excluyentes entre sí, por lo que una misma locución con música podría contener más de uno.

2.- El ‘raccord’: tipología

✓ **Raccord de contenido o temático:** El enlace entre música y voz viene determinado por el hecho de que ambas sustancias sonoras coinciden en un mismo tema o asunto. Así, por ejemplo, habrá *raccord* de contenido en un montaje músico-verbal en el que, a propósito de la proximidad de las vacaciones de verano, una voz nos invita a viajar a México mientras

¹ Como sostienen Barbeito, M.L. y Fajula, A., la cuña es, sin duda, el formato estrella de la publicidad radiofónica. Se trata de mensajes pregrabados que se emiten de manera intercalada en la programación. Su duración más habitual se mueve entre los veinte y los treinta segundos (...) Sus equivalentes en televisión y en prensa serían los spots y los anuncios gráficos, respectivamente. En “La ràdio publicitària: el pes de l’mmobilisme. *Quaderns del Cac*, núm. 22, pág. 50. Edt. Consell de l’Audiovisual de Catalunya.

² Gutiérrez García, M. y Perona Páez, J.J. (2002): Teoría y técnica del lenguaje radiofónico. Edt. Bosch. Barcelona. Pág. 104.

escuchamos una canción típica de ese país en la que se ponen de relieve sus excelencias. Algo similar sucedería si, en una radiofórmula destinada a los jóvenes, un lunes por la mañana el radiofonista se refiere a lo cansado que se encuentra por trasnochar durante el fin de semana mientras suena la popular canción de Mecano *Hoy no me puedo levantar*.

✓ **Raccord de repetición:** La unión entre música y voz se produce como consecuencia de la repetición textual de algún fragmento del tema que esté sonando o vaya a sonar. En las radiofórmulas musicales este es un recurso muy utilizado por los locutores, que a menudo optan por concluir la presentación de una canción con la misma frase con la que luego se inicia ésta última, o aprovechan las mismas palabras del estribillo para retomar la locución.

✓ **Raccord de intensidad:** Consiste en adecuar el volumen de la voz a la intensidad de la música. En un montaje músico-verbal con una pieza clásica, en la que las variaciones de intensidad son abundantes, es necesario hacer un buen uso de este *raccord*, como también lo es, por ejemplo, en la retransmisión en directo de un miting político o de un concierto, en el que se suelen escuchar otros sonidos (silbidos, gritos, murmullos, etc.).

✓ **Raccord tonal:** Se da cuando el locutor manipula el tono de su voz con el fin de adaptarlo a los tonos que predominan en la composición musical con la que se elabora el montaje. Esta adaptación neutraliza posibles disonancias sonoras, como sucedería, por ejemplo, en el caso de que el radiofonista se expresara con un tono agudo sobre una melodía triste en la que predominaran los tonos graves.

✓ **Raccord rítmico:** Este tipo de *raccord* aparece cuando el radiofonista hace coincidir la estructura rítmica interna de su discurso verbal con el ritmo que presenta la melodía que acompaña su voz. En realidad, el ritmo es uno de los elementos que aporta una mayor sensación de continuidad entre la música y la voz, por lo que este *raccord* suele ser muy utilizado en la locución con música.

3.- La 'cuadratura'

En el argot radiofónico se utiliza el término *cuadratura* cuando se hace referencia a lo que, sin duda alguna, se consagra como la *figura ideal* del montaje músico-verbal. En la radio se *cuadran* los temas musicales, pero también las caretas de entrada y salida de los diferentes programas, las cuñas publicitarias, etc. La *cuadratura* consiste en combinar armónicamente la presencia y la ausencia de la voz del locutor con respecto a la música que acompaña dicha voz. Siempre en función de la música, el radiofonista inicia su discurso, lo interrumpe, lo retoma o lo finaliza en lugares que se han fijado previamente y que vienen determinados, precisamente, por la propia música.

Gutiérrez y Perona (2002: 106) señalan que lo más habitual es que estos lugares coincidan con un cambio de ritmo muy pronunciado, con entrada en escena de un instrumento nuevo, o con la aparición de la voz del cantante. En cualquier caso, es necesario respetar los compases y las frases musicales, y no *pisarlos* con la locución.

4.- Consejos para un buen montaje músico-verbal

Lograr una buena *cuadratura* depende básicamente del conocimiento que se tenga de la pieza con la que se va a efectuar el montaje, por lo que será imprescindible escucharla previamente, incluso varias veces. No obstante, los locutores experimentados no suelen tener grandes problemas para *cuadrar*, ya que no les resulta difícil intuir la situación de esos lugares a los que antes se aludía. Además, la habilidad para alargar o acortar su discurso, para ralentizarlo o acelerarlo, etc., juega mucho a su favor.

En los diferentes manuales sobre producción audiovisual, así como en los que se centran únicamente en el medio radio, se aportan una serie de consejos sobre la utilización de la música que merece la pena repasar. Las recomendaciones afectan sobre todo al montaje músico-verbal, aunque también son útiles para otro tipo de montajes, especialmente en el terreno de la llamada ambientación musical.

Conviene tener en cuenta, por ejemplo, que no es apropiado manejar una música o una canción demasiado conocidas, ya que puede desviar la atención del receptor y neutralizar la efectividad de la comunicación. No obstante, si la pretensión es otra, como que el oyente asocie una melodía con una marca o un producto que se está publicitando, entonces sí estará justificado hacer uso de un tema popular (recuérdense los anuncios de *Cola-Cao*, *Sasi*, *Estrella Damm*, *Trinaranjus*, *Amena*, etcétera).

Por otra parte, el uso de títulos demasiado conocidos evoca un escaso sentido de la creatividad, por lo que es aconsejable servirse de músicas que, por las sensaciones que mayoritariamente despiertan entre aquellos que las escuchan, sean adecuadas anímica o imitativamente en relación con lo que se está describiendo. Lo mismo sucede cuando se abusa de la música en función descriptivo-ubicativa. Esta función aparece con cierta frecuencia en los montajes músico-verbales publicitarios, pero cuando lo hace "evidencia una notable falta de imaginación, debido a que casi siempre se cae en los mismos tópicos. En este sentido, es habitual, por ejemplo, que, haciendo uso del *raccord* de contenido, las agencias de viajes anuncien ofertas a Brasil con una samba de fondo o que los restaurantes gallegos utilicen una muñeira como reclamo" (Huertas, A. y Perona, J.J., 1999: 133)³.

³ Huertas, A. y Perona, J.J. (1999): Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Edt. Bosch. Barcelona.

Finalmente, algunos autores alertan sobre el uso indiscriminado de la música de época. Esta música es buena para situar, ubicar en el tiempo, pero no es necesario que una escena de terror que se desarrolle en la Viena del siglo XIX se tenga que acompañar con un Vals, o que una secuencia que tiene lugar en la época del Barroco se deba ilustrar con una melodía de Juan Sebastián Bach.