

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO



**PROPUESTA DE UN BOLETÍN INFORMATIVO
RADIOFÓNICO EN LA PROGRAMACIÓN DE UNA
EMISORA DE COBERTURA REGIONAL EN
LAMBAYEQUE. AÑO 2011**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN**

LUCÍA DEL ROSARIO SÁNCHEZ LARIOS

Chiclayo, 05 de abril de 2013

**PROPUESTA DE UN BOLETÍN INFORMATIVO
RADIOFÓNICO EN LA PROGRAMACIÓN DE UNA
EMISORA DE COBERTURA REGIONAL EN
LAMBAYEQUE. AÑO 2011**

Presentado por

LUCÍA DEL ROSARIO SÁNCHEZ LARIOS

**Presentada a la Facultad de Humanidades de la Universidad Católica
Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:**

Licenciado en Comunicación

APROBADO POR

**Mgtr. Milton Calopiña Avalo
Presidente del Jurado**

**Lic. Manuel Eyzaguirre Bravo
Secretario del Jurado**

**Lic. Flor De María Villalobos Guevara
Vocal del Jurado**

DEDICATORIA

A **Dios**, por ser quien ha guiado mis pasos durante toda mi vida y es quien me mantiene de pie día a día.

A **mis familiares y amigos**, quienes siempre tuvieron para mí una palabra de apoyo durante mis estudios y la realización de mi tesis.

AGRADECIMIENTOS

A **Dios y a la Virgen María**, por estar siempre conmigo en los grandes y difíciles momentos de mi vida, pero sobretodo por darme fuerzas para salir delante de cada tropiezo con mucha perseverancia.

A **mi madre**, que aunque lejos, siempre ha estado apoyándome día a día y aconsejándome humilde e incondicionalmente con todo su amor.

A **mi familia**, quien me ha brindado su comprensión, consejos y constante apoyo ante cualquier situación.

A **mi asesora**, por su desinteresada y generosa labor, transmisión de saber y sugerencias para mi investigación.

Gracias a todos y a cada una de **las personas que participaron en la investigación realizada**. Gracias por su tiempo y sus conocimientos para ayudarme a completar mi tesis.

A la **Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo** y en especial a la **Escuela de Comunicación**, quienes me dieron la oportunidad de formar parte de ellas.

A todos ellos,

Muchas gracias de todo corazón.

ÍNDICE

	Pág.
PORTADA	
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE	v
RESUMEN	viii
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. Realidad Problemática	02
1.1.1. Situación Problemática	02
1.1.2. Formulación del Problema	04
1.1.3. Justificación del Problema	04
1.2. Marco de Referencia del Problema	05
1.2.1. Antecedentes	05
1.2.2. Aspectos teóricos	06
1.2.3. Bases Teóricas	07
1.2.4. Definición de Términos	12
1.3. Objetivos	14
1.3.1. Objetivo General	14
1.3.2. Objetivos Específicos	14
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Concepto de Radio	15
2.2. Características de la radio	17
2.3. Lenguaje radiofónico	19
2.4. Ventajas y desventajas de la radio	21
2.5. Nacimiento de la radio	22
2.6. Evolución de la radiodifusión	23
2.7. Surgimiento de las Cadenas radiofónicas	25
2.8. Comercialización de la radiodifusión	26
2.9. Protagonismo de la radio en hechos históricos	27

2.10. La radio en América Latina	29
2.11. La radio en el Perú	34
2.11.1. Los primeros informativos en programaciones radiofónicas	37
2.12. La radio en Lambayeque	43
2.12.1. Principales radios con programación Informativa	50
2.13. Informativos radiofónicos	61
2.13.1. La noticia en la radio	61
2.13.1.1. Partes de la noticia radial	62
2.13.1.2. Clasificación de la noticia radial	64
2.13.1.3. Locución de noticias	65
2.13.2. La Nota informativa	66
2.13.3. Formatos Informativos	67
2.13.3.1. Boletín informativo	67
2.13.3.2. Otros formatos informativos	80
2.13.4. La musicalización en función de la información	85
2.14. Producción de informativos radiofónicos	86
2.14.1. Producción radiofónica	86
2.14.1.1. Preproducción	87
2.14.1.2. Producción	92
2.14.1.3. Postproducción	93
2.14.2. Producción Informativa	94
2.14.2.1. Búsqueda de la noticia	94
2.14.2.2. Guión y redacción del Informativo	97
2.14.2.3. Edición	99
2.14.2.4. Salida al aire	101
CAPÍTULO III: MATERIALES Y MÉTODOS	
3.1. Objeto de estudio	102
3.2. Características de la investigación	103

3.3. Selección de escenario	103
3.4. Selección de participantes	103
3.5. Determinación de muestra	104
3.6. Estrategias de recogida de información	105
3.7. Características de instrumentos	106
3.8. Técnicas de análisis de la información	108

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Entrevistas a especialistas en informativos radiofónicos	109
4.2 Encuesta realizada en tres distritos de Lambayeque: Chiclayo, La Victoria y José Leonardo Ortiz	127
4.3 Realización de grupos focales	150
4.3.1. Primer grupo focal: Diagnóstico sobre gustos y preferencias de los radioyentes	150
4.3.2. Segundo grupo focal: Presentación de Programa piloto de Boletín Informativo Radiofónico	160

CAPÍTULO VI: PROPUESTA **168**

CONCLUSIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación: **PROPUESTA DE UN BOLETÍN INFORMATIVO RADIOFÓNICO EN LA PROGRAMACIÓN DE UNA EMISORA DE COBERTURA REGIONAL EN LAMBAYEQUE. AÑO 2011**; expone las características, estilo y producción de los boletines informativos como una de las especies informativas radiofónicas, usándolas en su contexto periodístico y en las diversas programaciones radiales de una emisora. Aquí, las noticias son el eje fundamental para mantener informada a la población.

El objetivo general de la investigación es proponer el proyecto del programa piloto de un boletín informativo radiofónico para mejorar la producción de boletines que se transmitirán en la programación de una radio de cobertura regional en Lambayeque. Entre sus objetivos específicos, está el hacer un diagnóstico previo de la posible audiencia del proyecto del programa piloto, elaborar una propuesta del proyecto del programa piloto de boletines informativos radiofónicos en base a opinión a especialistas y una muestra seleccionada, y ofrecer un trabajo de investigación que pueda servir de modelo para la producción de boletines informativos radiofónicos.

Por último, se explica en forma detallada la naturaleza, objetivos, público objetivo, horario, estructura, frecuencia, contenido y finalidad de la propuesta aplicada en la investigación. Esta investigación es de tipo cualitativa propositiva.

PALABRAS CLAVE: Radio, Informativos, Periodismo, Boletines Informativos

ABSTRACT

The present research: **PROPOSAL OF A WIRELESS NEWS BULLETIN IN THE PROGRAMMING OF A RADIO STATION OF REGIONAL COVERAGE LAMBAYEQUE**, Year 2011 presents the characteristics, style and production of news bulletins as one of the informative wireless species, using them in his journalistic context and in the various radial programmings of a radio station. Here the news is the fundamental axis to keep the population informed.

The general objective of this research is to propose a wireless news bulletin to improve the production of breaking news that will be transmitted in a regional coverage radio programming in Lambayeque. Among its specific objectives is make a previous diagnosis of the potential audience proyect's pilot, elaborate a proposing of proyect's pilot radio news bulletins based on specialists' opinions and a selected sample, and offer a research that can serve as a model for the production of wireless news bulletins.

Finally, it is explained in detailed the nature, objectives, target audience, timetable, structure, frequency, content and purpose of the proposal applied in this research which is also of qualitative type.

KEY WORDS: Radio, News Bulletins, Journalism, Informative

INTRODUCCIÓN

La radio está considerada como el único medio de información inmediata, que aporta el último dato y brinda la actualización de los acontecimientos. Si alguien quiere conocer sobre las últimas noticias no le queda otra que encender su emisora para escuchar y enterarse del acontecer local, nacional e internacional.

Son los boletines radiofónicos el formato informativo más utilizado por radioemisoras con el fin de mantener informada a la población a la más brevedad posible.

La presente investigación consta de cinco capítulos. En el primero trata sobre la realidad problemática, marco de referencia del problema y objetivos de la investigación. El segundo capítulo, contiene una exhaustiva investigación bibliográfica y definiciones relacionadas al tema. Por otro lado, en el tercer capítulo se presenta el diseño de la investigación y descripción de los instrumentos de la investigación, que serán desarrollados más adelante en el siguiente apartado. En el cuarto capítulo, se tienen los resultados y la discusión de los datos obtenidos; para la justificación y efectividad de la investigación.

En el quinto capítulo se expone la propuesta del boletín informativo radiofónico sobre toda la investigación aplicada, ejecutada tal y como resultaron los instrumentos de la investigación. Su finalidad es mejorar la producción de boletines informativos en la región Lambayeque.

Esta investigación beneficiará a los estudiantes de Comunicación, profesionales de las Ciencias de la Comunicación y periodistas radiales para ejecutar la producción de boletines informativos radiofónicos de calidad realizados en la región.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Realidad Problemática

1.1.1. Situación Problemática

La radio es el medio de comunicación masiva más difundido en el Perú y en el mundo por la fácil y módica adquisición del aparato y su programación cercana al oyente. Los motivos para escucharla pueden variar, aunque destaca el entretenimiento y la información que brinda, y por qué no decirlo, es el medio que hace sentir la voz de la gente.

La emisión de los micro programas radiales especializados como los boletines informativos para un público heterogéneo, puede incentivar el deseo de superar el nivel cultural y el desarrollo de la sociedad. En estos tiempos, la especialización de los medios es una clara tendencia de la comunicación moderna y de los medios que la hacen posible.

En el continente americano, en USA desde 1945, los informativos radiofónicos duraban aproximadamente cinco, 10 ó 15 minutos. En las estaciones comerciales los 15 minutos eran 12 minutos, pues tres minutos estaban dedicados a la publicidad. En los boletines de cinco minutos, un minuto se dedicaba a los anuncios. Por eso se suele decir que “la esencia de la escritura es el tiempo”; en Veto profesional es escribir ‘n’ noticias, que interesen a mucha gente, y que duren cinco minutos”. (Tapia, s.f, p.4).

Mientras tanto, a fines de los años 30 en Perú, Radio Internacional, presenta ‘Reloj musical’, con la conducción del argentino Néstor Tato, incorporando noticias breves alternadas con notas sobre cine y temas musicales.

Actualmente, hay cadenas radiofónicas nacionales legales y profesionales que su género es eminentemente informativo, como es el reconocido caso de RPP Noticias, con cobertura en todas partes del país, al igual que Radio Nacional, quién llega día a día con el último acontecer a través del uso de sus diversos formatos de informativos radiofónicos. Hasta el 27 de julio de 2011, CPN Radio, convertida hoy como emisora musical con el nombre de radio La Zona, también tuvo una buena labor informativa.

En la producción de informativos radiofónicos en Lambayeque, las radioemisoras no suelen emplear los formatos informativos correspondientes, más se dedican difundir una comunicación lineal, comentar y opinar durante el horario de transmisión de un programa en vivo, sin proponer alguna secuencia informativa breve e independiente en la programación de la radio o programas, para mantener al día a la población de las últimas noticias.

1.1.2. Formulación del Problema

¿Qué tipo de propuesta de boletín informativo radiofónico mejorará la producción de boletines que se transmitirán en la programación de una emisora de cobertura regional en Lambayeque. Año 2011?

1.1.3. Justificación del Problema

La ejecución de esta investigación es **necesaria**, para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque promueve desde la enseñanza universitaria la realización de especies informativas, como la producción de boletines informativos radiofónicos de calidad.

La propuesta que se pretende es **conveniente**, porque refleja el cambio y el progreso profesional en la producción de noticias a través de boletines informativos radiofónicos de calidad realizados en la región, además ayuda al progreso de la población.

La investigación tiene **relevancia social**, porque permitirá aportar nuevas estrategias y diseños de producción informativa radial que beneficie al radioescucha y lo mantenga al tanto del acontecer social en su entorno.

La investigación es **práctica**, porque vincula a la sociedad en su conjunto, desde los medios de radiodifusión, empresas, periodistas y comunicadores que desean elaborar una buena producción de informativos radiales.

1.2. Marco de Referencia del Problema

1.2.1. Antecedentes

Silvia Jiménez Martín en su análisis sobre “El uso de la palabra en los Informativos Radiofónicos” mide el grado de expresividad –de atractivo- de los noticiarios relacionados con las diferentes modalidades de palabra que hay en los informativos: número de informaciones, duración de las mismas, tiempo de palabra utilizado por los editores, uso de la palabra por parte de los redactores y redactoras, y número y duración de las grabaciones sonoras utilizadas.

Las conclusiones del trabajo confirman que las palabras, como base del discurso, deben estar acompañadas y reforzadas por el resto de elementos para alcanzar su máximo nivel comunicativo y ampliar las posibilidades del medio radiofónico, pues la combinación de elementos refuerza la expresividad. (Jiménez, 2008, pp107-117).

Silvia Jiménez Martín en su análisis sobre “La opinión de la audiencia sobre las formas creativas en los programas informativos radiofónicos” señala que la audiencia prefiere los programas informativos que contienen ingredientes creativos, los que persiguen la expresividad como instrumento para garantizar una comunicación eficaz con la audiencia, a través de la elección de formas vivas, atractivas e interesantes.

Para ello, presenta datos extraídos de un experimento realizado en la Universidad Pontificia de Salamanca, que indican que la audiencia valora mejor los informativos originales, fáciles de escuchar, con un montaje más trabajado; y aquellos en los que se cuida la locución. (Jiménez, 2007, pp 3 -12).

Miguel Ángel Ortiz, en su artículo titulado: “La creatividad como valor añadido en los contenidos informativos”, señala que la creatividad aplicada a la

información radiofónica hace posible un mejor posicionamiento de la oferta informativa ante la audiencia y, contribuye a una mejor calidad de la información.

El trabajo ofrece claves para entender las posibilidades creativas y expresivas del medio radiofónico, implementadas en los principales géneros informativos de la radio generalista. Además, el autor insiste en que la creatividad aporta una mayor riqueza expresiva a la estética radiofónica y que propicia la renovación de los perfiles profesionales más creativos de la radio. (Ortiz, 2009, pp.237-260).

1.2.2. Aspectos teóricos

- 1.2.2.1. Concepto de Radio
- 1.2.2.2. Características de la radio
- 1.2.2.3. Lenguaje radiofónico
- 1.2.2.4. Ventajas y desventajas de la radio
- 1.2.2.5. Nacimiento de la radio
- 1.2.2.6. Evolución de la radiodifusión
- 1.2.2.7. Surgimiento de las Cadenas radiofónicas
- 1.2.2.8. Comercialización de la radiodifusión
- 1.2.2.9. Protagonismo de la radio en hechos históricos
- 1.2.2.10. La radio en América Latina
- 1.2.2.11. La radio en el Perú
 - 1.2.2.11.1. Los primeros informativos en programaciones radiofónicas
- 1.2.2.12. La radio en Lambayeque
 - 1.2.2.12.1. Principales radios con programación Informativa
- 1.2.2.13. Informativos radiofónicos
 - 1.2.2.13.1. La noticia en la radio
 - 1.2.2.13.1.1. Partes de la noticia radial
 - 1.2.2.13.1.2. Clasificación de la noticia radial
 - 1.2.2.13.1.3. Locución de noticias

- 1.2.2.13.2. La Nota informativa
- 1.2.2.13.3. Formatos Informativos
 - 1.2.2.13.3.1. Boletín informativo
 - 1.2.2.13.3.2. Otros formatos informativos
- 1.2.2.13.4. La musicalización en función de la información
- 1.2.2.14. Producción de informativos radiofónicos
 - 1.2.2.14.1. Producción radiofónica
 - 1.2.2.14.1.1. Preproducción
 - 1.2.2.14.1.2. Producción
 - 1.2.2.14.1.3. Postproducción
 - 1.2.2.14.2. Producción Informativa
 - 1.2.2.14.2.1. Búsqueda de la noticia
 - 1.2.2.14.2.2. Guión y redacción del Informativo
 - 1.2.2.14.2.3. Edición
 - 1.2.2.14.2.4. Salida al aire

1.2.2. Bases Teóricas

Reyes y Vorher, expresan las distintas formas de presentar los mensajes informativos con programas y micro programas informativos radiales como el flash, el boletín informativo y el diario hablado.

El boletín informativo radial es caracterizado por su periodicidad y su corta duración. Se clasifica en boletín horario, boletín de resumen y boletín principal. Tienen como única finalidad en presentar las noticias más relevantes del día o del momento. Generalmente, lleva el mismo título de nombre. Es un formato independiente a las otras programaciones en cuanto al tratamiento de su contenido.

La presentación de la noticia en los programas o micro programas depende de los objetivos que se busquen a través de ella, además se toma en cuenta el

momento en el que haya ocurrido y el tiempo adecuado para su presentación. (2003, p.29).

Hilliard dice que para la producción de las noticias en los diversos medios de Comunicación, el autor recomienda lo fundamental que son las fuentes de información antes de difundir la noticia, cuidando la validez y confiabilidad del material recolectado. Además, remarca el estilo de redacción en las partes de cada noticia, considerando el lenguaje adecuado para cada medio, y sin dejar de lado la objetividad y la precisión del contenido noticioso.

También sugiere la organización de las noticias para un programa radial, estableciendo una estructura común, empezando por las noticias de mayor importancia, o por noticias nacionales, regionales, locales, internacionales y deportivas; sin embargo este orden puede variar, pues el fin de esta jerarquización de la información es para lograr el interés del público. Es el tipo de público de cada noticiario quien determina el modo de organización. (2000, p.125).

Valdés define que la noticia es un suceso que se comunica a través de una información oportuna y desconocida hasta cierto momento, manteniendo las características generales de toda buena información como la imparcialidad y confiabilidad.

La noticia está basada en hechos que se relatan, los cuales responden a una serie de interrogantes como son: el quién, cuándo, dónde, por qué y cómo. Las respuestas a las preguntas deben ser claras y breves; de esta manera la noticia se entenderá mejor y más rápida.

Las respuestas a estas interrogantes son mencionadas desde un principio en la introducción de la noticia, que se denomina como encabezamiento. El encabezamiento puede ser de tipo sencillo, doble, triple, explicativo,

testimonial, sumario. Depende del redactor y del interés que quiera captar de la audiencia.

Las respuestas dadas en el encabezamiento son desarrolladas en el cuerpo de la noticia, con los datos de la información de menor a mayor, en orden creciente porque es la parte de la información que el oyente estará esperando. Esto se redacta así, hasta llegar al final de la noticia con un 'remate'. (2007, pp.17-20).

Legorburu menciona el gran papel que desempeña la radio como medio de comunicación, siendo el primero en enviar información noticiosa a una audiencia numerosa.

La transmisión de los mensajes radiofónicos, no sería posible sin sus características de inmediatez y de fugacidad, que hacen que la radio se diferencie de los otros medios, además permite que tenga una identidad propia. En cuanto a su función informativa, es el mejor y más eficaz de ellos al servicio de la transmisión de hechos actuales. (2001, p.127)

Velezmoro afirma que en algunas fuentes bibliográficas, se le conoce como 'reporte radial' o 'reporte de calle'; pero en el lenguaje entre reporteros de diferentes emisoras peruanas se le llama despacho. El despacho recoge testimonios u hechos en vivo. Generalmente, son cortos de duración, no exceden ni a los tres minutos como es en el caso del radorreportaje, ya que éste lleva más elementos.

En el despacho, el reportero tiene que improvisar sobre el hecho que informa, ya sea entrevistas, encuestas, testimonios. La información que se trasmite debe ser breve e inmediata, no debe pasar del minuto y medio. Si en caso se tratara de una entrevista, lo ideal es realizar solamente dos preguntas bien puntuales.

Por lo general, el despacho aparece dentro de microinformativos que se emiten a las horas o medias. En otros casos, puede aparecer repentinamente entre programaciones, cuando se trata de un hecho del momento de suma importancia. (2002, p.71).

López manifiesta sobre la presencia de la radio como medio de Comunicación, pues la radio no sustituye a otro medio sino que se reacomoda entre ellos. La radio tiene grandes ventajas y limitaciones, así como la prensa escrita, la televisión, el Internet.

La radio cumple a la vez una esmerada labor informativa, ya que es el medio que lleva las noticias con mayor rapidez. Cabe resaltar, que conforme la radio encontraba lugar en la sociedad, sus características y funciones han ido evolucionando, gracias a la ayuda de las nuevas tecnologías que permiten que la información se convierta en primicia.

A pesar del trabajo de los otros medios de Comunicación, la radio no deja de ser gran compañía para las personas, para cualquier lugar o momento que se encuentren o cómo se encuentren.

Asimismo, la importante labor informativa de la radio exige a realizar una excepcional redacción de las noticias. Una forma de comunicar la información noticiosa es a través de la nota simple, llamada así porque generalmente presenta datos básicos desarrollados por las 6 preguntas de la redacción periodística. La nota simple es emitida en corta duración. (s/f, p.13).

La Asociación Nacional de Periodistas del Perú de la Universidad de Periodismo “Jaime Bausate y Meza” sostiene que la radio posee ciertas características fundamentales que la diferencian de los otros medios de Comunicación. Entre ellas está la unisensorialidad, la fugacidad, unidireccionalidad e inmediatez.

Gracias a las características mencionadas, la radio cumple un rol importante en el periodismo. No sólo se encarga de emitir información, sino que realiza un mayor servicio como difundir la noticia en el mismo instante que ocurre el hecho, siendo la primera en dar la primicia del momento. (2007, p.22).

Valles realiza un panorama general sobre acontecimientos importantes de la Historia de la radio, presentados a nivel mundial, Latinoamérica y Perú.

Estos acontecimientos van acompañados también con la aparición de los diferentes formatos que tiene la radio como los noticieros, boletines, programas musicales, radionovelas; entre otros.

En la historia de la radio a nivel mundial, está el gran servicio que presta la radio en la Primera y Segunda Guerra mundial con la variada información noticiosa a través de los boletines informativos.

En la historia de la radio en Latinoamérica las emisoras dan su aparición a manera experimental. Mientras que la radio en el Perú desde su origen va surgiendo y evolucionando los formatos radiofónicos. (2010, parr.1).

Prado dice que la radio es un medio en donde la información es oída, es contada. Por eso, imprescindible el lenguaje radiofónico, la expresividad oral frente a este medio, por eso tiene como característica especial a la unisensorialidad. Por tanto, es importante la puntuación en los textos radiofónicos, ya que ayudará para la locución de las noticias, pues se trata de marcar unidades fónicas, no gramaticales. La locución se basa en una buena redacción del contenido de la información, en cuanto al tipo de vocabulario o expresiones a utilizar, que son frases cortas, claras y sencillas. (1985, p.35).

Suárez habla sobre la evolución de la emisión de la noticia en radio y en televisión. A pesar que la radio ha pasado desafíos formales y tecnológicos, los boletines horarios es uno de los formatos que ha sobrevivido en el medio radiofónicos para la difusión periódica de las noticias.

Asimismo, el boletín de noticias se clasifica según su contenido, formato y por su ubicación en la programación. En esta clasificación, el boletín radial puede incluir secciones o bloques que enriquezcan la información, como los reportes en vivo. (2007, p.42).

Marín afirma que en los programas de radios y televisión, se dan ciertos criterios para su producción, los cuales dependen de la periodicidad, contenido, género, difusión, secciones, espacios publicitarios. Estos programas pueden ser informativos, como son los informativos, avances, el flash, informativos semanales o boletines horarios.

En los boletines horarios, aquellos que formatos informativos que son difundidos por periodicidad, ya sea en las horas en punto, en cuartos o medias; con el fin de mantener informado al oyente de los acontecimientos que suceden. (2006, p.8.).

1.2.3. Definición de Términos

Radio

Es un medio de comunicación masiva que llega a un público heterogéneo. Ofrece mensajes basados únicamente con el sonido, y lo hace de manera constante a 'domicilio'; sin que exista presencia física del emisor. Es capaz de actuar sobre la imaginación y la memoria semántica de los oyentes, y provocar así en ellos constantemente el cúmulo de representaciones mentales.

Boletines Informativos

Es la sucesión de noticias con un criterio de interés informativo, por bloques temáticos. Se refiere a una especie de resumen muy breve o a la selección de las noticias transcurridas de última hora o más. Es un servicio informativo cuyo antecedente inmediato es el diario hablado.

Producción radiofónica

Es el proceso creativo que consiste en la aplicación de técnicas radiofónicas, hábitos informativos, entre géneros y programas. Se realiza a partir del conocimiento teórico y técnico de sus componentes, herramientas y estructura. Su base es la programación, cuyo trabajo se centra en la realización de programas, grabados o en directo.

Producción de informativos

Es el proceso que tiene como finalidad la creación de mensajes informativos adaptados a la técnica, a los modos y a los principios operativos del trabajo en radio.

Es el fundamento de la programación porque consiste en la valoración de los mensajes informativos y de los programas radiofónicos como producir las secciones, los espacios y los programas completos para conseguir una ordenación coherente en una emisión.

Periodismo radial

El periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público a través de las ondas sonoras, con la intención que la información sea difundida de manera clara y concisa.

1.3. Objetivos

1.3.2. Objetivo General

Proponer el proyecto del programa piloto de un boletín informativo radiofónico para mejorar la producción de boletines que se transmitirán en la programación de una emisora de cobertura regional en Lambayeque.

1.3.3. Objetivos Específicos

- Hacer un diagnóstico previo de la posible audiencia del proyecto del programa piloto.
- Elaborar una propuesta del proyecto del programa piloto de boletines informativos radiofónicos en base a opinión a especialistas y una muestra seleccionada.
- Ofrecer un trabajo de investigación que pueda servir de modelo para la producción de boletines informativos radiofónicos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Concepto de radio

En la actualidad, los medios de comunicación son indispensables para transmitir diversa información como sucesos, conocimientos, sentimientos ideas, pensamientos dirigidos a una masa de personas. Esto no es posible, sin la participación de los avances tecnológicos permitiendo que se logre con efectividad un proceso de comunicación. La comunicación dada por los medios puede ser a través de un lenguaje oral o escrito.

Uno de los medios de comunicación más conocido y de fácil acceso es la radio, cuya información es escuchada.

“El término radio proviene de la palabra radiodifusión; éste es un sistema de información a distancia, únicamente sonoro que se dirige a un público

heterogéneo, anónimo y disperso”. (Jaime Bausate y Meza, *Periodismo Radial*, 2007, p.17).

“Es un medio de comunicación actual como puede serlo el cine o la televisión, porque sus orígenes en el tiempo y en la técnica; son similares y complementarios”. (Scoff, 1995, p.25).

“La radio difunde unos contenidos (informativos, formativos, diversivos, persuasivos) que son cristalizados en unidades de programas, que se juntan en continuidad para formar una emisión a una audiencia numerosa”. (Legorburu, 2001, p.127).

La radio es para acompañar la soledad y amenizar la compañía, para informarse cuanto antes de lo que pasa y para olvidarse lo antes posible de lo que pesa, así es la radio, como esos vehículos todo terreno: para toda situación. (López, s.f, p.13).

De tal manera, según Mario Kaplún en su libro ‘Una pedagogía en la comunicación’ dice que la radio habla a la imaginación, a la emoción, y no sólo a la racionalidad. Un radioteatro o radiodrama con una historia, con una situación, con música, con sonidos; moviliza la participación de los oyentes mucho más que una monótona charla expositiva.

En este sentido, desde la UNESCO se afirma que “la radio es la única técnica de comunicación avanzada que se ha expandido y culturizado por todos los países donde las condiciones lo han permitido”. (Legorburu, 2001, p.10).

Asimismo, al inicio del siglo XXI, la radio sigue siendo el medio de comunicación más universal. Para no desplazar a los demás medios de comunicación, se puede decir que los ciudadanos primeramente se enteran de las noticias por la radio, las confirman por la televisión y las reflexionan, al día siguiente con el diario.

La radio es un medio de comunicación que a través de la palabra, el sonido o música, informa sobre lo que sucede en el entorno más cercano o lejano, orienta, educa y crea valores entre las personas.

2.2. Características de la radio

La radio es considerada como 'la voz sin rostro'. Velezmoro afirma que la radiodifusión tiene su propia identidad, que nace de una serie de características que la convierten en el mejor y más eficaz medio al servicio de la transmisión de hechos actuales, con una concepción particularmente informativa, sobre todo, si se transmiten los hechos en directo.

“Una gran ventaja que tiene la radio en su rápida difusión de los últimos acontecimientos presentados, es que puede aumentar la comprensión del receptor u oyente a través de la explicación y el análisis para una profundización del tema”. (Velezmoro, 2002, p.14).

Por tal, se detallan las siguientes características:

Inmediatez

Es una característica que tiene que ver más con el trabajo informativo radiofónico. Así, la radio es considerada como la “reina” de la primicia porque difunde las informaciones del momento o del último minuto, que están ocurriendo o que acaban de ocurrir. (Jaime Bausate y Meza, Periodismo Radial I, 2007, p.22).

Puesto que, la noticia se transmite a los oyentes tal y cómo se produce en sólo unos instantes después. Hay casos, en donde solo se necesita un mínimo equipamiento (puede ser un simple teléfono móvil).

Fugacidad

La noticia es transmitida con demasiada rapidez, tanto que el oyente, a veces no podrá captar absolutamente toda la información. Esta limitación indica el lenguaje que utilizan los periodistas o comunicadores que laboran en radio, el cual tienen una sola oportunidad de ser escuchados y lo que digan deberá ser claro y preciso. (p.21).

Por ende; la radio no espera, a diferencia de otros medios como la prensa escrita, en donde se puede abandonar la lectura durante unos momentos y luego retomarla. Para mejorar esta deficiencia de la radio, existe la redundancia. Asimismo, una de las condiciones del lenguaje radiofónico es la necesidad de redundar. La fugacidad del mensaje obliga a reiterar los términos y las ideas principales de la información o el relato. Esta peculiaridad es especialmente importante a la hora de impartir una lección por medio de palabras y sonidos.

La unisensorialidad

La unisensorialidad se debe a que los mensajes de la radio son percibidos por un sólo sentido: el oído. La unisensorialidad permite que las personas puedan acompañar sus labores cotidianas, estudio o trabajo, escuchando información o música de fondo sin necesidad de prestarle atención exclusiva. Cabe destacar que los mensajes radiofónicos generan en los oyentes, imágenes mentales, lo que se conoce como imágenes sonoras.

Por otro lado, hay ocasiones en donde el oyente desea comunicarse con los locutores para intervenir en alguna programación y resulta dificultoso. Asimismo, “la radio no registra un mensaje de retorno similar o equivalente a la cantidad de influencia informativa que recibe el oyente”. (p.21).

En Sainz, otras características de la radio son:

Directo

Por su aparente ausencia de mediación, adquiere significado de realidad misma no de representación de la realidad, es decir como ocurre en el medio televisivo. La información a través de la voz humana, adquiere fuerza y realismo.

Cercano

La proximidad psicológica que supone la voz humana del interlocutor, hace que parezca presente en el mismo espacio de recepción.

Activo

La buena utilización de sus cuatro elementos que son la palabra, la música, efectos de sonido y silencio; el cual crean una comunicación viva y estimulante. (Sainz, 2003, pp. 39-40).

Por las características que presenta la radio es un medio de comunicación que llega con mayor rapidez a su receptor, algo que otros medios no pueden realizar con tanta facilidad. Además, permite realizar cualquier otra actividad mientras se sintoniza la radio, porque no necesita un alto grado de atención.

2.3. Lenguaje radiofónico

La interpretación del lenguaje sonoro se basa en una serie de códigos convencionales que permiten al oyente identificar el sonido y asociarlo con un objeto, una imagen o una situación previamente registrada por el oyente.

Ortiz explica que “el lenguaje de la radio está compuesto por cuatro recursos sonoros esenciales: la palabra, la música, los efectos de sonido y los silencios.

La combinación de estos elementos es la base de la creación radiofónica” (pp. 237-260). :

La palabra es el recurso que goza de mayor presencia en casi todos los formatos radiofónicos, indiscutiblemente. Es el elemento que domina en el proceso creativo de la información.

La música en la radio tiene dos importantes funciones estéticas: una expresiva y otra descriptiva. La función expresiva está relacionada con las emociones que es capaz de crear un clima emocional. A través de la función descriptiva, la música es capaz de describir o ubicar la escena de la acción conforme va relatado.

Los efectos de sonido son como un conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales o artificiales, permitiendo construir una imagen, el cual aportan en el oyente una sensación de realidad.

Mediante **el silencio**, el informador o locutor concede un tiempo de reflexión y descanso a la audiencia, estimula la crítica del oyente, representa estados de ánimo y acelera la narración radiofónica. Es lo que se denomina el silencio valorativo. (Ortiz, 2009, p.261).

El lenguaje radiofónico es una combinación de la palabra hablada como el principal aporte para la construcción del mensaje, seguido después y sin dejar de lado a la música, los efectos sonoros y el silencio, también son pilares importantes porque identificarían a la emisora o a la programación radial. Cada elemento del lenguaje radiofónico, pueden ser complementarios o dependientes para crear un mensaje más creativo y original.

2.4. Ventajas y desventajas de la radio

Por ser un medio de comunicación solamente de audio, la radio tiene sus ventajas y desventajas que pueden ser beneficiosas o no, para la emisión del mensaje a diversos públicos.

Ventajas

La radio informa y sensibiliza los acontecimientos, con una información variada y multicultural de máxima actualidad. Por eso, es la primera en comunicar una noticia o un evento, antes que otros medios de comunicación. Su inmediatez permite despertar la curiosidad y la imaginación del radioescucha. (González, 2009, p.39).

Se presenta como un modelo y estereotipo que ayuda a representar y comprender el mundo; creando temas de discusión y tertulia para la sociedad.

Este medio une culturas totalmente diferentes a través de la sintonía de la música de otros países. Propician la motivación hacia los valores artísticos de la música debido a la facilidad de acceso a todo tipo de materiales musicales y por generar documentación sonora diversa.

Por otro lado, puede contribuir a corregir la dicción, ya que permite escuchar voces con una buena vocalización y timbre, que facilita la adquisición de vocabulario y la mejora de la praxis convencional.

“Un gran beneficio que presta la radio, es con las personas de escasa habilidad lectora y de importantes déficits visuales, suponen un buen canal de información y comunicación alternativa”. (A. Falcone, 2003, parr. 1).

Desventajas

Sus emisiones son secuenciales. Puede crear una actitud pasiva y poco comprometida, al asimilar los mensajes de forma cómoda, despreocupada y compartida con otras actividades.

La radio, al ser un instrumento de comunicación unidireccional, el mensaje llega hasta el oyente pero las reacciones y las ideas de éste no llegan hasta la radioemisora; es decir no hay mucha retroalimentación.

Entre las ventajas y desventajas que tiene la radio, es que ofrece un producto muy efímero. La palabra hablada, en contraposición a la escrita, es muy fugaz. Esta palabra fugaz fácilmente puede ser deformada por el oyente. La radio es un medio más espontáneo que la TV; pero eso mismo va a la improvisación y a la superficialidad.

2.5. Nacimiento de la radio

La necesidad de transmitir información de una forma más inmediata, breve y directa, impulsó a descubridores a hacer el uso de las ondas sonoras para dar origen a la radiofusión.

“Se llama radiodifusión al conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos” (Radiodifusión, s.f, p.1).

“La aparición de este medio de comunicación es una sucesión de descubrimientos que comenzaron a finales del siglo XIX”. (Scoff, 1995, p.25)

El autor de ese fantástico descubrimiento fue por la gran aportación de Guillermo Marconi, un Físico italiano.

“En 1873, el Fisicomatemático escocés James Clerk Maxwell, publicó un trabajo en donde sugería que era posible enviar una señal electromagnética por el espacio sin necesidad de usar cables”. (Dominick, 2001, p.176). En 1887, el Físico alemán Heinrich Hertz verificó la exactitud de las teorías de Maxwell por medio de una serie de experimentos que consistían en enviar y detectar ondas de radio.

Finalmente, Marconi perfeccionó los trabajos de Hertz y; “en 1896 en Bolonia, pudo enviar una señal inalámbrica a una distancia de tres kilómetros. Es así que el primer nombre de la radio era ‘inalámbrico’ ”. (Scoff, 1995, p.27).

Es así, que la radio empieza a ser tan útil para la difusión de mensajes, tanto es, que cada descubridor empieza a pulir el funcionamiento técnico de este gran medio de comunicación.

2.6. Evolución de la Radiodifusión

El servicio de radiocomunicación cuyas emisiones se destinan a ser recibidas directamente por el público en general, es parte de la radiodifusión. Durante su evolución se ha considerado como características principales son: la periodicidad o regularidad de las emisiones.

Con el pasar del tiempo la radio se fue regenerando. “En 1900, el canadiense Reginald Aubrey Fessenden, transmitió la voz humana entre dos edificios a una distancia de 1,600 metros. De esta manera, la evolución de la radio fue rápida” (El Aire. Recortes periodísticos, 2009, p.2).

Uno de los grandes momentos de la radiodifusión, fue en la nochebuena de 1906, cuando los radiotelegrafías radialistas de los barcos que navegaban por el Atlántico frente a las costas de Estados Unidos, escucharon por primera vez una voz que les hablaba en sus auriculares; el cual diversas personas hablaron por el inalámbrico; una persona pronunció un discurso, la otra

leyó un poema e incluso alguien tocó el violín. (Radiodifusión, s.f., p.2).

Seis años después, un 24 de diciembre a las 12.00 p.m. en Massachussets, Estados Unidos, el mismo Fessenden descubrió la onda continua y realizó el primer programa radial en el mundo, donde combinó la voz y la música con la lectura de un Salmo de la Biblia; interpretándose música navideña.

El 2 de noviembre de 1920, la compañía Westinghouse lanzó al aire la primera estación radiofónica formal autorizada, esta fue la KDKA de Pittsburg de los Estados Unidos. La emisión comenzó a las 8.00 p.m. y terminó después de la media noche. Tuvo un servicio diario de emisiones y se constituyó después como un medio informativo de las entonces elecciones presidenciales norteamericanas. La radio empieza a ser una competencia para la prensa.

Asimismo, se iniciaron tres etapas importantes en la historia de la radiodifusión mundial:

De 1920 a 1926, es el período en el que se da importancia a la técnica y a la calidad de sonido. Se emplean recursos empíricos y casi domésticos con la finalidad de darle dramatismo y autenticidad a los mensajes. En esta primera etapa se estabilizó la programación. En los Estados Unidos algunos estudiantes comenzaron a difundir boletines de información y discos. (Barbier, 1996, p.249).

En 1924, nace la venta publicitaria radiofónica.

Entre 1926 a 1930 se caracterizó el logro del registro sonoro sobre el disco. La radiodifusión se reglamentó, y las pocas emisoras existentes comenzaron a trabajar con publicidad. De esta forma, el sonido constituyó un elemento innovador y revolucionario en los anuncios publicitarios. (ANPP, Periodismo Radial I, 2007, p.19).

La tercera y última etapa de los inicios de la radiodifusión comenzó a fines de 1930. En ese año, el número de receptores de radio en los Estados Unidos bordeó los trece millones.

La red de la Vox of America (VOA) cubrió poco a poco al mundo entero con todas las lenguas importantes, oponiéndose con éxito a la propaganda radiofónica alemana o italiana, en particular en América Latina. Para ello, el Gobierno estadounidense recurrió a las grandes cadenas, la NBC, la CBS para producir las instalaciones y los programas. (Albert y Tudesco, 2002, p.63).

Durante la segunda Guerra Mundial, la radiodifusión mostró superioridad ante la prensa escrita sometida a la censura. La radio, ignoró fronteras, siendo el único medio de comunicación pluralista a disposición de los ciudadanos de la Europa ocupada por los alemanes.

En 1950, fue la invención de la Frecuencia Modulada (FM). El autor fue el estadounidense, el Mayor Edwin H. Armstrong, el cual utilizó esta invención en Radio Joya, como la primera estación.

2.7. Surgimiento de las Cadenas Radiofónicas

El nacimiento de las cadenas radiofónicas, permitió que la publicidad encontrara un nuevo campo de actividad en la radiodifusión. Es así que la radio se constituyó como un instrumento de mercado por efectos de la publicidad, de las informaciones económicas, de la atención hacia los libros, los discos y las modas que difunde.

Al transformarse la radio en un asunto profesional, sus programas se especializaron y se extendieron durante casi todo el día. Por tanto, aparecen nuevos géneros: radioteatro, novelas radiofónicas cuyo efecto en el auditorio fue sorprendente, como por ejemplo fue La Guerra de los Mundos, del 30 de

octubre de 1938, pues los habitantes de Nueva York se sobresaltaron al escuchar una emisión radiofónica de invasión de marcianos.

En vísperas de la Segunda Guerra Mundial, había 27 emisoras en Nueva York y 21 en Chicago. Los programas se presentaban en una gran variedad porque se dirigían a categorías de oyentes muy definidos, como a campesinos o a inmigrantes en su propia lengua.

En América Latina, empresas comerciales de los Estados Unidos, encontraron un mercado para su producción radioeléctrica. Argentina tenía más de un millón de aparatos en 1938; mientras en 1937, en México había 90 estaciones, la mayoría comercial.

2.8. Comercialización de la Radiodifusión

“El contenido de las primeras emisiones de radio muy poco lo hacían los radiodifusores porque las primeras estaciones eran propiedad de organizaciones diversas. Puesto que abrir una estación de radio en 1925 sólo costaba tres mil dólares” (Dominick, 2001, p.179).

Fue necesario contratar ingenieros debido a nuevas formas técnicas más estrictas; el talento empezó a exigir remuneración; el equipo de mejor calidad era caro.

La situación era muy tensa, tanto que en 1927, una radio para mantenerse al aire tenía que pagar 350 000 dólares. Incluso, aquellas emisoras de menor tamaño tuvieron que pagar hasta 25 000 dólares.

En la tesis doctoral de Galarza, “Estrategias Interactivas en la Radio Comunitaria Educativa”, define a la radio comercial latinoamericana como una radio financiada por cuñas comerciales, con el objetivo de obtener lucro. Considerada a veces como una radioemisora pagada por una institución

estatal, religiosa o particular que “vende” sus programas en forma populista. Es decir, un gran número de radios comerciales venden sus espacios a diversos grupos de la sociedad, con el fin de llegar a todos los estratos socio – económicos de la población. (Galarza, 2003, p.95).

La comercialización de la radio en Latinoamérica apareció al sur de Río Grande, dos años después de haberse iniciado en Estados Unidos. En 1921, se registró en algunos países las primeras emisiones experimentales. Sin embargo, en 1922, con el consentimiento de los Estados, surgieron las emisoras de radio con una programación regular (Dominick, 2001, p.68).

A través de los años, la radio ha sido el medio con más posibilidades de financiamiento para emitir su mensaje. Primero inició con elevado precio para comercializar algún producto o idea, hasta llegar a una minoría de pagos, siendo la participación de auspicios o publicidades.

2.9. Protagonismo de la radio en hechos históricos

La radio ha sido testigo y protagonista de acontecimientos importantes de nivel mundial. Su presencia ha colaborado para difundir informaciones del momento, que los otros medios de comunicación no podían presentar con facilidad y rapidez, pues, la gente necesitaba enterarse urgentemente de lo que sucedía en su entorno para poder actuar en acontecimientos históricos como la Primera y Segunda Guerra Mundial.

Durante la Primera Guerra Mundial.

Durante el desarrollo de la Primera Guerra Mundial (28 de julio de 1914 – 1918), fue una gran utilidad que se le dio a este medio de comunicación. Los ejércitos y las marinas de guerra empezaron a aplicar la comunicación

inalámbrica de forma generalizada logrando el primer contacto radial trasatlántico.

Durante la Segunda Guerra Mundial

El papel de la radio en la Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945). Se utilizó como medio alternativo de comunicación ante la destrucción de las vías férreas, telegráficas y de los caminos disponibles.

Por su lado, el dinero invertido en publicidad en este medio, se duplicó en 1940 a 1945. Gracias a la reducción de las ediciones de los medios impresos y a la inversión de las compañías en anuncios, la programación radiofónica propuso la capacidad de los periódicos como vehículo nacional publicitario. (Dominick, 2001, p.184).

En ésta época también se manifestó la importancia informativa de la radio. El público estaba ansioso por saber los acontecimientos porque no iba a esperar a la mañana siguiente para conocerlos en los periódicos. La radio había brindado noticias 'calientes' o recientes, había extraído para siempre la primicia informativa. Ante esto, "los periódicos reacomodaron sus funciones y descubrieron una nueva responsabilidad de análisis de: confirmación de los hechos, interpretación de un mundo confuso y complejo". (López, s.f, p.13).

Estos hechos históricos, marcaron la mejor época de la radiodifusión, ya que empieza a lucirse la radio, a encontrar una posición como gran utilidad entre los otros medios de comunicación. Ya no solamente, es un medio que entretiene sino que también informa.

2.10. La radio en América Latina

La labor de la radiodifusión sale de su continente de origen y se esparce por todos los países de América Latina. En un principio, tuvo más apogeo, en unos países más que otros, hasta llegar a ser un medio tan necesario en todo el continente.

En 1921, la radio en Latinoamérica se inicia con algunas estaciones experimentales y de manera ocasional.

En 1922 oficialmente varios gobiernos aceptaron la transmisión de emisoras radiales, con una programación y emisión diaria.

Las primeras estaciones radiales que empezaron su transmisión en Latinoamérica fueron: en 1922 en Cuba, Chile y Uruguay; 1923 en Argentina y Brasil y, en 1925 en el Perú.

“La radiodifusión en América Latina nació con una vocación muy diferente al modelo público de la radio europea. Estuvo también la influencia y la cercanía con Estados Unidos, el cual predeterminó un particular desarrollo de la radio latinoamericana” (Camacho, s.f, p.1).

En Latinoamérica, la radio es el medio más barato y accesible que permite la comunicación con los radioescuchas en tiempo real. En este continente de países en vías de desarrollo, la mayoría de la población se les hace difícil acceder a la prensa y a la televisión que básicamente es de carácter urbano. (Galarza, 2003, p.97.).

En los años, cuarenta y cincuenta, la radio fue un instrumento de entretenimiento y cohesión social. Aquí, las radios mejor dotadas disponían de varios recursos como un departamento de prensa, conjuntos musicales, artistas y locutores profesionales que participaban en vivo en las programaciones.

En Colombia

El gobierno colombiano al enterarse del poder comunicativo de la radio, tuvo la necesidad de difundir sus acciones políticas, por eso, en 1923 fundó una emisora.

En 1930 se estableció la primera emisora de carácter comercial. Un año después, el gobierno colombiano empezó a considerar la necesidad de reglamentar la radiodifusión local. Las emisoras eran casi de carácter experimental porque los mismos dueños operaban, conducían y vendían los espacios comerciales. Además, las estaciones transmitían principalmente música y noticias que se habían publicado en los diarios. (Baran, 2005, p.309).

“Esto provocó una rebelión entre la prensa y la radio, a causa de una denuncia que realizó el periódico El Tiempo, el 23 de marzo de 1934, con la intención de prohibir en la radio la difusión de noticias de periódicos” (Baran, 2005, p.309).

En 1945, llegó a Colombia el primer equipo de FM, y con ello nacieron las Cadenas Radiales, las emisoras culturales y las educativas.

Cabe resaltar que Colombia heredó el modelo de radiodifusión de Norteamérica, cuya característica es la creación de grandes cadenas radiofónicas privadas. Esta estructura predominó durante casi medio siglo y se transformó a partir de la década de los noventa con la asignación de frecuencias a otro tipo de organizaciones de carácter no necesariamente comercial. (Marín, s.f, p.3).

En Argentina

“Entre 1922 y 1926, se empezó a difundir eventos sociales e históricos: desfiles, golpes de Estado, campañas electorales y festejos. Mientras tanto, el enfoque periodístico traslució en el año 1927, cuando Enrique Mahon transmitió la lectura de periódicos.” (Baran, 2005, p.306).

“En el año 1917, el doctor Enrique Telémaco Susini dijo a sus tres amigos estudiantes de medicina y radioaficionados: “Miren, muchachos: si un día, nosotros pudimos escuchar por radio el canto de un gallo, debe existir la posibilidad de transmitir la voz humana o la música. Se imaginan qué grandioso sería.”(Cigoj & Dubois, 2006, p.8). Al grupo le sobraba imaginación como para suponer lo que Susini planeaba. Los buenos radioaficionados lograron una transmisión efectiva de información y entretenimiento.

Uno de los éxitos radiales de la época fueron ‘Los Cinco grandes del buen humor’; con Pato Carret, Jorge Luz, Juan Carlos Cambón, Zelma Gueñol y Guillermo Rico. En 1954, Delfor presenta en radio Argentina ‘La Revista Dislocada’, esta fue el primer programa cuyos avisos estaban integrados al clima divertido de la audición. (Baran, 2005, p.306).

En 1929 fue el nacimiento del radioteatro argentino con Roberto Torres y Francisco Mastandrea, quienes produjeron la primera obra radiofónica, se trató de la radionovela La Caricia del lobo. Luego se difundieron las Revistas Radioteatrales, en el que se combinaban números de música y canciones folklóricas con la representación de breves escenas o ‘sketchs’ de ambiente campero. (Cigoj& Dubois, 2006, p.10).

Después había un radioteatro infantil; un radioteatro familiar y costumbrista; un radioteatro dirigido a un público de clase media predominantemente femenino que gustaba de las historias de amor con final feliz.

Estas producciones influyeron mucho en las labores de los argentinos, cada uno de ellos tenía que abandonar sus funciones para detenerse en la escucha del radioteatro.

En Chile

Los pioneros de la radiodifusión en Chile fueron Arturo Salazar y Enrique Sazié. El primero era profesor de la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Chile y tenía a su cargo el

laboratorio de electrónica. Siendo adolescente, construyó un fonógrafo, una máquina grabadora y un parlante. (Radiodifusión, s.f, p.3).

Por otro lado, Enrique Sazié Herrera construyó su primer transmisor varios años después. Él tenía como anhelo ofrecer programas al público. Sazié se dedicó a construir el receptor que colocaría en el segundo piso del edificio del diario El Mercurio. Fue entonces que el día sábado 19 de agosto de 1922, unas 200 personas se reunieron en el hall del diario El Mercurio para una velada organizada por Arturo Salazar y Enrique Sazié. El motivo de esta invitación era presenciar la primera transmisión radial.

Al culminar la década del veinte existían en el país alrededor de 15 radioemisoras funcionando, esto fue un índice extraordinario para el país teniendo en cuenta que en todo el mundo había alrededor de 700 radioemisoras.

El 21 de mayo de 1924, el Presidente Arturo Alessandri Palma pronunció el primer mensaje presidencial transmitido en directo. Ese mismo año, se emitió un discurso del Papa Pío XII que provocó tal conmoción que algunas personas se arrodillaron frente a los receptores exhibidos en algunas tiendas. Era el primer mensaje de esta alta comunidad eclesiástica que se escuchaba en directo.

Entre los años 1930 y 1939 se otorgaron autorizaciones para más de 70 emisoras. Las radios más importantes que aparecieron y que se mantiene vigente hasta el día de hoy fue la Radio Hucke - actualmente Radio Nuevo Mundo, Cooperativa Vitalicia -Radio Cooperativa y Agricultura (p.3).

“El 1 de marzo de 1962 apareció la primera transmisión en frecuencia modulada emitida por radio”. (Baran, 2005, p. 3004).

En Venezuela

La difusión radial en Venezuela nace en 1924 en el gobierno de Juan Vicente Gómez, este año recibe la primera licencia de operación.

En 1926, aparece una estación radial de nombre AYRE, siglas de los nombres de Arturo Santana, Roberto Scholtz y Alfredo Moller, cuya emisora estuvo sujeta a un régimen 'oficialista', así es que su estadía duró poco, Es así que se intenta reconstruir la historia radial de este país en noviembre de 1930 con la aparición al aire de la 1-BC (Broadcasting Caracas) en programación regular, caracterizada como una radio comercial – privada. En 1946, ya existían en el país 25 emisoras. (Bisbal, s.f, p.50).

La primera emisora en Frecuencia Modulada (FM) que emite su señal fue la Emisora Cultural de Caracas que sería la única emisora FM hasta 1985 cuando el gobierno nacional otorga concesiones para emisoras comerciales. En 1988 nacen emisoras de radio especializadas a diferentes públicos según su edad o género musical de preferencia.

Para el 2005, el gobierno venezolano anunció la implementación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, que ha permitido establecer su programación en base a horarios categorizados según el público al quien esté dirigido, así como minimizar los contenidos considerados para adultos tales como violencia, sexualidad, etc. (p.51).

En México

En 1919, Constantino de Tárnava, inició la actividad radiofónica en México al instalar una emisora experimental con las siglas T.N.D. (Tárnava Notre Dame), sus transmisiones fueron irregulares y más que ser considerada una radiodifusora en el sentido actual de la palabra, se trató de una estación de radioaficionado en onda civil.

Este programa marcó el nacimiento de la primera estación de radio en Latinoamérica que convirtió a Constantino de Tárnava en el primer programador, operador de audio y locutor de México. Cabe resaltar, que esta emisión radiofónica fue la primera piedra de lo que es la radio contemporánea. (Tapia, 2003, p. 13).

A pesar que se inicio de forma experimental, la radiodifusión en cada país de Latinoamérica ha ido evolucionando en compañía de producción de programas radiales de géneros informativos, dramáticos, musicales.

2.11. La radio en el Perú

En los primeros años de la década del 20, la radio en el Perú da sus buenos inicios, luego sufre algunas decadencias. En la década del 50, la radio trató de sobrevivir con la emisión de sus formatos, a pesar de la aparición de la televisión. En la misma década, el Estado Peruano militar del momento, tomó dominio de la difusión radial, sin embargo en estos años surgieron una variedad de radioemisoras. En la evolución radial del Perú suma importancia la difusión de programas informativos, pues nacen unas de las radios más importantes a nivel nacional como Radio Nacional y Radio Programas del Perú.

En 1924, un radioaficionado Jorge Vargas Escalante instaló un transmisor en Magdalena, lanzó un llamado al aire y recibió la respuesta de un colega en Panamá. De esta manera, se despertó en el Perú, el interés de consolidar una emisora radial masiva.

“La primera radioemisora nacional fue inaugurada el 20 de junio de 1925 por el presidente Augusto B. Leguía con el nombre de OAX, con transmisores instalados por la empresa Marconi de Inglaterra que virtualmente era la propietaria de los equipos”.(Bustamante, s.f, p.3).

Los horarios de transmisión abordaban entre las 9.00a.m. a 11.00p.m., cuya programación se basó más en lecturas, piezas de ópera y recitales de música clásica. Dos años más tarde esta primera experiencia entra poco a poco en quiebra.

Ante la aparición de las nuevas emisoras, en 1935, la antigua OAX empezó a denominarse OAX4A Estación Radiodifusora Nacional.

En este transcurso aparecen los géneros radiales como los programas musicales. A partir de 1935 se observó un aumento de la músicaailable y popular, sin dejar de lado la música 'ligera' que siempre estuvo presente en la programación de OAX dentro de los diez primeros años de la radiodifusión en el Perú. (p.8).

OAX cambia de nombre a Radio Nacional recién el 30 de enero de 1937.

En 1942 se creó la primera Cadena privada: la Compañía Peruana de Radiodifusión S.A., de propiedad de José Bolívar, Jorge Cárcovich y Antonio Umbert. La cadena perteneció a Radio Lima, Radio América, Radio Callao, Radio Miraflores y Radio Goicochea en Lima, Radio Délcár de Chiclayo, Radio Universal de Ica, Radio Continental de Arequipa, Radio Huancayo, Radio Huánuco y Radio Cusco.

En la década del cincuenta se difundieron muchas radionovelas que levantaban la atención de una gran mayoría de gente limeña. Según testimonios recibidos, construían una imagen mental de los protagonistas, de sus características físicas y de las situaciones narradas o dramatizadas por los actores. (Jaime Bausate y Meza, Periodismo I, 2007, p.21).

Asimismo, en 1950 se inició una época significativa para la radio, pues salen al aire: Panamericano de Radio Panamericana bajo la Dirección de Mario Vargas Llosa, El Noticiero de Radio América y Radio Reloj, que transmitía noticias y avisos de la hora a cada minuto. (Valles, 2010, parr.1).

En 1954 se tuvo alrededor de 30 emisoras, la mayoría difundiendo en Lima que servían de información a los ciudadanos a través de los radioperiódicos.

En la década del sesenta se rompió ese encanto en la radio cuando los principales locutores y actores de radio pasaron a trabajar en los canales de televisión.

La OAX afirma que en 1965, el 91% de los hogares de Lima tuvieron al menos un receptor y en provincias fue un 81%, el cual se interpretó que una infinidad de radios funcionaban a pilas porque todavía no llegaba la electricidad.

Cabe resaltar, la radio peruana se convirtió en industria gracias a su programación variada, ya que se podían escuchar las transmisiones de partidos de fútbol, temporadas de ópera del Teatro Forero (hoy Municipal), los mensajes presidenciales, Los sermones de las tres Horas; entre otros. En esta etapa se formó la Asociación Nacional de Radioemisoras del Perú (ANRAP). (Velezmoro, 2002, p.17).

En la década del ochenta en la radio se empezó a recibir llamadas telefónicas para solicitar una canción, dar alguna opinión o pedir algún servicio o ayuda concreta. La radio se convertía en un medio de comunicación por excelencia y de participación.

En aquellos años, la radio en el Perú fue tratada con rudeza por los Gobiernos, había sufrido y superado el impacto de la televisión y fue expropiada, aún así sigue 'sonando'. Prueba de ello, es que desde 1981 vienen funcionando 209 emisoras en el País (191 en AM y 18 en FM).

2.11.1. Los primeros informativos en programaciones radiofónicas

“Los programas noticiosos saltaron poco a poco en la década del treinta, primero con lectura de noticias de reconocidos periódicos del día. En 1935, Radio Goicochea transmitió las noticias de El Universal y OAX4A las de El Comercio” (Bustamante, s.f, p.9).

El año siguiente, se dio un espacio y un formato adecuado a las noticias, como lo hizo Radio Dusa con ‘La Revista Oral’; mientras que en 1937, Radio Nacional emitió en tres horarios ‘La Gaceta del Aire’. Al finalizar esta década, las noticias cada vez iban tomando lugar en otras programaciones, como sucedió en Radio Internacional con el ‘Reloj Musical’ en formato de revista.

En la década del cuarenta, fue evolucionando la difusión de noticias en la radio. Se estrenó en Radio Lima, ‘Buenos días’, de 7.45 a.m. a 9.15 a.m. Fue una revista matutina que alternaba noticias, comentarios, música y humor. En 1941, Radio Lima incluyó una revista semejante, pero en horario nocturno con el nombre de ‘Buenas noches’. Es mismo año Radio Goicochea presentó un noticiero matutino de estilo ligero conducido por Enrique Breneissen.

“En los años ochenta empezaba a destacar el noticiero ‘La Rotativa del Aire de Radio’ de Radio Programas del Perú (RPP)”. (Alegría, 1988, p. 236).

Radio Nacional

Como en párrafos anteriores se mencionó, el comienzo de la radiodifusión en el Perú se tuvo a la Estación OAX. Cabe resaltar que en el año que cayó (1927), es transferida al Estado, y es él quien asume la administración directa. Así que, un 30 de enero de 1937 es nombrada como Radio Nacional del Perú.

Desde entonces, Radio Nacional mantuvo al tanto al país sobre los principales acontecimientos nacionales e internacionales que ahora son parte de la historia. Entre ellos: el final de la Segunda Guerra Mundial, el fallecimiento del Papa Juan XXIII, las cumbres

presidenciales, mensajes gubernamentales e informaciones sobre eventos de interés público; entre otros (Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, 2011, parr.4).

Su programación actual está conformada por espacios encargados en su elaboración y contenido a profesionales que nos permiten asegurar el logro de los objetivos planteados por la Presidencia de Consejo de Ministros del Perú. Ahora, Radio Nacional llega a todo el Perú a través de más de 27 emisoras (FM). (Radio Nacional, 2012, parr.1).

Radio Programas del Perú

Radio Programas del Perú (RPP) de Lima es una red de emisoras de radio, perteneciente al Grupo RPP. Lanzó su primera transmisión el 7 de octubre de 1963, causando una gran revolución a nivel nacional porque fue la primera radioemisora que utilizó el sistema de programas pregrabados que eran enviados a otras emisoras asociadas en distintos puntos del país, así fue que los programas se escuchaban en simultáneo, en horarios determinados. Su fundador fue don Manuel Delgado Parker.

Radio Programas del Perú al llegar a la década del setenta utilizó la transmisión por el sistema de microondas.

La historia empieza así:

“RPP consiguió un contrato con ENTEL que le permitió transmitir a nivel nacional, vía microondas, tan sólo por media hora diaria” (Alegria, 1988, p.227) .Su horario fue a las 9.00p.m., cuando se grabó en cinta magnética un noticiero de hora completa. Luego se lanzaron grabaciones en velocidades para transmitir las por vía microondas a las filiales. Todo con el fin de ahorrar tiempo en el servicio microondas. Fue entonces que nació la primera hora de La Rotativa del Aire. Sus primeros directores fueron Gerardo Calderón y Carlos Paz Caferatta, y la locución la hizo David Odría.

Asimismo, RPP compró una hora más de servicio de microondas por la mañana. Es así que La Rotativa del Aire se emitió con una duración de dos horas. Aquí comienza a gestarse la entrevista en directo, la mesa de debates; que contribuirá para formar el perfil y personalidad de RPP (p.229).

Más adelante en la década del ochenta, Radio Programas había conseguido una presencia tan fuerte en la cobertura del proceso electoral que los periódicos y revistas se obligan a citar cotidianamente, porque lo que más transmite es noticia. Y así comienza a formar a esa masa de oyentes que elige a una radio noticiosa, que a una radio puramente musical.

Al mediodía se empieza a emitir una segunda edición de La Rotativa del Aire y se incluyen programas de comentarios en los que participaban César Arias y Humberto Morosini. Así comienza a gestarse la entrevista fresca y actual, casi exclusivamente por teléfono. Después hay una enorme sintonía por las noticias, que impulsa que La Rotativa del Aire lance su tercera edición. RPP, incluye un micronoticiero cada media hora. (Alegría, 1998, p.238).

En 1985, Radio Programas realizó una amplia cobertura del proceso electoral. Desde un año y medio comenzó a difundir Elecciones 85 y recibía en sus estudios a todos los candidatos, de manera imparcial: se presentaban tres veces al día cada uno. Este espacio se convierte, después de las elecciones en Enfoque de los Sábados. La emisora mantiene su credibilidad al dar cabida a todos los candidatos, evitando rigurosamente parecer que entra en campaña a favor o en contra de algún partido político.

En 1989, se compran e instalan los equipos y en enero del 90' la señal de Radio Programas sube por primera vez al satélite Panamsat. Se convierte en un hito histórico porque una cadena de Radio de América del Sur usa el satélite para conectar entre sí a sus emisoras.

Tal radioemisora, “a mitad de los años noventa decide identificarse simplemente con sus iniciales **RPP**, valiéndose de la temática que más aborda sus transmisiones, que es **Noticias**”. (Radio Programas del Perú, 2012, parr.3).

Actualmente **RPP Noticias** pertenece al GRUPO RPP, el cual nació éste desde 1996 con una programación nacional, en el que encabeza el ranking de las emisoras de audiencia global, en amas de casa, padres de familia, en hombres y mujeres de 26 años a más, entre otras preferencias. (Merayo, 2007, p.352).

▪ **Evolución de RPP: Radio, Web y Televisión**

El Productor Multimedia de RPP Noticias, Marcos La Rosa Garro expresó que:

El consumidor de información, no solamente quiere ver la misma noticia; sino por ejemplo que al escuchar en la radio, ya se puede ver a la vez por televisión. Hay una gran diferencia en la Web porque no se repetirá lo que se hizo en la radio y en la televisión. Cada persona que consume estas plataformas, siempre tiene un perfil distinto. (Comunicación personal, 9 de marzo, 2011).

En la Web

A inicios del año 1997, RPP quiso ingresar a otras plataformas comunicacionales, creando primero el área de Internet. En el 2000 se fue renovando la página Web, el cual tuvo un enfoque más informativo y comercial, siendo una de las mejores páginas del Perú en la difusión de noticias por Internet, además de contar con la transmisión en vivo de cada programa. La Web va dirigida al público joven de 25 a 35 años.

“La Web de RPP Noticias tiene una normal publicación pero es la radio la que todavía tiene prioridad porque es el producto emblemático de RPP. Y en cuanto al manejo de información, todos los contenidos sirven para todas las plataformas” (M.La Rosa, Comunicación personal, 9 de marzo, 2011).

Además, La Rosa manifestó que el trabajo online de RPP Noticias es capturar el audio en la radio, y si es muy importante se sube a la Web. Allí se valen del contenido de la radio para la plataforma en Internet. También está el espacio de gráficos, esto va en cuanto a fotografía, el cual la toma no tiene que ser de cualquier plano.

En la Web, los servicios han incrementado. Se tiene a Twitter, Facebook y blogs. A inicios, en Twitter se empezó con 60 seguidores, y en menos de una semana se tenía a mil y más. Por ahora, Facebook trabaja bien con sus contenidos y sus productos porque cuenta con todo un espacio planificado en el momento.

El conductor del noticiero Ampliación de Noticias de RPP Noticias, Ricardo Gómez Palma expresa que en un principio era difícil alcanzar más inmediatez en la radio. En cambio, ahora es un elemento mucho más indispensable y siempre presente porque antes no había Internet, y si se tenía un hecho importante fuera del país, el corresponsal más próximo llegaba a su redacción, enviaba el teletipo y llegaba a Lima. Esto se procesaba y se transmitía.

“Ahora en RPP, con el Internet, las redes sociales son para el mundo así lo que es el Rotafono en RPP.” (R.Gómez, Comunicación personal, 8 de marzo, 2011). Por tal; “La radio no descansa, la Web tampoco”. (M. La Rosa, comunicación personal, 9 de marzo, 2011).

En la Televisión

En el año 2005, RPP lanzó su programación por televisión a través de cable, primero por Plus TV, y recientemente el 31 de enero de 2011 por Movistar TV, el cual empezó desde las 5.00 a.m. la programación de RPP TV con la presentación de Armando Canchaya y Patricia del Río en La Rotativa del Aire.

El productor de La Rotativa del Aire comenta que:

“Podemos competir con la TV porque tiene las primicias de las imágenes. Ahora RPP Noticias ha ingresado a la etapa de tener una señal televisiva y estamos tratando de hacer que la televisión sea un poco más similar a la radio”. (J. Olivos, comunicación personal, 7 de marzo, 2011).

RPP se caracteriza por ser la radio de mayor cobertura, análisis y credibilidad en el Perú.

En cuanto a la programación de RPP Noticias, es variada. Cada media hora se produce un corte en la programación y se da paso a los titulares e informes, directo en directo de los corresponsales con noticias en algún punto del país. El 3 de septiembre de 2008 se renovó la programación hasta la actualidad.

CPN Radio

La Cadena Peruana de Noticias (CPN) nace con el fin de convertirse en una radioemisora informativa del corte de Radio Programas del Perú.

Antes pertenecía al empresario Lelio Balarezo con el nombre de Antena 1, radioemisora dedicada al género musical e informativo. Fue entonces que Balarezo decide vender su radioemisora al Grupo Económico Galsky, liderado por el empresario pesquero Isaac Galsky Yacher, quién decide convertirla en una radioemisora informativa del corte de Radio Programas del Perú. Así fue que 11 de junio de 1996, CPN Radio salió al aire por primera vez. (Velezmoro, 2002, p.20).

Las siglas CPN Radio se convertirían en el nombre comercial de la radioemisora con los eslóganes “Información al instante” y “Usted tiene derecho a estar bien informado”.

Actualmente, la reconocida CPN Radio, desde el 27 de julio de 2011, ha dejado la programación informativa por la programación musical, tomando el nombre

de radio La Zona.

“CPN Radio, tuvo como principal objetivo el brindar a sus oyentes una variada programación informativa y de entretenimiento, que tiene como actividades dos premisas básicas: la independencia y la pluralidad informativa”. (p.19).

Los primeros veinte años de la radio en el Perú estuvieron bajo dominio de ideologías políticas, las cuales permitieron la presencia de emisoras privadas, sin licencias; no obstante, la radio con el tiempo logró consolidarse, un reflejo de ello fue cuando el uso de la radio no solo era para informarse, sino también cuando la voz del oyente se hace escuchar a través de llamadas telefónicas en programaciones, así, la radio evoluciona con ayuda de la modernidad. La tecnología permite que las emisoras más reconocidas del Perú, también presten servicio a través del Internet y la Televisión.

2.12. La radio en Lambayeque

En Lambayeque, las primeras expresiones de la radiodifusión aparecen alrededor de la década del treinta. Dos jóvenes fueron los pioneros de la radiodifusión lambayecana: Mariano Olazábal y Nelson Arrunátegui, quienes crearon la difusora local MONA, nombre que proviene de la unión de las siglas de los nombres y apellidos de estos dos personajes.

La primera expresión histórica de la radio en el departamento de Lambayeque fue de carácter local y su actividad se realiza en un marco urbano limitado.

El Período Precursor de la radiodifusión lambayecana responde al estímulo que propició el Periodo Pionero de la radiodifusión nacional, primero como un medio de auxilio y transmisión naval, luego como un medio de difusión general.

“Se señala que lo que anima a la aparición de la radio en nuestro departamento es la necesidad de utilizarla como un instrumento de comunicación y de entretenimiento.” (Antón, 1995, p .324).

DÉLCAR, la primera radioemisora:

De la expansión vivida con la M.O.N.A. surgió la creación de la empresa radial Délcár, el 1 de noviembre de 1936. Su nombre se forma sobre la base de las letras del nombre y apellido del fundador Julio Carlos Motjoy D`Yzabala (DE, de D`Yzabala y CAR de Carlos agregándole la letra L para formar DÉLCAR). (p.324).

En la ciudad de Chiclayo, la radioemisora se ubicaba en la esquina de las Calles Santa Inés (Av. Sáenz Peña) y Ganaderos (Tacna), al sur de la ciudad. En 1953, se trasladaron los estudios de su local inicial al edificio del Banco Popular, que se construyó después del ensanche de la calle Balta, para crear la avenida del mismo nombre, en la esquina de Elías Aguirre y la Plaza de Armas.

Radio Délcár apareció cuando se habían incrementado el número de radioemisoras, el número de habitantes con radio receptores y las emisoras extranjeras eran captadas con gran facilidad en el dial.

En aquellas épocas se hacían transmisiones solamente por horas, al mediodía, en la tarde y en horas vespertinas entre las 6.00p.m. y 7.00p.m. Era un medio no explotado al 100% porque la radio no estaba en su apogeo, recién estaba en sus inicios. Posteriormente la radio va accediendo a programas que logran llamar la atención.

Este período cubre una fase caracterizada por el interés del gobierno de utilizar el medio. Los objetivos de la radio en este período son: medio de culturización nacional, instrumento de propaganda interna (difusión de la política oficial),

vehículo de información y medio de propagación de la cultura peruana al exterior.

Su actividad desde su creación se orientó a facilitar una programación dividida en dos condiciones, recurriendo a la presentación en vivo de artistas y personajes del espectáculo nacional y local”. (p.326).

El primer horario de transmisión fue de 11.00 a.m. a las 2.00 p.m. La segunda programación iniciaba de 5.00p.m. a 11.30p.m. La característica de salida de la emisora del aire la Marcha de la Marina Norteamérica ‘Anclas arriba’ y del cierre de audición fue el tema ‘Good night’. (Carbajal, s.f, p.17).

La programación de Radio Délcara usó sistemas de cadena con Radio Nacional y otras emisoras nacionales para la transmisión de espectáculos musicales, también el uso del auditorium para programas musicales y la presentación directa de personajes para entrevistas.

A partir de los años setenta, la radio toma un giro más fuerte e importante. Los medios de comunicación evolucionan en la coyuntura social, y las emisoras están pendientes de todas las modas, de las influencias que pasan para estar al día y para poder mantenerse con la gente. (J.Torres, comunicación personal, 11 de abril, 2012).

En esta década aparece una programación que se llamó Operación Juventud, programación que duró muchos años en la radio, más tarde se llamó Vibración Juventud, tenía música de actualidad, éxitos de aquellos años.

Esta programación consistía en hacer pedidos musicales a través de cartas que eran depositadas en un cilindro amarillo, ubicado fuera de la radio, en donde durante todo el día era llenado en su gran mayoría por colegiales y jóvenes universitarios o de institutos.

Desde las 5.00 p.m., el personal de seguridad de la radio, volteaba el cilindro, y se sacaban las cartas para que el locutor pueda leerlos. Era el programa más entretenido que tenía la radio en los horarios de 6.00p.m. a 8.00 p.m. Este programa tuvo muchos conductores como Óscar Zegarra, Efraín Rodrigo "El Gitano", "El Chavo" Elmer Castro. El programa se mantuvo hasta el año 1998. (J.Torres, comunicación personal, 11 de abril, 2012).

Asimismo, Torres también expresó que:

"A comienzos de los años ochenta, la radio se conservaba por el esfuerzo de los trabajadores, por la experiencia del gerente de programación, el señor Óscar Zegarra". (Comunicación personal, 11 de abril, 2012).

En esta etapa de su historia, desde la calle, Radio Délcár realizaba entrevistas al aire, esto era una novedad. En ese entonces, era la única radio que hacía sus reportes. Tenía dos corresponsales para que en cada media hora emitan las noticias del momento o los conocidos despachos informativos, en esa época eran auspiciados por una tienda de artefactos de Carlos Rázuri Ahumada. Estas noticias eran ampliadas en el noticiero Síntesis de la 1.00p.m., pero los reporteros de Síntesis reportaban sus despachos periodísticos cada media hora desde las 8.00a.m para mantener informada a la audiencia.

Lamentablemente, en 1982, fallece Carlos Montjoy en un accidente de avioneta en Piura, justo cuando estaba lista la inauguración de la radio FM; viene el conflicto familiar y asume el accionariado mayoritario de la radio, su esposa e hijos. Aparece como gerente de la radio la señora Juana Aurich, viuda de Montjoy. Los trámites se demoran, pero la FM se inaugura el 31 de octubre de 1983, vísperas del aniversario de la AM. La radio atraviesa uno de sus peores momentos por la inexperiencia y la falta de preparación de la familia Aurich, situación que no permite que la radio despegue.

La FM era una radio de lujo, no producía; en cambio la AM había sido formada desde un inicio y era la más fuerte. Cada una con sus programaciones y locutores diferentes.

Al aparecer la FM se escucha como una programación algo parca pero bien estilizada. Los locutores con unas voces bien estereofónicas y la programación era más elitista.

Si en la AM salía una publicidad sobre una presentación de Los Cantaritos de Oro, esa publicidad nunca se escucharía en la FM porque eso era denigrante para aquellos que escuchaban la FM. La FM tenía calidad de sonido, música muy selecta, el locutor hablaba después de dos o tres canciones, muy poco daba la hora, estaba prohibido enviar los saludos a alguien y otra característica más, las canciones no se repetían durante el día. (J.Torres, comunicación personal, 11 de abril, 2012).

Radio Délcar era la única emisora que no tenía programador, mientras que las otras emisoras con las nuevas innovaciones, tenían Jefe de Programación. Délcar tenía coordinadores por turnos, nadie estructuraba una programación en la FM. En la AM si estaba Zegarra, él veía la programación. En la FM solamente había dos publicidades en la radio, como característica promocional.

Délcar, durante muchos años se mantenía comercialmente por la AM, pero ésta empieza a decaer por su registro técnico; no se había hecho el mantenimiento necesario al transmisor de la radio. Llega el momento en que Délcar AM emitía dos canciones y el resto era publicidad.

Los cortes comerciales en la AM eran a la hora (al minuto cero y al minuto 30). Su duración empezaba por cinco minutos hasta que llegó a los 15 minutos, por el hecho que tenía tanta acogida.

Los programas más sintonizados de Radio Délcar fueron: el programa nocturno 'Hoy programo yo', emitido de 10.00p.m. a 12.00p.m., consistía en que la gente enviaba carta a la radio sobre las canciones que querían escuchar en ese horario; y, "Contesta el 20 – 06", emitido a partir de las 5 p.m., los oyentes hacían pedidos musicales a través de llamadas al teléfono de la radio que era el 20 06 (L. Rentería, comunicación personal, 04 de abril, 2012).

Durante 19 años, desde su fundación, Radio Délcár monopolizó el medio radial, se vio obligado a mejorar sus condiciones técnicas y a realizar diversas innovaciones en su audición, tales como el inicio de una programación continua desde tempranas horas, así como la presentación de artistas especialmente contratados para que actúen en su auditorium.

Su gran competencia fue Radio Chiclayo, cuando hizo su aparición en 1995. Délcár restaura su programación con nuevas voces y por un tiempo logra ganar mayor audiencia al transmitir los partidos de Básquet femenino.

Don Luis Rentería Limo, quien fue locutor de Radio Délcár entre los años de 1953 a 1994, cuenta que “la desaparición de la radio fue un domingo de octubre de 1998 cuando ocurrió un corte circuito, se incendió toda la radio: la cabina del locutor, la discoteca que databa del año 1936, el piano de cola, las butacas” (Comunicación personal, 4 de abril, 2012).

En esa época, Radio Délcár tenía problemas de licencia con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones; además era una de las radios más sintonizadas de Lambayeque y la estación radial competidora era Radio Chiclayo.

“Al poco tiempo entró en crisis y se rumoreaba que el incendio de la radio fue provocado, pero a la fecha no se han definido las evidencias respectivas.” (L.Rentería, comunicación personal, 4 de abril, 2012).

Radio Chiclayo como la segunda radioemisora

La segunda radioemisora que incursiona en la radiodifusión lambayecana fue Radio Chiclayo, luego de un periodo de prueba es inaugurada el sábado 30 de abril de 1995, con la sintonía en los 1190 AM. (1,190 kh) y, luego en los 92.1 FM.

La aparición de esta segunda radioemisora corresponde al período comercial de la radiodifusión nacional, momento en que la radio definitivamente se dedica a vivir de la publicidad, factor que la obliga a mejorar las condiciones técnicas a fin de lograr una mayor sintonía.

“La razón social de Radio Chiclayo fue Emisoras Nacionales S.A. Sus fundadores fueron los mismos de América televisión: Nicanor Gonzales y Antonio Umbert, cuya cadena radial estaba integrada por Radio Progreso de Piura, Radio Independencia de Ica, Radio Loreto de Iquitos, Continental de Arequipa, Señorial de Trujillo y Señorial de Huancayo” (L.Clavijo, comunicación personal, 9 de abril, 2012).

El slogan “La Grande” fue lanzado al aire en 1976 por el creador de slogans, frases comerciales, textos comerciales, cuñas y nombres de programas, estilos y reclutamiento de personal de la radio, Luis Arturo Clavijo, quien también fue productor general de Radio Chiclayo (1972 -1995).

El mayor apogeo que tuvo Radio Chiclayo fue desde 1972 hasta 1990. Asimismo, los programas más sintonizados fueron: ‘Buenos días, ¿cómo va?’ de 6.00a.m., ‘Tus preferidos de las once’ de 11.00a.m., ‘La hora de la cumbia’ de 2.00p.m., Recordando éxitos de 5.00p.m., ‘Pregón deportivo’ de 6:30pm, ‘El show del abuelo’ de 7:00p.m. y ‘Noches karibeñas’ de 10:00p.m., precisamente de ese programa sale el nombre de la cadena radial La Karibeña FM. (L.Clavijo, comunicación personal, 9 de abril, 2012).

Radio Chiclayo se desconectó del dial el 14 de octubre del año 1995 a las 8.22 de la mañana, cuando su señal salía del segundo piso del edificio de América Televisión y su antena estaba en la torre de canal 4 TV.

El último administrador oficial fue Carlos Montjoy Segura. Su sucesor fue Carlos Anchante de Ica, quién fue enviado como administrador liquidador, por los nuevos dueños, y luego se convertiría el dial para radio Studio 92, según registro de dial en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

2.12.1. Principales radios con programación informativa

Entre las radios de caracteres informativo, que tienen mayor sintonía, son:

Radio Santa Victoria

El 01 de marzo de 1989 fue creada la empresa radiodifusora Santa Victoria 99.7 FM, siendo su creador – propietario Felipe Granados Vásquez.

En sus inicios Radio Santa Victoria lanza su señal al aire siendo una radio de corte hispano y una nueva alternativa para el oyente, con programación estructurada especialmente con programas como la ‘Hora selecta’, ‘Música instrumental’ , ‘Los mejores intérpretes de todos los tiempos’, y con reconocidos locutores del medio.

Posteriormente la emisora se inicia con programas de corte noticioso, siendo el punto de partida para ser la primera fuerza periodística del norte.

A los pocos años, en 1994 la empresa radial ubica toda su infraestructura en un sólo local, en la avenida Balta Nº 665, quedando como único dueño Felipe Granados Vásquez. Dos años después hubo un cambio radical en cuanto al estilo musical y el tipo de programación.

El público objetivo al que va dirigido es el adulto. El programa que tuvo mayor audiencia fue ‘Expresión en la radio’, de Rosa Chambergo.

Radio Santa Victoria se caracteriza por ser una emisora periodística, informativa y crítica. Recientemente, en abril del 2012, inicia con la siguiente programación:

De lunes a viernes:

Hora	Programa	Conducción
06 a.m.-09 a.m.	<i>Polémica</i>	Iván Cubas Coronado
09 a.m.-10 a.m.	<i>Tiro en Blanco</i>	José Maeda Ascencio
10 a.m. -11 a.m.	<i>Contacto Regional (Azucareras)</i>	José Ramírez Balcasa
11a.m.-12 p.m.	<i>La Hora de Pepe Vásquez</i>	José Vásquez Valderrama
12 p.m.-02 p.m.	<i>Periodístico</i>	Enrique Ruiz Fernández
02 p.m.-03 p.m.	<i>Contacto Informativo</i>	Leovigildo Ramírez Balcasa
04 p.m.-05 p.m.	<i>Transmisión de música romántica</i>	
05 p.m.-06 p.m.	<i>Fonavismo con Democracia</i>	Óscar Reyes Saavedra
06 p.m.-07 p.m.	<i>100% Ciclón</i>	Ricardo Burga Chachapoyas
07p.m.-08 p.m.	<i>Transmisión de música romántica</i>	
08 p.m.-09 p.m.	<i>La Hora del Volante</i>	Daniel Mendoza Vera

**Fuente: Empresa radiodifusora Santa
Victoria radio**

La programación de sábados y domingos, es inestable, excepto dos programas de los días sábados: el microprograma 'Al día con la Sunat', de 11.00a.m. a 11.05 a.m., conducido por Rickel Usquiano Ramírez y Diana Gil Fernández; e, 'Identidades del Norte', de 12.00p.m. a 01.00p.m., producido por Milagros Núñez Núñez.

Radio Universitaria

“La voz de los universitarios del norte del país” en los 570 AM, pertenece a la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, fue creada el 3 de enero de 1997.

De diciembre de 1999 hasta el 22 de marzo del 2000, la emisora transmitió señales de prueba, mientras se creaban condiciones necesarias para la emisión de los primeros programas. Hasta febrero del 2000 se realizó la implementación de esta radioemisora, instalándose la antena y el trasmisor en el fundo de la universidad, para luego continuar con el equipamiento de la cabina de la emisora.

El 23 de mayo de 2000, emitió su primer programa convirtiéndose en la Primera Emisora Radial promovida por una universidad, en el norte peruano.

Actualmente, la programación de Radio Universitaria está dividida en 6 bloques. Su objetivo principal es educar, orientar hacia el cuidado del medio ambiente, lograr la identificación regional y local, y la defensa de los derechos humanos.

Primer bloque: Reflexionando con familias del campo. Es un bloque de programas musicales (baladas y boleros) e informativos.

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
5:00am - 6:00am	Música latinoamericana				
6:00am - 7:00am	Buen amanecer				
7:00am - 7:15am	Radio Francia Internacional				
7:15am - 8:00am	Agromisión				
8:00am - 9:00am	570 Noticias. Primera edición				

Segundo bloque: Conciencia ciudadana en las familias urbanas.

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
09:00am -10:00am	Diálogo directo				
10:00am - 10:30am	Series socio educativos dramatizados				
10:30am-11:00am	Participando en democracia	La alegría eres tú	Participando en democracia	La alegría eres tú	Participando en democracia
11:00am-11:15am	Radio Francia internacional				
11:15am-11:30am	Enlace U				

Tercer bloque: Identificación Regional y Nacional.

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
11:30am - 12:30pm	Así es mi tierra				
12:30pm - 01:00pm	Reportero, recorriendo la región				
01:00pm - 01:15pm	Radio Francia Internacional				
01:15pm - 02:00pm	570 Noticias. Edición Internacional				

Cuarto bloque: Jóvenes del campo haciéndose amigos

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
02:00pm 03:30pm	La cumbia y sus amigos				Música variada
03:30pm 04:00pm	Series socio educativos dramatizados				
04:00pm 04:15pm	Radio Francia Internacional				
04:15pm 05:00pm	Aquellos buenos tiempos				

Quinto bloque: Docentes y Estudiantes en acción.

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
07:00pm - 08:00pm	Directo al corazón				
08:00pm - 08:15pm	Radio Francia Internacional				Música Variada
08:15pm - 05:00pm	Reloj musical. Crepúsculo a la aurora				

Sexto bloque: Romancero del Corazón. Es una programación sistematizada.

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
05:00pm -06:00pm	Voces y pasos	Escuela en el aula	Escuela 570		Música variada
06:00pm - 06:15pm	Radio Francia Internacional				
06:15pm - 07:00pm	Vida universitaria	570 Deportes	Vida universitaria	570 Deportes	

Fuente: Radio Universitaria

Radio Star

“La idea de la creación de Radio Star fue entre los años 1964 y 1965. Primero la radio fue bautizada con el nombre de ‘Punto Negro’, y después para darle un nombre innovador, fue cambiada a *Star*” (A. Navarro, comunicación personal, 4 de abril, 2012).

La primera emisión de Radio Star fue el 1 de Octubre de 1967 con el sistema de Amplitud Modulada (AM), en los 1100 AM, teniendo como propietario fundador a Carlos Romero Carretero. La transmisión en el sistema de Frecuencia Modulada (FM) se emitió el 30 de septiembre de 1982, en los 90.3 FM.

Radio Star tuvo la programación para todo el país en 19 filiales, con emisión de noticias, cumbia retro, boleros, baladas y salsa.

Entre los años de 1980 a 1992, llegó la microondas en las radioemisoras, así como la presencia de Radio Nacional. En este lapso, Radio Star empezaba a tener baja sintonía.

El 18 de mayo del 2003 la frecuencia AM deja de pertenecer a la cadena de Radio Star y se convierte en señal con 50% de información y con nuevos directorios y administrativos.

“En el 2005, la emisora cae en una etapa de crisis, en donde se recupera, pero aún no puede competir con las demás. En el 2008, la radio fue alquilada por el alcalde de Chiclayo, Roberto Torres, durante una corta temporada” (A. Navarro, comunicación personal, 4 de abril, 2012).

Los programas radiales que sobresalieron más, fueron: ‘Habla el Pueblo’, de 6.00a.m. a 7.00a.m., y el noticiero ‘Al Rojo Vivo’, del mediodía.

La emisora siempre se caracterizó por las promociones que transmitía. De esta manera, atraía al oyente y lograba captar su audiencia, ya que iba de casa en casa, con un personal dedicado a la promoción y marketing.

Actualmente, Radio Star se encuentra inhabilitada. El señor Ángel Navarro Carlos, quién fue administrador de Radio Star entre los años 1992 al 2003, manifiesta que, “Radio Star en octubre del 2011, fue transferida a la empresa de Radio La Mega, por motivos de salud del dueño, el señor Humberto Maldonado Balbín, quien no podía hacerse cargo de la radioemisora” (comunicación personal, 4 de abril, 2012).

Radio JHC

Radio JHC de Chiclayo se inició un 23 de septiembre de 1992, con colaboración de Víctor Córdova Peña, su esposa María Consuelo Orillo Chozo, José Víctor y la Comunicadora Social, Hermys Lh. Córdova Orrillo.

J.H.C son las siglas de los nombres de los hijos de Córdova Peña. La emisora tiene como objetivo brindar sus servicios a la región norte en: Información, deporte, educación, entretenimiento y Cultura. En gran porcentaje su estilo es de corte tropical y también música vernacular. Asimismo, se cultiva la música de otros países del orbe.

Radio JHC se ha considerado como la empresa de radio que goza de gran popularidad, por la información y además porque brinda apoyo social a la comunidad.

Radio JHC tiene sus oficinas en la calle Juan Cuglievan 984, en Chiclayo. Tiene un alcance de 1000 km. de diámetro, capta los Departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, Amazonas, San Martín, Cajamarca, La Libertad y Ancash.

La estación radial está ubicada en el dial: 660 Amplitud Modulada (AM) y en los 107.7 Frecuencia Modulada (FM).

La actual programación de Radio JHC es:

De lunes a sábados:

Hora	Programa	Conducción
04am - 06am	<i>Aires Andinos del Perú</i>	Zacimo Manallaye.
06am - 07am	<i>La hora Zanganeña</i>	Segundo Bonilla.
07am - 08am	<i>El diario del aire</i>	Guilver Espíritu.
08am - 09am	<i>Radio Noticias, primera edición</i>	Alex Vizconde
09am - 10am	<i>Siglo XXI</i>	Cristian Díaz Muñoz.
10am - 11am	<i>Siete días</i>	Pedro Cabrejos
11am - 12pm	<i>Trascender</i>	María Yarlaqué
12pm - 01pm	<i>Contacto Regional</i>	José Ramírez Balcasa
01pm - 02pm	<i>Radio Noticias, segunda edición</i>	Alex Vizconde.
02pm - 03pm	<i>La Voz</i>	Pedro Serquén Gallardo
03pm - 04pm	<i>Noticiero del Pueblo</i>	Aparicio Palacios
04pm - 05pm	<i>Tribuna libre</i>	Boris Mocarro
05pm - 06pm	<i>Panorama Político</i>	Roberto Aguilar
06pm - 09pm	<i>Programa Musical (especiales)</i>	

Fuente: Radio JHC

La mayor parte de la programación de Radio JHC de los domingos es musical; pero hay programas que se mantienen en horarios que no son ocupados por acontecimientos del momento en la localidad, y estos son: Programa musical vernacular, de 5am a 6am, Programa dominical (justicia), de 9am a 10 am.

Corporación Universal

Higinio Capuñay es uno de los empresarios que hasta el momento ha demostrado que las grandes conquistas no empiezan en la Capital.

En 1989, Higinio Capuñay dedicado a la industria gráfica, compra a Radio Universal en Monsefú y desde ahí comienza a adquirir nuevas frecuencias en todo el país. En 1997 fundó radio La Karibeña, marca utilizada en varias ciudades del país, liderando la sintonía en Arequipa, Chiclayo, Tacna, Huancayo e Iquitos.

Cada una de las 45 emisoras que tenía en todo el país, manejó una programación local, es decir, lo que se difundía en Radio La Karibeña de Tumbes era distinto a lo de La Karibeña de Piura, Arequipa, Iquitos y Tacna; gran diferencia con las emisoras de Lima, que sólo transmitían una misma señal para todo el país. Esto significó altos costos por el beneficio de tener una programación local en cada ciudad. Por tal, generó mayor publicidad y mayor sintonía, según los estudios de audiencia.

La Corporación Universal toma posesión de las frecuencias, el 28 de febrero del 2009. Asimismo, el 50% de la programación sigue siendo local y el otro 50% sale vía satélite desde Lima. Las horas de recepción más fuertes de provincias se mantienen con programación local.

“Fue así que Capuñay adquirió 45 radioemisoras en distintas ciudades, con la compra de las frecuencias y repetidoras o filiales como: Radio A (ya no existente) y Zeta Rock & Pop, que le permitió alcanzar las 64 emisoras. (Maticorena, 2011, parr 1.).

Se originaron estaciones como La Karibeña, Exitosa y La Kalle bajo el mando de Corporación Universal.

- **Radio La Kalle, La Karibeña y La Exitosa**

En ese entonces, el espacio de radio Zeta Rock and Pop, fue reemplazado por radio La Kalle, con un inicio de música cumbia, por hora. Luego, se empezó a transmitir el nuevo género musical juvenil conocido como *reggaetón*, además de latin salsa y merengue. Ello logra apuntar a un mercado masivo.

La Exitosa y La Karibeña, juntas, nacen en 1992 en la Ciudad de Monsefú. Ambas pertenecían a la Corporación Universal de Radio Universal. Más adelante se trasladarían a Chiclayo generando su aparición en 1998.

En un principio, La Exitosa tuvo una época, cuya programación era netamente juvenil, transmitían baladas, rock, y salsa.

Las tarifas de publicidad van de acuerdo a la ubicación y sintonía en las distintas ciudades. Los precios son de 20 segundos a 30 soles y 30 segundos a 50 soles. La radio estaba dirigida para los sectores B, C y D.

Por otro lado, radio Universal de la misma Corporación, se lanzó por un tiempo con noticieros desde las 6.00a.m. hasta las 11.00a.m., luego lanzó una programación variada. Pero, al no tener el éxito que se esperaba, toda la programación, quedó como sólo “noticias”, luego enlaza su señal con La Exitosa.

Actualmente, en Chiclayo, radio La Exitosa se denomina más como Exitosa Noticias, puesto que, pertenece a la Corporación Nacional de Radios como La Karibeña, con música tropical; La Calle, música juvenil; y Exitosa Noticias, informativos. Su respectivo dueño es Higinio Capoñay Sarpán.

En Lambayeque, Radio Exitosa tiene un corte en la siguiente programación: ‘El Público protesta’, de 10.00a.m. a 12.00p.m., conducido por Enrique Maeda. ‘Exitosa Noticias’, de 12.00 p.m. a 2.00p.m., conducido por Antonio Vásquez y Elar Sirlopú. ‘El Público protesta’, de 6.00p.m. a 8.00p.m., conducido por

Enrique Maeda. Cabe resaltar que el programa de 'Exitosa Noticias' lleva 4 años al aire y la producción está a cargo de Yaneth Urbina. (J. Urbina, comunicación personal, 15 de mayo de 2012).

USS Radio Web

USS Radio Web de la Universidad Señor de Sipán, comenzó a instalarse a finales del 2008 y entró en etapa de prueba en el verano del 2009. Su transmisión online empezó el 26 de marzo del mismo año.

El tipo de programación de la radio es institucional, cultural, de entretenimiento, deportiva, científica y musical. Su público es joven y adulto, de 15 a 65 años.

Los propósitos de la emisora vía Internet no se limitan al entretenimiento, sino que es utilizado para mensajes culturales, sociales y humanos de gran importancia a todo joven que visite la Web.

USS Radio en su página Web, ofrece algunos servicios como Chat, e-mail y comunidades interactivas. Es decir que aquellos que tienen su cuenta, podrán no sólo escuchar música, también enviar saludos o mensajes, pedidos musicales, colgar sus fotos, chatear con otras personas inscritas en la Web, interactuar con los locutores y programadores de la radio en tiempo real; además de informarse de actividades, noticias y problemática regional, nacional y mundial, así como acciones de la USS. (USS, 2011).

La programación de USS Radio es modificada constantemente. En temporada de verano, tiene los siguientes programas: 'Yo mujer', emitido de lunes a viernes de 9.00a.m. a 12.30pm, conducido por los estudiantes de la USS, Lucero y Yazmín. Luego está 'Conexión Deportiva' de 12.30a.m. a 1.00p.m. Seguidamente, 'Radio Show' de 3.00 pm a 5.00 pm.

“Actualmente la radio se encuentra bajo la responsabilidad del profesor de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán (USS), Luis Verástegui”. (USS Radio Web, 2012, parr. 2).

2.13. Informativos Radiofónicos

A través de los informativos radiofónicos, las emisoras logran alcanzar credibilidad frente a la audiencia. De hecho, buena parte de la programación se presenta según la pauta que establecen los informativos, de modo que éstos acaban siendo el eje central de la emisora, esto depende en cómo presenta el programa o microprograma radial, la información noticiosa; por ello, para su elaboración se debe seguir ciertas reglas o criterios de producción radiofónica.

2.13.1. La noticia en radio

El término noticia se define como un hecho verdadero, inédito, actual, o de interés general.

La noticia es un suceso que genera impacto o interés en la gente. Los responsables de ello, son el reportero o el redactor. El reportero determinará y seleccionará cuál es la noticia relevante para la comunidad que podrá salir al aire. Aquí, ingresa la labor del redactor, pues él dará forma a la nota recolectada.

La noticia radiofónica creativa se basa en la narración de hechos reales, actuales o inéditos y de interés general, exponiendo los datos con un lenguaje claro, conciso y sencillo que facilite la comprensión al oyente.

“En este género, el creador relata los acontecimientos desde la distancia con el máximo grado de honestidad y veracidad posible y de un modo atractivo”. (Jiménez, 2002, p. 6).

2.13.1.1. Partes de la noticia radial

Encabezamiento

“Es la introducción de la noticia. Denominado muchas veces como *lead*, término utilizado por los ingleses. Asimismo, los encabezamientos pueden ser de distintos tipos” (Jaime Bausate y Meza. Periodismo Radial, 2007, p17):

- **Encabezamiento Sencillo**

Es el más simple y breve. Por lo tanto, es el más directo, aunque pueda parecer insuficiente. Es aquí, en donde se halla una sólo frase, abarca el qué, el quién y el cuándo.

- **Encabezamiento doble**

No sólo se trata de un solo hecho trascendente de la información, sino de dos que se complementan. A la vez, se otorga información más completa, pero siempre breve y concisa.

- **Encabezamiento triple**

Se agrega un tercer elemento que es de sumo interés para el oyente. Aquí el encabezamiento, puede ir hasta en tres líneas.

- **Encabezamiento explicativo**

En él lo que se señala, se da una explicación sobre las causas del hecho o aquello de por qué se llevó a cabo.

▪ **Encabezamiento testimonial**

Aquel que empieza una noticia con la emisión de una frase o declaración de un personaje importante. Puede ser leído por el locutor o tan sólo es reproducir una grabación, ya efectuada.

La información de este encabezamiento es más impactante y con mayor valor documental porque indica quién la efectuó. Al concluir la lectura o grabación, se recomienda hacer un remate, estableciendo cargo y nombre del personaje.

▪ **Encabezamiento sumario**

Es el que reúne todos los elementos principales de la noticia a manera de índice.

Brevemente se conoce el núcleo. Este se desarrollará después en el cuerpo de la noticia. Este tipo de encabezamiento da resultados cuando se trata de informaciones largas, por eso, se recomienda cuidar la lectura.

Cabe resaltar, que el empleo de unos u otros variará también según el tipo de emisora, de la técnica radial que se emplee, de las necesidades del momento, de la ideología que inspire el programa o del público al que se dirija. Existen factores que determinarán el empleo de diversos encabezamientos, incluso aquellos que tienen que ver con la forma adoptada de presentar un boletín informativo". (Jaime Bausate y Meza. Periodismo Radial, 2007, p.20):

Cuerpo de la Noticia

Se dan las explicaciones que se presentó en el encabezamiento. Es aquí, en donde se deben cuidar mucho los signos de puntuación que son los elementos fundamentales para efectuar las pausas respectivas en la locución.

Las explicaciones y detalles se establecen en orden decreciente de importancia. Pero, en la actualidad el cuerpo de la noticia debe ir de menor a mayor, en orden creciente porque es la parte de la información que el oyente estará esperando después de ser traído por el encabezamiento.

“Tampoco se debe abusar con las explicaciones y detalles mínimos, porque se lograría que el oyente pierda el interés”. (p.21).

Final de la noticia

“También es de extrema importancia porque se trata de mantener siempre la atención de la audiencia”. (p.22). Es imprescindible buscar el o los elementos que levanten el final de la noticia, llamando la atención hasta la última palabra.

En una palabra, la noticia debe finalizar con fuerza, es decir arriba, y no abajo. El complemento será la voz del locutor, poniendo el remate justo.

2.13.1.2. Clasificación de la noticia radial

Noticia Ampliada

En radio, trata de una noticia más completa con una redacción aproximada de 12 líneas (contando titular, cuerpo y salida de la nota informativa). Tiene una duración de 25 a 30 segundos.

“Las notas ampliadas o contextualizadas consisten en situar geográfica o históricamente los hechos, relacionar un hecho con otros, revelar otras causas y complementar la información.” (López, s/f., p.155-156).

Pastilla Radial o noticia corta

Es una noticia más reducida que la ampliada, porque sólo consta de la redacción con 6 líneas. Generalmente es utilizado mucho en los avances informativos. Tiene una duración de 20 a 22” segundos.

La pastilla radial, denominada también como nota simple. Es la que presenta los datos básicos de una noticia. Responde a las 6 Ws, las preguntas que registran todos los manuales de prensa.

“En la mayoría de los casos, contiene dos o tres párrafos, suficientes para resolver las 6 preguntas planteadas. Una nota simple puede durar entre 20 y 40 segundos para mantener su buen ritmo.” (153).

2.13.1.3. Locución de noticias

En el lenguaje oral de la radio debe emplearse un vocabulario de uso corriente o coloquial, evitando la utilización de terminología perteneciente a la técnica y a las ciencias. (Prado, 1985, p.35).

El locutor es el personaje central, ya que será su voz la que entrará en contacto con la audiencia e identificará a la emisora.

Se trata de tener una voz segura y equilibrada en sus timbres, el cual son condiciones esenciales.

Principios básicos para el locutor de noticias:

- Exigencia de correcciones de texto. El locutor tiene derecho de la limpia exigencia, sin errores de texto para alcanzar una buena lectura a primera vista. Es recomendable hacer una breve revisión de la redacción de la noticia.

- Entrega del boletín con tiempo. Se tiene como regla general, la entrega anticipada del material, para que el locutor dé una lectura previa a las noticias que presentará.

- Llegar al estudio con anticipación. Si el locutor llega tarde al estudio, locutará cansado y nervioso. Es imprescindible llegar al estudio, al menos unos 10 minutos antes.

- Ubicarse de modo cómodo en el estudio. Colocarse en buena postura frente al micrófono. Es recomendable leer sentado, de frente a la mesa y con el micrófono perpendicular al cuerpo. Ello, sin oscilar frente al micrófono.

“Todo esto, depende sólo de su voz y del manejo profesional que le dé para hacerse comprender.” (Jaime Bausate y Meza. Periodismo radial, 2007, p.24).

2.13.2. La Nota informativa

La nota radiofónica es el género más sencillo, esto no significa que sea fácil; sino que es la exposición simple de la noticia, de manera clara, objetiva y directa.

“La nota informativa no admite juicios del redactor, como sucede en otras ocasiones, como por ejemplo en el periodismo impreso, es decir no califica si es justo o no, bueno o no, conveniente o no.” (Borja, s/f, 30).

Asimismo, la nota informativa radiofónica se centra en la información misma, el cual se considera un texto noticioso de última hora que debe ser traducido del lenguaje periodístico, siendo destinado muchas veces a la prensa escrita y desde las agencias de noticias al lenguaje de la radio.

2.13.3. Formatos Informativos

2.13.3.1. Boletín Informativo

Se trata de una sucesión de noticias con un criterio de interés informativo por bloques temáticos y a veces por una ráfaga musical o cortinilla. “En él están el boletín de noticias y de horario, que se refieren a una especie de resumen o selección de las noticias transcurridas en un breve y reciente espacio de tiempo” (Scoff, 1995, p.69), es decir los de última hora o más. Es un servicio informativo cuyo antecedente inmediato es el diario hablado.

El formato básico para noticiarios en la radio ha ido cambiando muy poco a través de los años. En la mayoría de las estaciones, la emisión informativa que antes duraba quince minutos, ahora dura cinco o se da un resumen de un minuto para mantener al tanto a la audiencia. (Hilliard, 2000, p.126).

Por tanto, hay importancia en la difusión del boletín informativo para los oyentes, porque “dice una encuesta que hay gente que no escucha la radio; pero calculan la hora y solamente escucha los titulares de la hora y eso es suficiente, con eso se informa”. (R. Vicente, comunicación personal, 23 de octubre, 2011).

El boletín radiofónico puede tratar sobre un programa que tiene un título propio, con lo que se independiza del resto de la programación y establece su propio estilo. Se le dedica una atención preferente, únicamente a la noticia más relevante. Los bloques de información son mucho más flexibles que en los diarios hablados. (Reyes, M. & Vorher, V, 2003, p. 29).

El boletín se ha desarrollado desde una tradicional exposición breve de noticias, y en algunos casos ha podido llegar a un desarrollo más amplio y completo, dando entrada a otros géneros que amplían o actualizan la información.

Varios autores coinciden que el tiempo del boletín debe ser entre tres a cinco minutos. En él mismo se debe difundir noticias breves casi a manera de titulares; con la presentación de noticias más destacadas o de última hora que han surgido en la mañana o en la tarde. (Vásquez, 2010, p.39).

Esto se vale con un conjunto de cuatro o cinco noticias, exige la brevedad de las noticias que suelen durar entre los 30 a 60 segundos.

En cuanto al ritmo dado al boletín, es fundamental. Generalmente, a lo largo de la mañana hasta las 9.00a.m., el ritmo informativo en el boletín, es alto, en cuanto a tratamiento informativo. Al mediodía baja porque es un momento de transición, hasta cierto tiempo, el ritmo vuelve a subir. En la tarde, hay otro declive. A partir de las 6.00p.m. a las 9.00.p.m., vuelve a subir, coincidiendo con el informativo de noche y la trascendencia informativa.

La Corporación de Radio y Televisión Española, afirma que cada boletín debe contemplarse como eslabón de una cadena informativa que muestra la apuesta informativa de la emisora, que da personalidad frente al resto de cadenas de radio e incluso de otros medios audiovisuales o interactivos. “Esta cualidad obligará a actualizar todas las informaciones emitidas en un boletín, que consiste en actualizar los contenidos para aportar elementos que no sólo resalten la importancia de la noticia sino su inmediatez o su proyección de futuro.” (Manual de estilo de la Corporación RTVE, s.f, parr.1).

En el Perú, existen boletines informativos, pero entre los más antiguos y los de calidad son los de RPP Noticias con el conocido El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares. Este tipo de formato ejemplificado de Radio Guatemala, viene desde la década del setenta con la aparición de La Rotativa del Aire. (G. Falcón, comunicación personal, 23 de septiembre, 2011).

- **Reglas para la redacción periodística del Boletín Informativo**

Se tienen los siguientes aspectos:

- El titular siempre debe contener al menos un verbo.
- En el titular, o en su caso en el desarrollo, deben incluirse, siempre que sea posible, el qué, el dónde, el cuándo, el quién y el cómo (las clásicas preguntas de la teoría de las cinco W: what, where, when, who y how).

Y. Abusabal habla sobre el uso de la pirámide invertida:

“Para radio, sí se utiliza porque necesitamos transmitir la mayor cantidad de información en pocas palabras, en pocos párrafos, no tenemos posibilidades en radio de explayarnos mucho, de redactar mucho (...) necesitamos brindar informaciones muy cortas, muy ligeras y la pirámide invertida es el medio básico y útil que nos sirve para trabajar la información.” (Comunicación personal, 22 de septiembre, 2011).

También R. Silva recomienda el uso de la pirámide invertida en las notas actuales, más que en las notas inactuales. (Comunicación personal, 23 de octubre, 2011).

- Deben utilizarse frases cortas.

“... antes los titulares o los resúmenes de hora en RPP, (...) durante el tiempo se han simplificado, es decir antes eran los titulares de dos o cuatro líneas en la medida de casos; ahora se han reducido por motivo de tiempo y porque la gente necesita estar informada...” (Y. Abusabal, comunicación personal, 22 de septiembre, 2011).

- El texto no debe redactarse exclusivamente con mayúsculas, pues ello dificultaría la lectura ante el micrófono. Caso contrario y actual sucede con los titulares de RPP Noticias del Perú, en dónde ellos sí prefieren el uso de las mayúsculas para una mejor lectura del locutor.

(Ver Anexo 01).

Teniendo en cuenta que la velocidad normal de lectura es de 160/180 palabras por minuto es posible realizar un cálculo rápido del tiempo de lectura de un guión, en el que se invierten tres a cuatro segundos por línea, y una página a doble espacio tiene 27 líneas, unas 270 palabras, y por tanto se lee en unos 90 segundos. Un informe puede leerse a razón de 85 palabras en 30 segundos, ó 400 palabras en 150 segundos. (Saura, 2008, p.49).

- **Tipos de Boletines Informativos**

Boletín horario

El más habitual. Considerado como un programa de noticias con una periodicidad frecuente (cada hora), de corta duración (de tres a cinco minutos), que tiene como finalidad el seguimiento puntual de las noticias más recientes. Una vez que la redacción las ha seleccionado y valorado.

Ello, concuerda con la duración de varias noticias en las programaciones de reconocidas radios que acostumbran transmitir el resumen de cada hora y en la hora, se nombran más como 'resúmenes de noticias', que son de cinco a 10 minutos, es decir tienen tiempos de difusión muy variables y forman parte de difusión muy variable. En este espacio aprovechan el tiempo mínimo necesario para dar un informe suficiente y completo de cualquier noticia importante. (Borja, s.f, p. 23).

“Estos boletines informativos sirven para que el radioyente se mantenga informado puntualmente y no pierda el hilo de la actualidad. Este formato tiene su razón de ser en la música, sea del tipo que sea”. (Marín, 2006, p.8.).

Para los boletines, se exige puntualidad rigurosa porque la audiencia se conecta a la radio a cada hora en busca de ciertas informaciones. Un ejemplo claro de emisión horaria, es la que brinda RPP Noticias:

Hay una información cada media hora que son a través de titulares y cada hora que son mediante los resúmenes horarios. Y de alguna manera se convierte en una especie de micronoticiario porque un resumen de hora es un micronoticiario. (J.M. Soto, comunicación personal, 23 de octubre ,2011).

El boletín horario es un elemento que las emisoras mantienen porque presenta a la audiencia la imagen de latencia informativa. Es decir, la emisora está conectada 24 horas a la actualidad, por el hecho de dejarse de lado a los programas de entretenimiento a favor de los informativos.

El boletín permite la inclusión de aportaciones externas a la redacción: una crónica de un corresponsal, la intervención del locutor de una emisora de la Cadena, una conexión en directo con un redactor que narra los últimos acontecimientos ocurridos en la calle. (Martínez, 2002, p.176).

Igualmente, R. Silva manifiesta que en el boletín informativo, no se incluye solamente notas, se agregan lecturas, grabaciones y despachos, lectura de las notas; pero los audios no salen, pocas veces se utilizan, pero depende de la coyuntura. (Comunicación personal, 23 de septiembre, 2011)

En este formato, no se busca profundidad informativa. No hay tiempo para analizar los aspectos más importantes de la noticia.

Boletín de resumen

No muy habitual. Un boletín menos común en la radio. Es mucho más extenso que el anterior, con tiempo de 10 minutos, denominado como un programa informativo en sí, que permite incorporar más elementos o secuencias. Incluye las informaciones más importantes que se han producido en las últimas horas (no sólo las que se han producido en la última hora, u hora anterior a la realización del boletín).

“El Boletín de resumen, puede estar incluido dentro de un programa magazine como una sección más. En éste, se puede agregar información de servicios (tiempo, tráfico)”. (Scoff, 1995, p.69).

* **Otras clasificaciones de Boletín Informativo.**

Suárez clasifica el boletín informativo radiofónico según su contenido, por su formato, por la ubicación de su programación:

Por su contenido:

Boletín General. Es un compendio variado de las últimas noticias del acontecer (locales, nacionales, deportivas, etcétera).

Boletín Especializado. Como se sabe, el anterior representa el gran contenedor temático. El especializado busca satisfacer las necesidades informativas de grupos determinados. Es un compendio de noticias temáticas, referidas a regiones o perfiles específicos (cultural, deportivo, económico, etc.).

G. Falcón mencionó una definición concreta de boletín especializado:

El boletín informativo es ultra especializado. Puede ser para una comunidad, basado a lo que es la minería, puede ser un boletín médico, ecológico, que sólo le interese a un determinado sector. Eso es para mí un boletín informativo. Consigna una información específica para un determinado oyente. (Comunicación personal, 23 de septiembre, 2011).

Boletín Resumen. Es un compendio de noticias (general o especializado) emitido con el objetivo de cerrar una franja horaria o una jornada informativa.

Por su formato:

Boletín lineal. Es un boletín redactado sobre la base de las noticias escritas, leídas por el locutor.

Boletín acreditado. “Redactado con noticias escritas, leídas por el locutor, y reportes grabados, cortes de voz, piezas o directos. Prima mucho, las voces de los protagonistas de los hechos, creando un impacto perceptivo”. (Suárez, 2007, p.42).

Por su ubicación en la programación:

Boletín de parrilla. Funciona como un programa más, de la *parrilla* de programación, con cierta autonomía. Depende de los servicios informativos de la Cadena y cuenta con personalidad propia.

Boletín subalterno. Se subordina a un programa específico, en el cual cumple una función determinada. Por ejemplo, en algunas emisoras cubanas, los boletines informativos no pertenecen a la Cadena, sino al programa que se emite en el momento. (p.43).

▪ **Características especiales en cuanto a función y clasificación**

Minkov clasifica las siguientes características del boletín informativo radiofónico:

- Los **breves**. Tienen duración de dos a tres minutos. Generalmente son transmitidos bajo el título de ‘noticias’, ‘noticias de la hora’, ‘últimas noticias’; etc. Su principal objetivo es mantener a la audiencia al corriente de los acontecimientos de las últimas horas durante el día. Asimismo, ofrecen una síntesis de los últimos acontecimientos en manera de resumen, cada una de ellos con pocas palabras y frases; y

en varias ocasiones dándoles el nombre de Titulares, con una expresión concisa. Son siempre presentados cada hora y ofrecen al máximo un número de oyentes y la oportunidad de oír las noticias.

En la emisión informativa general de las noticias se crea una forma diferente y detallada; es decir se complementa con informaciones más recientes para que exista satisfacción con el público que ha escuchado la parte resumida. Por lo general, estos boletines ofrecen una información como flash, es decir, noticias presentadas en una forma extremadamente sucinta. (Minkov, 1984, p41).

M. H. Aguirre afirma que:

Los boletines informativos radiofónicos deben ser lo más claros posible, lo más cortos posible porque la gente no ponen atención a tanta nota y noticias. (Comunicación personal, 22 de septiembre, 2011).

- Los **básicos**. Tienen una duración de cinco a 10 minutos. Son emitidos en las horas punta del programa del día porque se espera la mayor tasa de audiencia.
- **Boletines informativos principales** (centrales). Tienen una duración de 10 a 15 minutos. Son transmitidos bajo diversos títulos. En la mayoría de casos, se presentan de una a tres veces al día en las horas punta (mañana, mediodía y noche).

En cuanto a los boletines básicos y los principales; la emisión inicia frecuentemente con un índice o con citas de las informaciones más importantes incluidas en la emisión. Esta información básica centra la atención en los informes más importantes cuyos detalles seguirán, o se acentúan en aquellas partes del boletín de noticias que serán de mayor interés para el oyente.

Para el contenido de cada una de los bloques informativos, siempre va la información más importante y más interesante para toda la audiencia; luego viene el resto de informaciones ordenadas según su importancia o interés de la audiencia, y de acuerdo el lugar. Al final del boletín se reserva información de interés local o breves, o después una previsión metereológica. Generalmente también como breves comentarios o notas políticas. (Minkov, 1984, p.43).

“En cualquier boletín de noticias, la prioridad de las noticias se rige por su importancia social, actualidad y su valor orientador, criterios aplicados según la posición política y social de las radios, dándoles un valor más concreto que abstracto”. (p.43).

- **Elaboración del Boletín Informativo**

Para la elaboración del Boletín Informativo, llamado también Boletín de noticias, presenta cierta organización por bloques pero no tan estructurada como el de los grandes informativos. También en él, están las señales horarias, nombre del programa y de la emisora; y se lanzan las noticias. Lo más frecuente es la periodicidad horaria y exige una puntualidad rigurosa, es decir se transmiten en las horas puntas. (Moreno, 2008, p.5).

Asimismo, no existe una estructura fija. El orden y jerarquización de las noticias se establece según el interés del oyente.

No siempre puede haber una estructura estándar. Como dice R. Vicente, “el criterio periodístico es según la importancia de la noticia. En un momento puede tomar la importancia una noticia a nivel internacional.” (Comunicación personal, 23 de septiembre, 2011).

Los boletines horarios se convierten en la práctica en una acumulación de titulares de las noticias un poco más extensos, salvo en casos excepcionales, y

dan cabida exclusivamente a las informaciones que luego se incorporarán, ampliadas, a los diarios hablados.

La presentación puede realizarse a una o dos voces. Las voces se alternan para ofrecer en cada intervención una noticia distinta. Alguna emisora emplea una voz para anunciar un titular muy conciso y la otra para una breve ampliación.

En ocasiones, “los boletines informativos pueden incluir testimonios sonoros. A esto se le denominan noticia con cita *in voce*, cuya característica esencial es la inclusión de la voz de un protagonista de la noticia para ampliar o explicar la información”. (Ortiz, 1995, p.150).

- **Organización específica de las informaciones para el boletín radiofónico**

Una ventaja diferencial que tiene el boletín informativo con un noticiero completo, es que se comienza con noticias que tengan más actualidad, y continúa por las más importantes y se cierra con las previsiones:

Lo último

Los boletines son el programa idóneo para comunicar a la audiencia la información producida o que se está produciendo en la última hora; siempre y cuando, la información sea noticia muy relevante. Si el boletín es nacional, se debe tener muy en cuenta los hechos que están sucediendo en los diversos lugares del país. Para su selección depende mucho de la importancia de la noticia y la actualidad.

Lo importante

Los boletines deben ofrecer noticias recientes pero sin dejar de lado los acontecimientos más relevantes del día. Estos pueden ser de aquellas

informaciones que se han desarrollado de forma extensa en los programas informativos principales y, es aquí en donde se extraen los datos relevantes para presentarlos resumidamente o en pocas líneas en el boletín.

No trata que la audiencia esté sólo informada de lo último, sino que también esté informada con datos de actualidad. De tal forma, el redactor o encargado del boletín debe tener presente los contenidos del último programa informativo y conocer en detalle las últimas noticias que se van a desarrollar en el siguiente informativo.

Lo que viene

En el boletín se pueden avanzar en forma breve los datos básicos de aquello que va a ser noticia, siempre y cuando la noticia sea relevante, ya que podría correr el riesgo de repetirse por el sólo hecho que los boletines tienen una periodicidad fija, normalmente en emisión a cada hora. (Rodero, 2005, pp.262-266).

▪ Musicalización en los Boletines Informativos

Se consideran las ráfagas musicales para separar bloques de noticias o cortinillas especiales según secciones.

Comúnmente, los boletines informativos van precedidos por una cortina musical de presentación y despedida que puede ser o no el mismo corte musical. A la vez, se pueden o no utilizar las cortinas a modo de ráfagas para que separe una información de otra, ello permite que el boletín resulte más o menos ágil. Todo esto se cumple, según la emisora en transmisión, ya que alguna de ellas no emplean separadores musicales entre una nota y otra, más aún si se trata de un sólo locutor; pero si la información no resulta amena e interesante el interés del oyente suele perderse.

Cabe resaltar, que en un boletín de noticias no se musicalizan las informaciones, es decir que si se incluye una nota sobre un cantante, no es necesario colocar algún fragmento de una de sus interpretaciones o ni alguna pista de algún tipo de música para identificar algún contexto del hecho. (Hernández, 2011, parr. 5).

Después de todo esto, es imprescindible decir que, las emisiones de informaciones principales suelen terminarse con una repetición de titulares de las noticias incluidas en la emisión. Ello constituye, un servicio para aquellos oyentes que no han tenido la oportunidad de escuchar el boletín de noticias en un principio. (Minkov, 1984, p.43).

- **El *despacho* en los boletines informativos**

La definición de despacho, es idónea. Éste término es común entre los reporteros de las diferentes radioemisoras peruanas.

Es una gran diferencia con el radioreportaje. El despacho informa lo que sucede a través de un teléfono, son cortos; en cambio en el radioreportaje se trabaja con un tema recopilando información y recogiendo testimonios, además, suelen tener más de tres minutos y contiene la versión de argumentos y antecedentes; incluso, opiniones de expertos sobre un determinado hecho, considerado casi como un avance. (Velezmoro, 2002, p.66).

De esta manera, J. M Villoslada afirma que en El Gran Resumen de la Hora de RPP Noticias, utiliza el despacho no pasando de minuto y medio; y si hay una entrevista, dos minutos máximo. (Comunicación personal, 23 de septiembre, 2011)

“Los despachos no deben ser largos, no deben pasar de minuto y medio, esto bastará de uno o dos párrafos de información y una corta entrevista de una o dos preguntas” (Velezmoro, 2002, p.46).

Pero, si se trata de un despacho grabado se incluye grabación (audio): un párrafo de presentación y a continuación un audio breve y un último párrafo de remate. O, si el despacho es hablado: tres o cuatro párrafos (explicados, y sobretodo descriptivos), serán suficientes. La narración será emitida con un lenguaje sencillo.

“La difusión del despacho brinda al radioescucha la sensación de haber participado en el acontecimiento, le hace sentirse en el lugar de los hechos, sobretodo con los sonidos o ruidos ambientales”. (p.71).

- **Producción de los despachos**

En la investigación titulada ‘Producción de despachos en el área judicial en CPN radio’, menciona tres pasos importantes para la producción de despachos

Primero. Consta de llegar al lugar de los hechos y observar bien lo que está sucediendo, así, se podrá contextualizar la nota informativa que se busca.

Segundo. Trata de indagar los datos más relevantes del hecho ocurrido. Para ello, hay que averiguar escuchando, preguntando, y si es posible, repreguntar todo lo que concierne al acontecimiento que vamos a cubrir.

Es importante decir que, no sólo se trata de recoger la versión oficial de los hechos, sino también de los involucrados externos.

Tercero. Luego de tener la información necesaria, hay ocasiones que pasa a ordenarse y redactarse. Pero si el reportero ya tiene experiencia en este trabajo, sólo emite al aire la información una vez dado el pase respectivo desde la cabina y de forma improvisada, directa y concisa.

Hay ocasiones en que el productor o en otros casos el conductor, es quién decide si es necesaria la interrupción de la programación para que se emita la información al aire. (Velezmoro, 2002, p. 67).

2.3.13.2. Otros formatos informativos

Flash

El flash, extra o referente es un formato informativo que se usa para presentar la información de última hora, los acontecimientos que están ocurriendo o acaban de ocurrir. Se trata de dar la noticia, directa y sin comentarios, en el momento en que se tiene la información, interrumpiendo la programación habitual como signo de urgencia, y suele ir acompañado por una ráfaga musical, habitual y característica que advierte de la novedad informativa. (Scoff, 1995, p.69).

Algunas veces, puede desencadenar un rumor, si la información no está manejada adecuadamente.

Avance Informativo

El avance informativo se refiere a las noticias ocurridas durante el día, o de aquellas presentadas en último momento. En otros casos, está intercalado entre dos programas, siguiendo una puntualidad periódica para dar breves detalles sobre las noticias que luego serán ampliamente comentadas en el correspondiente espacio habitual de noticias.

Según la emisora, se emite a diario y puede ser a cada hora o media hora después de las señales horarias, siendo su duración aproximada de tres minutos.

El avance informativo está dirigido a toda la audiencia en general que esté interesada en conocer las noticias del día. (Radio, s.f, p.180).

Diario Hablado

Se emite tres o cuatro veces al día en momentos de máxima audiencia. Se puede incluir diversos géneros periodísticos

noticias, comentarios, entrevistas. Suele tener una duración de treinta minutos e informa de todo tipo de noticias, separadas por bloques entre los que se intercalan ráfagas y publicidad (Montañez, s.f, p.179).

Es un guión abierto. En un momento determinado del programa puede ser sustituido por una nueva noticia que es más importante o actual, así como sucede en los boletines informativos.

La información es más detallada. Las noticias más importantes van acompañadas con documentos sonoros: entrevistas con el protagonista de la información y conexiones en directo con el lugar de los hechos.

Tiene mucho en común con el diario impreso, teniendo diferencias en extensión y los matices propios del medio. Lo que hace similar al diario hablado con el impreso, es su estructura y distribución de secciones.

Se trata de un programa con su propio título, con lo que se independiza del resto de la programación y establece su propio estilo. Actúa de modo selectivo en la actualidad periodística. Se dedica a la atención preferente, únicamente a la noticia más relevante.

“Se informa sobre un acontecimiento importante y se le puede agregar opinión. El resto de las noticias tendrá su propia característica y estilo, siendo parte del programa, pero a su vez independientes en cuanto al tratamiento de la información”. (Merayo, 2007, p. 433)

Entrevista

“Es el formato más utilizado en la radio porque se presenta en todo tipo de programas, más aún en los informativos como elemento que aporta credibilidad a la información que ofrece” (Sainz, 2003, p.243).

La entrevista está basada en el diálogo radiofónico que el profesional entabla con una persona de interés y relevancia, cuyo objetivo principal es “exponer; mediante las palabras del entrevistado, hechos, razones u opiniones sobre un tema específico, de forma que el oyente puede llegar a una conclusión sobre la validez de lo que está diciendo” (Martínez, 2005, p.29).

En la entrevista debe existir un ejercicio de equilibrio que el entrevistador tiene que manejar con habilidad de cada ocasión: equilibrio entre la complejidad necesaria y el distanciamiento prudente con el entrevistado, para que la información llegue a los oyentes como un ejercicio de información y nunca de relaciones públicas, de propaganda o de adulación en programas de radio.

A pesar que la entrevista se pueda ver sencilla, es el formato más complicado de presentar y exponer a la audiencia, porque exige claridad de ideas, buena exposición verbal, cierto grado de psicología para entender al personaje y su circunstancia y agilidad mental para salir de situaciones comprometidas. (p.30).

En los programas informativos, se exige que las entrevistas sean breves y concisas por motivo del tiempo asignado en el guión. Puesto que, se busca la noticia, la opinión o precisión del invitado de manera rápida y directa a través de la formulación de preguntas, ya que el invitado podría centrarse y prolongar el tiempo de respuesta. Por tanto, la brevedad en las preguntas permitirá reiterar más veces y con distintas palabras la cuestión central que se plantea al entrevistado (Sainz, 2003, p.248).

Asimismo, el conductor de la entrevista deberá estar atento para evitar cualquier confusión que aleje al entrevistado de una respuesta concreta.

De igual modo, la despedida y el agradecimiento del invitado por asistir al programa, deben ser muy breves.

Ejemplos:

Ampliación de Noticias de RPP, es un programa informativo de entrevistas a todos los personajes que hacen noticia en el Perú y en el mundo. Conducen: Raúl Vargas y Ricardo Gómez. Ampliación de Noticias es el programa más sintonizado en la radio en el Perú, en el horario de 8 am a 10.00a.m.

El invitado del Aire de Radio Nacional del Perú, es un espacio donde el Carlos Gassols conversa con personajes dedicados a diversos ámbitos del arte y la cultura. El Invitado del Aire, se emite los sábados a las 9 de la mañana.

Informe Periodístico

El informe es utilizado para aportar datos que desarrollan y explican el argumento central de una noticia o un hecho analizado en un programa radiofónico.

“Es también un género; cuya característica especial es la narración lineal que amplía la noticia. En él no se vierten opiniones del autor, aunque sí pueden aparecer testimonios sonoros de personas que pueden ser protagonistas de la noticia” (Ortiz, 1995, p.64).

Quando hablamos de informes periodísticos se habla de periodismo investigativo, una especialidad, como el de opinión o el interpretativo. Cada informe periodístico puede durar 9 ó 10 minutos. Es importante que se tome en cuenta la elección de cortinas y el ritmo que tendrá la investigación en su salida al aire. Se pueden utilizar más de una docena de cortinas para un trabajo (Portugal y Yudchak, 2008, p.113).

Ejemplos:

Nacional en la Noticia en Radio Nacional. Un equipo de periodistas informa sobre los sucesos más importantes del país y el mundo. Se transmite de lunes

a viernes en tres ediciones: La primera edición es a las seis de la mañana, luego la segunda edición de 1:00 a 1:30 de la tarde con Raúl Sotelo y Luis Sotomayor; y la tercera edición es de 8:00 a 9:00 de la noche con Néstor Becerra y Pedro Elías.

‘La Rotativa del Aire de RPP’; de lunes a viernes de 5:00 a 8:00 de la mañana; la segunda edición a la 13:00 a 14:30 de la tarde, y la tercera edición de 22.00 a 00.00. Sábados y domingos de 5.00 a 8.00 y de 18.00 a 19.00 horas.

Técnica: Sondeo Opinión o Vox Populi

Vox Populi, voz o palabra del pueblo, sobre temas que le incumbe. Es muy valioso para enriquecer un reportaje, una radiorevista; etc. A la vez es muy atractivo por el frescor de habla de la gente espontánea y natural; la audiencia se ve a través de estas voces (Ochoa, 2006, p.4).

El término es utilizado al momento de realizar una pequeña entrevista a varios ciudadanos sobre un tema actual de interés nacional, es decir es un mini sondeo grabado a unos pocos transeúntes que son elegidos al azar. Se puede hacer en la calle o por teléfono, en directo o grabadas. Es conocido como el formato de opinión, el cual trae espontaneidad a un programa radial, la fuerza del testimonio vivo.

“Este tipo de formato busca propiciar, hasta cierto punto, un diálogo entre el informante, el escucha y el que opina. Sería un gran error usar el formato para proclamar una opinión ganadora sobre la otra” (Moreno, Cuellar y Gallardo, s.f, p.24).

El Vox Populi va de ocho a diez personas, no más. La duración es de un par de minutos, máximo tres.

2.13.1.3. La musicalización en función de la información

La música en la información radiofónica se emplea de la siguiente manera:

- **Plantillas de presentación y despedida:** Se trata de un fragmento musical que aparece siempre al inicio y al final de un informativo. Con éste, se puede identificar más al programa, el cual le da un sello y matiz dentro de la programación de la emisora en la que se difunde. Generalmente, trata de un fragmento musical, de entre 15 y 30 segundos de duración.

- **Cortina:** Es un fragmento musical que se utiliza para separar los contenidos y una información de otra. Identifica una sección determinada. Se trata de un fragmento musical de unos 10 a 15 segundos de duración.

- **Ráfaga:** Es un fragmento musical en función sintáctico-gramatical que separa contenidos o bloques temáticos dentro un mismo programa. Es más breve que la cortina y muy útil en boletines informativos para separar una noticia de otra. No debe exceder a los cinco segundos.

- **Golpe musical:** Es un fragmento muy corto que se utiliza para llamar la atención del oyente en un momento determinado o para separar segmentos sonoros verbales que están enlazados por un mismo locutor. Es mucho más corto que la ráfaga. No más de uno o dos segundos. (Hernández, 2011, parr.1-2).

En conclusión, aunque los criterios a partir de los que pueden clasificarse los programas informativos radiofónicos son diversos, se puede señalar que a pesar de los distintos grados de información que contienen los formatos informativos (desde el flash, hasta el informativo especial), todos los noticiarios poseen una clara finalidad informativa de forma muy directa para obtener un alto nivel de credibilidad que los oyentes otorgan a las emisoras.

2.14. Producción de informativos radiofónicos

La producción radiofónica consiste en la creación y realización de programas radiales cuya finalidad es la elaboración de mensajes como parte de un producto sonoro. Esto significa tratar de manera adecuada al lenguaje de la radio como la palabra, música y efectos.

Asimismo, la producción radiofónica de informativos exige al periodista radiofónico tener conocimientos sobre la actualidad, capacidad de previsión y organización, además del nivel de creatividad de los programas.

2.14.1. Producción radiofónica

La producción radiofónica es el proceso creativo que implica la aplicación de técnicas y hábitos informativos cuyo trabajo se centra en la realización de programas, grabados o en directo a través del control técnico de los mismos.

Rodero dice que:

El producto radiofónico debe ser concebido como un *continuum*, que de una manera constante se suceden sustancias sonoras y no sonoras, que fruto de una combinación ordenada, adquieren formas renovadas de significación estética y semántica (s.f, p.4).

En el proceso de creación de cualquier producto sonoro, al citar a Ricardo Haye dice que “la humanización que postulamos para la actividad de producción radiofónica comprende la integración entre la razón, las emociones y las sensaciones. Sin alguna de ellas, todo discurso será fragmentario, incompleto”. (Rodero, 2004, p.2)

Se basa en un proceso creativo que, como tal, implica entonces la adecuada manipulación de los recursos expresivos que garantizan la realización de un producto radiofónico con suficiente atractivo para suscitar el interés del oyente

de radio. Por eso, la producción radiofónica tiene su finalidad en la elaboración de los mensajes, que permite tratar un contenido de manera apropiada al lenguaje de la radio.

Se debe tener en cuenta un profundo conocimiento del medio radial como las características y condicionamientos del canal radiofónico.

El proceso de producción se dirige a la elaboración de géneros y programas radiales, siendo imprescindible para la programación de cualquier emisora, en donde todos los contenidos se concretan en géneros que integran un programa.

La producción radiofónica se basa en tres etapas: preproducción, producción y posproducción.

2.14.1.1. Preproducción

Es la etapa inicial en la que se planifica y se prepara el programa o el espacio radiofónico. La preproducción incluye al menos las siguientes tareas:

Determinación del tema y preparación del proyecto de producción

La persona encargada de la producción o el equipo de producción, tiene una idea, que luego es concretada con el proyecto de producción. Este último es el documento que define y organiza el programa de radio. El proyecto de producción responde al qué, el cómo y el por qué de la producción. (Araya, 2004, p. 193).

Organización y asignación de tareas

Las tareas se distribuyen de acuerdo a las habilidades de cada persona que participa en la producción. Se define quién investigará y quién redactará textos

y guiones. Más adelante se asigna otras responsabilidades como para la musicalización y la locución.

La distribución de tareas depende del número de personas dispuestas a colaborar en el programa. Es decir, una persona podría desempeñar una o más funciones diferentes, aunque debe respetarse el principio de simultaneidad, de manera que las funciones que desempeñe una persona no interfieran entre sí.

Investigación

Se recopila toda la información que necesita el programa por medio de búsquedas bibliográficas, entrevistas a expertos o a personas involucradas con el tema. En producciones complejas se contrata a investigadores para que realicen esta tarea, que en los demás casos está a cargo del productor o el guionista. Esta tarea es fundamental para comprender la totalidad del proceso:

Cuando la investigación está terminada, el productor prácticamente visualiza todo el programa: quién o quiénes serán los locutores, actores o presentadores, aunque aún no los designe; la estructura final del programa; la música y efectos y, desde luego, los mensajes radiofónicos. (Araya, 2004, p.3).

Redacción de guiones

El guionista se encarga de redactar los textos y formular la estructura del programa. En los guiones se indican también las inserciones musicales, declaraciones de entrevistados, efectos sonoros y ambientales. Un primer borrador se entrega al productor para su corrección o aprobación definitiva.

“Hay una clasificación con el **Guión previo o pauta provisional**, que es una guía. En algunos casos cuenta con distintos bloques de género de noticias, así como las sugerencias técnicas”. (Cornejo, s.f, p.10).

De una forma más completa está la **Pauta definitiva**, que es un formato que se deriva del guión completo. Se añade la duración de cada bloque, se elabora una vez conocido el guión definitivo y, requiere un especial esfuerzo en la realización.

- **La idea**

Se entiende por idea el concepto claro y simple que representa el tema central de la historia que va a convertirse en un guión. La primera idea debe ser de rápida comprensión, con un propósito al alcance de todo el mundo; es decir debe ser concreta, escrita, descrita y bien entendida (Scoff, 1995, p.108).

- **La sinopsis**

Es un desarrollo más amplio de la idea inicial como una especie de resumen o sumario general, de esta forma ayuda a crear el cuerpo del programa. De esta forma, los contenidos estarán limitados en el tiempo y se podrá tener una guía fiable de lo que durará nuestro programa y cada apartado, bloque, sección, tema musical, cuña, indicativo, etc. (Proyección de un programa de radio, s.f, p.11).

- **El tratamiento**

El tratamiento es el resultado de la primera elaboración de una sinopsis. Es la manera de explicar más ampliamente todo lo que contiene la sinopsis, con más detalles, con la redacción de pequeños bloques de acción, enumerados y ordenados.

- **La escaleta de secuencias**

“La escaleta será la columna vertebral del programa” (p.14). Ésta no es más que la sucesión de todas las secciones del programa de manera ordenada y cronológica. Para darle forma a la escaleta interviene en este caso el factor tiempo.

- **La Pauta**

Es una plantilla que permite ir organizando cómo se van a combinar los elementos radiofónicos que van a construir la producción. Permite pensar en el orden, la combinación de los recursos y medir el tiempo de la producción. En este lenguaje los tiempos son cortos. En el momento de la producción, la pauta ayuda a comunicarse con el operador y el resto del grupo de trabajo.

Búsqueda de recursos

A continuación, se obtienen los recursos planteados en el proyecto de producción: humanos, económicos y materiales. Es lo que se denomina “implementación, o dar los últimos pasos antes de irse de lleno a ejecutar el proyecto”.

Aquí se realiza la selección-casting- y contratación de locutores, se busca los efectos de sonido y la música, o se contrata un sonorizador o un musicalizador para que los haga. La búsqueda de recursos también incluye obtener materiales de oficina como papel y tinta de impresión, alquilar o separar la cita de estudio de grabación, y por supuesto, conseguir el dinero para hacer frente a todos estos gastos.

Cabe la oportunidad, para hablar de la selección de actores o locutores. En la producción radiofónica profesional, es conveniente contar con un banco de voces para poder realizar la selección o casting, que en teatro se llama audición. Se acostumbra tener grabaciones breves de locutores y actores, con su respectiva información de contacto (nombre completo, teléfonos, correo electrónico), con el propósito de conocer las capacidades de estas personas y poderlas localizar con facilidad cuando se requieran sus servicios.

Si el banco de voces no está hecho, lo conveniente es convocar a los locutores y actores para grabar una muestra de su interpretación, y así poder escoger las voces idóneas para el programa. (Contreras, 1993, p.71)

2.14.1.2. Producción

Con todos los detalles confirmados, los recursos obtenidos y los ensayos realizados, se inicia la etapa de producción, que consiste en el registro, la grabación y la mezcla de todos los elementos sonoros. Esta etapa incluye la dirección de locutores, actores y del técnico de grabación.

El director hace su trabajo junto al técnico desde la cabina de control, el espacio donde se encuentra la consola y los demás equipos de grabación. Especialmente en géneros dramatizados complejos como el radioteatro o la radionovela, hay directores que dirigen dentro del locutorio (el espacio en que se ubican los micrófonos), como una manera de controlar mejor el ritmo y la continuidad de las escenas. Esto último demanda que todas las personas participantes usen audífonos para escuchar lo que va quedando grabado, y por lo tanto, debe haber concentración para diferenciar entre el sonido del locutorio y el sonido grabado. (p.75).

Algunas personas prefieren dirigir desde la cabina, de pie (nunca sentados) para que los locutores puedan seguir las indicaciones.

Señales manuales

Por lo general, existen intercomunicadores entre la cabina de control y el locutorio, para que los locutores escuchen las órdenes y correcciones del director. Sin embargo, estos dispositivos no se encuentran en todos los estudios o emisoras, por lo que se usan señales manuales.

Se logró identificar algunas de las señales más usadas por técnicos y productores del contexto costarricense, tanto en programas en vivo como grabados:

Alto, silencio en estudio, aviso de comienzo de grabación: Se levanta el brazo con la mano en alto, la palma hacia los locutores. Otra versión de esta señal es mover la mano rápidamente de adelante hacia atrás, en el gesto normal de decir “espere”, como si se estuviera empujando. (Araya, 2004, pp. 30-32)

Durante la grabación del Programa

Es el preciso momento en donde el director realiza las correcciones correspondientes al guión, aunque sea un mínimo porque debe tener en cuenta que reinscribiría el guión por completo sobre el papel.

La grabación debe realizarse con la mayor concentración posible, en un ambiente de disciplina y seriedad, con cordialidad y respeto hacia las personas que participan en la grabación.

Algunos detalles que se deben considerar:

Los locutores no deben de perder de vista al director y al técnico. Siempre deben leer el guión frente a ellos, sin taparse por completo la cara; esto para proyectar mejor la voz y para seguir las señales manuales u orales.

“No deben de sonar las hojas del guión al pasarse. Se deben colocar con suavidad sobre la mesa. Asimismo, se debe retirar pulseras, joyas o aretes colgantes y alarmas de relojes”. (p.34).

2.14.1.3. Postproducción

Es la etapa final del proceso. Incluye las siguientes tareas:

Montaje y edición

La actividad de montaje corresponde a la acción de escoger tomas correctas de locución y mezclarlas con música, efectos de sonido y ambientes; con un orden determinado hasta obtener el mensaje radiofónico que se planificó.

Se establece dos posibilidades de ordenación de sonidos: la simultaneidad y la sucesividad. También se considera que en el concepto de montaje debe existir una manipulación técnica.

De tal manera, en la edición se podrá reordenar el material grabado en una estructura más lógica. A la vez eliminar errores, repeticiones o lo que no es interesante. El resultado es la producción de un efecto creativo, al unir voces, música y efectos de sonido. (Araya, 2006, p.35).

Copiado

Generalmente se obtiene una grabación maestra o máster de la que se sacan copias para la transmisión o archivo. Por tal, se recomienda rotular siempre las copias con indicación del nombre del programa, fechas de producción, transmisión y los nombres del equipo de producción.

Transmisión, distribución y presentación

Esto responde al significado de la palabra Publicación, es decir, poner el mensaje al conocimiento del público. De esta forma, la transmisión es la emisión radiofónica regular por antena o por alguna descarga en tiempo real de un sitio de Internet. Así, la distribución corresponde al envío de copias a otras

emisiones cuando existen cadenas, grupos empresariales radiofónicos o radios de otros países que emiten los mismos programas.

Por último, la presentación ocurre cuando el programa o mensaje no se emite por antena sino que se utiliza en grupos organizados con propósitos de formación continua o capacitación.

Evaluación

Ésta última tarea puede ser interna, es decir, con el equipo de producción; o externa que es la validación con la audiencia.

De esta manera, “los productores pueden conocer los aciertos y los desaciertos del proceso de producción y, así realizar los ajustes necesarios que permitan mejorar tanto el proceso como el mensaje radiofónico”. (Proyección de un programa de radio, s.f, p.3).

2.14.2. Producción Informativa

2.14.2.1. Búsqueda de la noticia

La búsqueda o recopilación de noticias es obtener la información de los hechos para la redacción de noticias. Dentro de ello, pueden estar los segmentos grabados sobre sucesos noticiosos o sobre gente que siempre hace noticia. En la recopilación de noticias puede haber un segmento de entrevistas o grabaciones telefónicas.

Planificación del trabajo. Cuadro de Comisiones

La elaboración del cuadro de comisiones está a cargo del director, jefe de redacción o de mesa, según las características de cada medio y del personal con que se cuente.

Generalmente, esta responsabilidad es del productor de noticias, incluye repartir tareas a personas como la recopilación de información, el armado del noticiario (notas y audios), la lectura y el reporte de las noticias.

El cuadro de comisiones se elabora a partir de:

- Informaciones previstas. El acceso a este tipo de informaciones programa con anticipación, que son enviadas por instituciones públicas, privadas, etc.

- Informaciones imprevistas. Son dadas, principalmente por los dateros, personas que suelen mantenerse en contacto con la emisora para proporcionar información. En este caso, tiene que comprobarse confiabilidad.

La información llega de una fuente ajena a la estación radial, ya sea de un ciudadano que llama por hacer una observación, de las estaciones de policía o bomberos, empresas o agencias de noticias, que manejen algún tipo de información valiosa. Siempre es imprescindible, tener cuidado y evaluar la validez del material y la confiabilidad del material. (Hilliard, 2000, p.112).

- Informaciones por iniciativa propia. Se trata del “olfato periodístico”. Cuando una emisora se caracteriza por buscar informaciones propias obtiene mayor aceptación, pues, el radioescucha encuentra lo original, lo novedoso, el cual demanda una constante creatividad por parte del equipo periodístico.

Pero, la principal fuente de información está en el reportero redactor. Hay casos, en las que el reportero sólo se dedica a recoger la información, y en

otras cumple las dos funciones. Por lo general, los conductores de noticiarios, de emisoras pequeñas, son ellos mismos quienes dedican estas funciones.

Asimismo, es importante que el mismo redactor o reportero, deba ser un testigo fiel del suceso que pretende presentar. Y si la información no se transmite en vivo, la grabación de la noticia debe manifestar la presencia del reportero en el lugar de los hechos. El reportero debe conseguir testimonios. (p.113).

En el lugar de los hechos

Es el escenario donde se produce la noticia.

- Dominio de la situación. Trata de un reconocimiento de la situación para entender y visualizar todas sus implicancias. Se debe realizar un diagnóstico preliminar de la situación. Consultar todas las fuentes al alcance.

- Uso de recursos. Éstos permitirán obtener la primicia. Es factible utilizar recursos creativos o poco convencionales para procurar el acceso al lugar o al personaje que interesa.

- Los personajes de la noticia. Identificar siempre a los personajes de la noticia, en cuanto al nombre y el cargo, y también obtiene datos completos.

- Descripción de los detalles. Recrear detalladamente de la mejor manera el mensaje, de tal manera que el oyente pueda tener una acertada imagen mental.

2.14.2.2. Guión y redacción del informativo

“El guión del informativo contiene específicamente indicaciones técnicas y temáticas imprescindibles para lograr el acoplamiento del realizador y el editor. Por tanto, la claridad del guión dependerá también del ritmo y la agilidad del programa” (Prado, 1985, p.42).

Por ejemplo, en el guión indicativo está el cronometraje de cada intervención.

Esto consiste en pensar que lo escrito para la radio, no es para leerse, sino para ser escuchado. En éste, se escribe el guión, de manera que se sigue las recomendaciones siguientes:

- Escribir párrafos cortos.
- Evitar tecnicismos. Palabras sencillas.
- No usar palabreos.
- Redondear las cifras.
- No colocar siglas en el libreto, salvo que sean muy conocidas.
- Emplear un lenguaje ágil, entretenido y no monótono.
- Evitar pronombres.
- Usar verbos en tiempo presente.
- La redacción de noticias se debe considerar el verbo en voz activa y no en voz pasiva.
- “Es recomendable, escribir con letras los números del uno al quince, y para las decenas. Se hace una excepción en las edades escribiendo en números” (Hausman. Et., 2001, p.270).

Así, en la redacción de las noticias se debe tener en cuenta lo que se escribe porque debe sonar bien y escucharse natural cuando se lee en voz alta; ya que los oyentes tienen una sola oportunidad para comprender lo que se está diciendo.

El redactor de noticias, no debe olvidar la frase popular: “en radio se escribe para el oído, no para el ojo”. (Hausman et., 2001, p.255).

Es importante mencionar, que las palabras se lean con facilidad, por tanto, debe haber una gran cantidad de espacio en blanco en la página, el menor número de correcciones posibles, y si las hay deben ser claras y escritas con letra grande y legible. Muchas estaciones de radio, utilizan un tipo de letra, reconocidos como *Times New Roman* o *Arial*. (p. 257).

En radio, la puntuación cumple una función importante para la entonación de las informaciones: la coma, en el texto radiofónico marca una pequeña pausa que introduce una variación en la entonación, por tanto, no se utiliza este signo si en la expresión oral no hay que realizar esa pausa, aunque fuera correcta su colocación en la redacción impresa. (Prado, 1985, p.26).

El punto es la señal que indica el final de una unidad fonética completa, además supone una pausa más larga que la coma. El resto de signos son casi innecesarios en su totalidad, pues ninguna razón justifica el uso del punto y coma, los dos puntos o el punto y guión.

Otra recomendación, es que “se debe evitar la colocación de cláusulas adicionales entre sujeto y verbo”. (p. 31).

En referencia al número óptimo de palabras, varía según los idiomas, el nivel cultural del oyente, el interés por el tema o el tipo de terminología; etc. Lo que si debe coincidir es que a más brevedad, se brinda mayor comprensión al oyente.

Al finalizar la redacción de la noticia se debe considerar en dejar espacios, al menos dejar un margen inicial y lateral izquierdo de aproximadamente de 5 centímetros.

Estructura del noticiario

Empezar por los titulares, el cual, son redactados de manera muy breve, con estilo coloquial, de conversación que caracteriza a la radio. La estructura del noticiario debe ser un producto atractivo y que motive a ser escuchado hasta el final.

“Se puede organizar el noticiario al estilo tradicional, dividiéndolo por unidades de información: locales, internacionales, políticas, deportivas; etc.”

(Borja, s/f, p.34)

2.14.2.3. Edición

Criterio periodístico

Trata de valorizar la información de acuerdo a lo que se piensa que es noticia, y de interés al ciudadano. El criterio periodístico abarca sobre:

- **Actualidad.** Cuanta más actualidad exista, mejor. Resulta importante para su edición. Hay que desarrollar el criterio para saber encontrar lo central de la información, lo más llamativo.
- **Línea periodística.** Se trata de un informativo serio, que se tomará en cuenta detalles, que otros de carácter sensacionalista.

Se frecuenta organizar las noticias en bloques: internacionales, nacionales, regionales, estatales y locales; entre otros. El orden de su presentación puede ir desde la categoría de mayor amplitud a la de menos, e incluso puede haber variantes. La emisora decide el orden de acuerdo con los intereses de su audiencia. (Hilliard, 2000, p.125).

Por regular, se transmite primero la historia más importante de cualquier categoría, con el fin de captar el interés del público.

Por tanto, el tipo de público de los informativos radiofónicos, es quién determina orden jerárquico de las noticias. Así, está el que se transmite temprano dirigido a la gente que se prepara para ir a trabajar o quienes van conduciendo su automóvil.

Por ello, antes de las noticias importantes, al público le interesa mucho un resumen de las historias principales del día anterior, el estado de tiempo, condiciones de tránsito y un anticipo de los sucesos que se esperan durante el día, incluso el seguimiento de un evento actual. En ello, podemos incluir la tarea que cumplen los boletines informativos. (p.125)

Criterio técnico

Calidad. Un material que reúna una adecuada calidad para condicionar una limitada recepción. Esto se refiere en cuanto a grabaciones, pues en la medida que la tecnología se desarrolla, el oyente se vuelve más exigente. También está la utilización del teléfono y las unidades móviles.

Pautas

- **Tiempo**
 - La duración a cada material debe ir acorde a la duración del informativo. Por ello, los informes deben ser breves, y las entrevistas también deben ser reguladas.
 - Índice de edición. Esto sirve para orientar a la salida al aire de cada unos de los materiales logrados.

2.14.2.4. Salida al aire

Antes de la salida al aire se debe revisar la música, a la cortina que identificará al informativo.

Aquí se decide, si la locución de las noticias será de una o dos voces. Generalmente, se utiliza una voz masculina o femenina. La de dos voces suele ser bastante motivadora.

También ingresa el rol del director, quien debe orientar al programa y tomar decisiones, como alterar el orden de las noticias, o decidir cuando se presenta algún imprevisto. Por otro lado, el productor efectuará las coordinaciones del caso y monitorear la salida al aire para asegurarse que los radioescuchas recibirán una señal de óptima calidad. (p.127).

Finalmente, la producción radiofónica implica tener un profundo conocimiento del medio, de las características y condicionamientos del canal radiofónico. Asimismo, al realizar cualquier producto radiofónico se debe tener creatividad y originalidad para otorgar valor a la producción radiofónica, que logrará atraer la atención del oyente.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Objeto de estudio

La presente investigación plantea como objeto de estudio la producción de un programa piloto de boletín informativo radiofónico que será propuesto en la programación de una emisora de cobertura regional en Lambayeque.

El boletín informativo está basado según los gustos y preferencias de radioyentes de la región, los cuales fueron investigados a través de la ejecución de encuestas y grupos focales. De esta manera, se determina un perfil concreto del público objetivo. Para la elaboración del boletín informativo radiofónico se ha tomado en cuenta el uso de técnicas de producción como la redacción, el criterio periodístico para el contenido noticioso, mensaje informativo, la locución y la estructura, musicalización, edición y estilo; cuyas

técnicas de producción son expuestas en las entrevistas realizadas a especialistas en el Periodismo radial.

La recolección de datos y análisis de los instrumentos de investigación, servirá en la producción de un boletín informativo radiofónico, que además se convertirá en una realización de boletines informativos radiofónicos en Lambayeque.

3.2. Características de la investigación

La investigación de la tesis partió desde un enfoque Cualitativo; de perspectiva Fenomenológica, pues es evaluar y modificar contenidos ya presentados; luego lanzar aportaciones para tal contexto. De acuerdo a su función la tesis es Propositiva.

3.3. Selección de escenario

El escenario de la investigación fue la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo y, una muestra de oyentes de los distritos de Chiclayo, La Victoria y José Leonardo Ortiz, los cuales, por su geografía son los más representativos de la región de Lambayeque.

3.4. Selección de participantes

Los participantes fueron personas de los tres distritos ya mencionados, los cuales fueron seleccionados con la colaboración de la estadística, Sandra Loayza Chumacero.

Además participaron estudiantes, trabajadores dependientes e independientes, docentes universitarios que gustan por escuchar boletines informativos radiofónicos, y que a través de éstos optan por mantenerse actualizados con la información noticiosa.

3.5. Determinación de la muestra

Población

Para la aplicación de encuestas y grupos focales se consideró así:

La población está constituida por los oyentes de radio de la región Lambayeque que se encuentran dentro de la edad legal. Es la cantidad de habitantes según el último Censo de vivienda, realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Los 3 municipios más poblados del departamento de Lambayeque son:

LAMBAYEQUE: DISTRITOS CON MAYOR Y MENOR POBLACIÓN, 2010 (Miles)	
Con mayor población	Con menor población
• CHICLAYO 282,0	• OYOTUN 10,3
• JOSE LEONARDO ORTIZ 178,9	• LAGUNAS 10,0
• LA VICTORIA 85,2	• PICSÍ 9,6
• LAMBAYEQUE 70,6	• ILLIMO 9,5
• MORROPE 43,1	• PUCALA 9,5
• OLMOS 39,5	• PACORA 7,2
• PIMENTEL 37,5	• MANUEL ANTONIO MESONES MURO 4,4
• FERREÑAFE 34,8	• NUEVA ARICA 2,5
• MONSEFU 31,9	• ETEN PUERTO 2,3
• TUMAN 30,0	• CHOCHOPE 1,2

Fuente: INEI – Perú: Proyecciones de Población 2010.

Muestra

Para determinar la muestra receptora de noticieros o boletines radiofónicos, se tomó un porcentaje a escala respecto a la población total de la región Lambayeque, con el mayor número de habitantes que son los que viven en Chiclayo, seguido de los pobladores del distrito de José Leonardo Ortiz y de La Victoria, según el último censo 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Información.

La muestra representativa avalada por la estadística Sandra Loayza Chumacero, fue de 200 habitantes distribuidos entre los tres distritos mencionados, conformada por profesionales, estudiantes, trabajadores independientes y dependientes, amas de casa y jubilados. Esta muestra se utilizó a través de la aplicación de encuestas, con el fin de conocer los gustos y preferencias para los boletines radiofónicos.

Después de realizada la encuesta, se seleccionó a 9 personas, quienes participarían de dos grupos focales. En un grupo focal se despejó con más claridad y detalle sobre el diagnóstico realizado en la encuesta.

3.6. Estrategias de recogida de información

Para desarrollar el proyecto de investigación, entre los instrumentos a utilizar fueron:

- Seis entrevistas
- 200 encuestas
- Dos grupos focales.

3.7. Características de los instrumentos

El primer instrumento fue hacer entrevistas a personas especializadas en el periodismo y redacción radial, conocedores sobretodo de la elaboración de boletines informativos radiofónicos.

El segundo instrumento fue aplicar las 200 encuestas a los tres distritos más poblados de la región Lambayeque: Chiclayo, La Victoria y José Leonardo Ortiz. Con el fin de realizar un diagnóstico sobre sus gustos y preferencias, según la muestra validada por la estadística.

El tercer instrumento fue realizar grupos focales con 9 personas. En esta ocasión fueron dos grupos focales: el primero fue para diagnosticar más detalladamente los gustos y preferencias de los radioyentes y, el segundo fue para presentar el programa piloto de boletín informativo radiofónico. En el segundo grupo focal se tuvo la participación de una especialista radial para su intervención profesional a la presentación de la propuesta.

Entrevistas

Para la investigación y propuesta se realizaron seis entrevistas a profesionales del área de radio que laboran en la emisora nacional RPP Noticias. Se les formuló un cuestionario de preguntas con la finalidad de conocer de cerca y profundamente la elaboración de sus boletines informativos radiofónicos y su trabajo en sí para la radio. Asimismo, la información recolectada sirvió como sustento para la propuesta y material de apoyo para la bibliografía, ya que los entrevistados manifestaban muy claramente el estilo de redacción en la radio.

A ciertos entrevistados se les realizó las mismas preguntas por igual, mientras que con otros se cambió según el cargo o la experiencia que tiene cada uno de ellos como profesional. **(Ver Anexos N° 2-7)**

Encuestas

Se elaboró un cuestionario con el fin de conocer los gustos y preferencias de los radioyentes de boletines informativos. **(Ver Anexo N° 8).**

Se realizaron un total de 200 encuestas:

- 100 encuestas al distrito de Chiclayo, por estar allí la mayor población.
- 50 encuestas para el distrito de José Leonardo Ortiz
- 50 encuestas a la población del distrito de La Victoria.

Después, la información recolectada ha sido procesada a través del programa informático Microsoft Excel para la elaboración de cuadros y gráficos respectivos, y así poder medir en porcentajes las variables de la investigación.

De esta manera, se presenta un estudio comparativo y un estudio observacional – descriptivo porque a través de la encuesta aplicada se ha diagnosticado los gustos y preferencias de las personas de cada uno de los tres distritos en forma independiente.

Asimismo, esta recolección de datos se denomina *Descriptivo transversal* porque se ha realizado en un momento determinado, siendo el 15 de septiembre de 2011. Además, es de tipo de *Diseño experimental* porque no hay una variación de variables o manipulación de información.

Grupo Focal

Se realizaron en total dos grupos focales:

El **primer grupo focal** fue para diagnosticar de forma cualitativa y profundamente sobre las preferencias de los oyentes de boletines informativos radiofónicos, con aportes sustentados y específicos. Para lograrlo, se reunieron a 9 personas, entre profesionales, trabajadores dependientes e

independientes y estudiantes que respondieron a un cuestionario de preguntas. Y luego se intercambió sus propias preferencias. Con las respuestas respectivas, se ha podido elaborar la propuesta de Boletín informativo radiofónico. **(Ver Anexo N° 9)**

En el **segundo grupo focal**, las personas de la reunión anterior y otras más, se agruparon; pero esta vez para escuchar un programa piloto y dar sus opiniones respecto a la producción del boletín informativo propuesto. De esta manera, se estaría ofreciendo un trabajo de investigación que pueda servir de modelo para la producción de boletines informativos radiofónicos. **(Ver Anexo N° 10)**

3.8. Técnicas de análisis de la información

Para las entrevistas a los especialistas radiales de RPP Noticias, se utilizó un grabador de voz; luego estas entrevistas fueron transcritas en Microsoft Word y organizadas por preguntas, y cada una con su correspondiente cuadro para una mejor visualización y orden para el análisis.

Los datos que resultaron de las encuestas fueron procesadas en el programa Microsoft Excel y, se sistematizaron para obtener cuadros y gráficos estadísticos que posteriormente fueron interpretados.

Los dos grupos focales fueron grabados en una cámara de vídeo, después, lo discutido y aplicado en ambas reuniones también fue transcrito en el procesador de textos de Microsoft Word. Los datos son organizados en cuadros.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Entrevistas a especialistas en informativos radiofónicos

Análisis de entrevistas

Las siguientes entrevistas fueron realizadas los días 22 y 23 de septiembre de 2011, aplicadas a seis profesionales que trabajan en la emisora nacional Radio programas del Perú (RPP Noticias). Entre ellos:

Periodistas	Leyenda	Ver Anexo
Miguel Humberto Aguirre Guajardo	(M.H.)	N° 2
Yamil Abusabal Cervera	(Y)	N° 3
Roberto Silva Rodríguez	(R.S.)	N° 4
Juan Miguel Soto Villoslada	(J)	N° 5
Rocío Vicente Llerena	(R.)	N° 6
Grimanesa Falcón Sánchez	(G)	N° 7

Las entrevistas fueron requisito principal en la investigación para llevarse a cabo la producción de la propuesta del boletín informativo radial.

Asimismo, sus aportes valieron como guías para la elaboración profesional de la propuesta, y de esta manera se pueda brindar a los radioescuchas un producto de calidad con la emisión de una producción radial especializada.

Por su trayectoria periodística y ser los pioneros en el género informativo se ha tomado como referencia a las producciones de RPP Noticias como El Gran Resumen de la hora y Los Titulares, cada uno presentado a la hora y cada media hora, respectivamente; son micro noticieros, técnicamente llamados boletines informativos radiofónicos. Son de un formato internamente estándar-común con la cobertura nacional, local, internacional y deportiva. Resultado que les caracteriza por la instantaneidad, brevedad y veracidad en cuanto al contenido noticioso.

El Gran Resumen de la Hora de RPP Noticias, formato que se lleva emitiendo desde la década de los ochenta, ha evolucionado en cuestiones tecnológicas y de redacción, cada vez utilizando un lenguaje más simple, eliminando palabras complicadas para que los oyentes puedan entender la noticia, así aseguró el editor periodístico Yamil Abusabal Cervera.

Según los periodistas radiales de Radio Programas del Perú (RPP Noticias), afirman que la buena redacción es importante para lograr una efectiva locución, que a veces es locutada por una o dos voces, sea de varón o mujer.

El uso de la pirámide invertida es su herramienta principal para la presentación de sus boletines. La técnica responde aunque sea a las tres grandes preguntas del qué, quién, cuándo, y si es que se quiere dar más datos se sigue aplicando el criterio de redacción de las 6W (seis preguntas) de la noticia.

La información a brindar es de interés general y de actualidad. Para su presentación tiene el criterio periodístico. El redactor sabe cómo y por qué presenta la nota informativa, y sabe también, qué prioridad y estilo darle en el boletín informativo radiofónico. Es información que pretende llegar a la expectativa de apreciación y utilidad para el oyente.

“Directo en directo”. Los reportes en vivo de RPP Noticias es lo más conocido dentro de su boletín, los cuales hacen que la información se presente más atractiva para el oído e imaginación del público. Basta en transmitir cada reporte en tan sólo un minuto o minuto y medio, suficiente para dar a informar con responsabilidad a la audiencia.

El Gran Resumen de la hora y Los Titulares, ambos tratan a noticias recién presentadas, pero su gran diferencia está en la duración de cada uno. El primer Gran Resumen emitido en la hora en punto es de 5 a 7 minutos con información un poco más ampliada; el segundo, emitido a la media hora es de 2 minutos, al estilo flash, siempre con información nueva. RPP Noticias tiene notoriedad por el servicio constante de mantener al tanto al radioescucha.

Algunos de los principales aportes que se identificaron en las entrevistas son:

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>1. ¿Cuál es el criterio periodístico para la selección de información para el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?</p>	<p>M.H.: Nosotros tratamos de dar las noticias que el público quiere. Somos un medio reacio al publicar noticias que tengan que ver con hechos delictivos, todo el mundo las dan y, uno también tiene que darlas; pero no somos la crónica roja. Pretendemos que la gente se informe y que sepa que es lo que está pasando en el país.</p> <p>Y.: En el criterio periodístico, primero que sea de interés general, que es un criterio estándar, común. Le damos más prioridad a las noticias políticas y las noticias relacionadas al servicio, al tema de salud, de educación, de seguridad.</p> <p>J: Es información de actualidad, o sea tenemos que estar atentos de lo que ocurre día a día.</p> <p>R: El criterio periodístico es según la importancia de la noticia. En un momento puede tomar valor una noticia a nivel internacional, lo que va saliendo por la radio, por la televisión y en las páginas web.</p> <p>G: El criterio, depende o varía con el día, con la noticia del día.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>2. ¿Cuáles son las reglas de redacción de las noticias presentadas en el boletín informativo radiofónico o Gran Resumen de la Hora en RPP Noticias?</p>	<p>M.H.: Una noticia en RPP, no tiene más de 5 ó 6 líneas, salvo si es muy importante tiene 6 líneas; pero se hace en 2 ó 3 bloques para que haya juego entre las voces de los locutores.</p> <p>Y.: Evitamos textos muy largos para que la gente no se canse. Ese es uno de los criterios que utilizamos para transmitir nuestras noticias.</p> <p>R.S.: Básicamente, en radio se utiliza la coma y el punto. Los párrafos tienen que ser cortos, una sola idea por párrafo. Evitar muchas comas. En titulares, en promedio tienen que ser unas 2 líneas para que el oyente determine una idea y los locutores no se enredan en el momento de leer.</p> <p>J: En radio la información tiene que ser muy directa, sin rodeo, es muy breve y rápida.</p> <p>G: Es invertido, empiezan con el suceso directo. Nosotros trabajamos con un Sistema que se llama News, que es casi como una carilla. Todo con mayúsculas para que el locutor pueda leerlos bien y con acentuación.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>3. ¿Utilizan la pirámide invertida? ¿la recomienda para la redacción periodística en radio?</p>	<p>M.H.: Se usa la pirámide porque la gente muchas veces no tiene el tiempo de escuchar la noticia entera. La noticia en radio, no tiene que ser muy larga.</p> <p>Y.: Sí, se utiliza porque necesitamos transmitir la mayor cantidad de información en pocas palabras, en pocos párrafos, no tenemos posibilidades en radio de explayarnos mucho, de redactar mucho. La pirámide invertida, yo sí la sugiero, y se utiliza.</p> <p>R.S.: La pirámide invertida tiene la</p>

	<p>ventaja de ser el sistema más sencillo para que la gente entienda la nota porque en el primer párrafo se le da la principal información y después ya se va desagregando.</p> <p>J: Claro, digamos es el conocimiento de todo periodista que la información más importante es descendiente, de lo más a lo menos importante.</p> <p>R: Sí, se sigue sugiriendo.</p> <p>G: Si, las tres W de la redacción en radio.</p>
--	---

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>4. ¿Siempre han tenido el mismo estilo? ¿de qué manera ha evolucionado (quizá en cuanto a lo técnico, producción y redacción) al menos desde el tiempo que usted labora en radio)?</p>	<p>M.H.: Se han aumentado, siempre han quedado más cortitos, los hacíamos de una o dos carillas.</p> <p>Y.: Si en algo ha evolucionado es en los tiempos y en el lenguaje. Se busca utilizar un lenguaje más simple, ese es uno de los principios de la redacción. Se ha trabajado mucho eso de eliminar mucho las palabras complicadas para que la gente nos pueda entender, hacerlo en la menor cantidad de palabras posible.</p> <p>R: Básicamente lo que hemos realizado ya, es aprender a trabajar para diferentes medios porque se ha trabajado con el mismo personal que teníamos en radio, los reporteros, las jefaturas; se ha sumado más personal.</p> <p>J: Sí, se ha ido mejorando la redacción. Aparte, hasta en cuestión de tecnologías porque hasta en algunos años trabajábamos en máquinas de escribir, teníamos los teletipos, luego máquina eléctrica. Ahora hemos llegado a la computadora.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>5. ¿Cuál es la estructura del boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?</p>	<p>Y.: <i>El Gran Resumen de la Hora</i>, consta más o menos de unos 20 titulares de 2, 3 líneas cada uno; ó 4 si es demasiado importante. Tiene bloques que primero se inicia con el tema más importante pero del ámbito local o político, luego información de provincias, información internacional e información deportiva.</p> <p>R: Dependiendo. Generalmente política, pero si hay algo fuerte en el interior del país, esa noticia es la más importante la que consideramos.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>6. ¿Cuántas secciones o bloques tiene el boletín informativo o El Gran Resumen de la Hora? ¿Cuáles son? ¿siempre se consideran las mismas? ¿el orden es siempre el mismo?</p>	<p>Y.: Se puede alterar ese orden si es que la noticia realmente lo amerita. Perú clasificó el mundial, obviamente vamos a empezar con el resumen, con la clasificación de Perú, pero si simplemente ganó un partido amistoso, va a ir en el bloque deportivo, en su sitio.</p> <p>R.S.: Se da de acuerdo a la importancia. De hecho lo principal es lo que ocurre en el país, la noticia local, la noticia política, también puede ser deporte. Si Perú ganó un tercer lugar en la copa, no hay un orden específico, depende de la importancia de la información.</p> <p>J: Son tres bloques que tiene un resumen de hora: el bloque de noticias nacionales, internacionales y deportes. Ahora, en el bloque de notas nacionales los otros son nacionales enviadas por reporteros, corresponsales y notas que vienen por nuestras fuentes indirectas.</p> <p>R: En mi hora son 2 bloques, dos párrafos, uno más si es que es muy importante, da para 3 bloques y hasta para 4.</p>

	G: En El Resumen de la hora, hay tres secciones claras: nacionales, internacionales y deportes.
--	--

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>7. ¿Cuántos despachos puede haber en el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora? ¿Qué duración aproximada debe tener?</p>	<p>M.H.: Según la calidad de la noticia. Si la noticia es intrascendente no, si la noticia es trascendente va, y en la ampliación de un titular también va. Es según la importancia de la noticia, para eso no hay ley.</p> <p>Y.: Depende del editor de turno. Él ve, si son varios los reportes, lo que hace es repartirlos, primero lo sacan a las 11 y luego lo sacan a las 11 y cuarto, 11 y media. Ya depende del criterio del editor, tampoco pueden ser tantos porque el tiempo avanza y hay duración que se tiene que respetar, comerciales, publicidad.</p> <p>J: El despacho que cree conveniente el reportero que está en la calle, no está pauteado porque nadie sabe en qué momento va a haber una noticia. Se recomienda que cuando el despacho es importante, que los despachos vayan a las medias horas.</p> <p>R: Normalmente, son 2 ó hasta 3, porque los productores de los programas reclaman su hora, si es que se pasan de la hora les cortan el programa.</p> <p>G: Yo he escuchado hasta 4 despachos. Depende, es variable porque cada reportero tiene sus tiempos, es más cuando el reportero se pasa, lo cortan.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>8. ¿Cuál es la duración recomendada para el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?</p>	<p>M.H.: Máximo 8 minutos con la presentación, los avisos o alguna grabación y los enlaces en vivos.</p> <p>Y.: <i>El Gran Resumen</i> tiene un tiempo aproximado de 5 minutos exagerado, entonces el editor tiene que jugar con ese tiempo y no pasarse, entre leer titulares y despachos.</p> <p>J: Entre 5 ó 7 minutos un resumen horario.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>9. Dentro de la estructura en el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora ¿A qué se le da más prioridad?</p>	<p>M.H.: Si está jugando la selección, la noticia de la selección es más importante. Si está el viaje del presidente, si hay un accidente va lo del accidente. Todo de acuerdo a la noticia. A los titulares se les pone un fondo musical, luego no tanto con la música como ambiental.</p> <p>Y.: El caso de El Gran resumen de la hora, el titular es lo más importante, es la información que se transmite, lo demás es secundario, el tema de la música de fondo.</p> <p>R: Generalmente, se considera política, a no ser que Perú haya ganado el mundial.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>10. ¿Consideran similar el espacio del boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora y el de Los Titulares? ¿por qué?</p>	<p>M.H.: En <i>Los Titulares</i> es más chico, el otro tiene más títulos; y el de la media hora son sólo 2 minutos y medio, hasta 3 minutos.</p> <p>Y.: En caso de media, la recomendación es 10 titulares, los redactores, los que titulan saben de esa regla. Ahora, no siempre la cumplen, pero esa es la regla: 20 en horas y 10 en media.</p> <p>R.S.: El Gran Resumen de la Hora, es más largo al inicio de cada hora, tiene 20 temas y pueden tener hasta 2 ó 3 “loc”, que es cada 2 líneas; o sea cada “loc” lee un locutor, y lo que salen cada media hora son los resúmenes informativos que son más breves, las medias horas deberían ser un “loc” por tema, no abarcar más de una página.</p> <p>J: Si hay una diferencia. En el titular se utilizan los resúmenes demasiados cortos. Una relación de titulares salen en 2 minutos, un resumen horario como es una especie de micronoticiero de 5 ó 7 minutos, la nota es más completa, en <i>Los Titulares</i> son demasiados cortos.</p> <p>R: En los titulares de media hora, son un párrafo de cada noticia porque en los de media hora valen 10 titulares, entre noticias internacionales, locales e incluso deportes. Yo tengo 20.</p> <p>G: En la cantidad. En <i>El Gran Resumen</i> se ponen 20 titulares, ponemos 12 nacionales, 4 internacionales y 4 deportes. En el de media hora, tendría que haber 6 nacionales, con políticas, espectáculos, con todo combinado; 2 internacionales y 2 de deportes.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>11. ¿Cada qué cierto tiempo (horas) tienen que estar actualizados los titulares que ustedes presentan?</p>	<p>M.H.: De acuerdo como se vayan produciendo, si hay noticias nuevas, hay que ir incorporándolas a los titulares, y los que estaban arriba van bajando.</p> <p>Y.: Llega información internacional minuto a minuto, es decir no se deberían repetir, digamos los titulares de 10am a los de 11am, pero sí se pueden repetir los más importantes. Tiene que haber información nueva.</p> <p>J: Permanentemente cada hora. Si a mí me toca hacer un resumen de las 4, obviamente a las 5, se amplía, se mejora, se van incorporando cosas, van cambiando varias cosas.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>12. ¿Alguna radio es competencia con usted respecto al trabajo que realizan en el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?</p>	<p>M.H.: Yo creo que la diferencia está en la calidad cómo tú haces, en la redacción y la presentación; pero casi todos hacen lo mismo en las horas, en las medias horas, en las cuartas horas.</p> <p>Y.: La última competencia “fuerte” era CPN, aunque ya desapareció. Ahora radio La Karibeña de Lima que brinda información, pero todavía está en “pañales”, el cual no podemos considerarla todavía competencia. RPP no tiene una competencia tan directa en ese formato.</p> <p>J: Creo que no tenemos competencia hoy, hasta hace algún tiempo había competencia que era CPN.</p> <p>R: Por ahora, ninguno.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>13. En cuanto a la redacción de un boletín informativo radial ¿Qué elaboración sugiere? Características.</p>	<p>M.H.: Lo más claro posible, lo más corto porque la gente no pone atención a tanta nota y noticias.</p> <p>J: Hay que utilizar un lenguaje sencillo, sin palabras rebuscadas, por lo que se trata de que el mensaje llegue al oyente, al público receptor, debe llegar el mensaje correctamente.</p> <p>R: Es para un nivel no tan bajo, no se puede utilizar jergas. Salvo que lo diga un entrevistado que redacte entrecomillas y negrita, para que de esa manera el locutor se dé cuenta que nos es propio del titular, sino que es del entrevistado.</p>

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>14. Para el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora ¿a quién se considera público objetivo? ¿cuál es el perfil de él?</p>	<p>M.H.: Todo el público que escucha radio programas. Todas las noticias van dirigidas a los oyentes de radio programas que quieren estar informados o que quieren saber que está sucediendo en este momento. Pensar que la gente que escucha radioprogramas, quiere resumen y sabe lo que está pasando. Tienes a jóvenes o viejos. Ahora, el auditor de radioprogramas es de 25 años para arriba, en todo el país.</p> <p>Y: Nuestros oyentes principales es un público adulto, a partir de los 30 ó 35 años es el público mayoritario. En realidad, la idea es que la información sea escuchada por un niño, joven, adulto o gente que en ese momento prendió la radio. Con el lenguaje sencillo, puede ser escuchado por cualquier persona, de</p>

	<p>cualquier edad pero en realidad el público objetivo es mayor de 30.</p> <p>Si hay una información importante para un público menor, se va a transmitir. Derrepente, viene un cantante que es ídolo de los niños, y si es importante se titula porque es una noticia que es de interés.</p> <p>J: Todos. Llega para todos, no hay diferencia.</p> <p>G: Nuestro público objetivo no lo sé; pero si hay público. El perfil del público de RPP es el A, B y sobretodo jubilados. Son los adultos mayores.</p>
--	---

PREGUNTA	ENTREVISTADO
<p>15. Para el oyente y para la radio, ¿qué tan efectivos han sido o son el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares?</p>	<p>M.H.: Los oyentes a cada rato saben que los resúmenes están por la hora. Para la radio, nosotros entregamos lo mejor, los que tienen que contribuir son los oyentes, si ello tiene gran sintonía ellos son los que califican, nosotros sabemos que estamos haciendo una cosa y ellos escuchan. No sabemos si lo consideran bueno o malo.</p> <p>Y: Según estudios y los propios programas cuentan que la gente no escucha la radio todo el día. En la mañana prende para escuchar el noticiero, se pone a trabajar, está en constante movimiento, entonces para nosotros es muy importante el tema del resumen de la hora y la media hora porque mucha gente en el taxi o en la calle pone la radio en ese momento para enterarse qué ha pasado en el día. En el día o en la tarde con más razón porque los noticieros son a ciertas horas, no hay noticieros a las 24 horas. Yo quiero saber que está pasando en el país, en el mundo en estos momentos y no tengo Internet u otros medios, pongo la radio pero no hay noticiero ahorita, derrepente está dando un programa de</p>

	<p>salud, qué hago, cómo me informo, y digo que a la hora hay un resumen de noticias y allí me voy a enterar, no voy a esperar hasta que llegue el noticiero de la noche para saber lo que ha pasado.</p> <p>El tema de los titulares de las medias y de las horas es un medio fundamental para que la gente sepa en cualquier momento de lo que está ocurriendo. Tú estás en tu carro manejando a las 4:30 de la tarde y a las 4:29 quieres saber que cosa ocurrió, pones 4:30 RPP y escuchas los titulares; ya estás informado porque ya no tienes que esperar que llegue el noticiero a las 6pm o hasta llegar a tu casa para ver el noticiero alas 10 de la noche en el canal de televisión; etc.</p> <p>La radio te da la ventaja de mantenerte informado en las 24 horas, en cada instante, esa es la gran ventaja que tenemos como emisora, y la gente lo toma muy en cuenta, generalmente en el día se conecta y se entera por RPP, si es que ha sucedido algo importante como un sismo o un temblor, va a RPP, y lo va a colocar a la media para saber que ha ocurrido. De esta manera, es súper efectiva de llegar a la gente que está apurada, que está en constante movimiento, en constante ir y venir. Ponen RPP en el momento que quieran.</p> <p>En otras radios del grupo, en otras emisoras lo hacen. Aquí en Lima lo hacen, pero como RPP no hay ninguno.</p> <p>R: Para la radio, según los dueños son muy importantes. Y para los oyentes, según Jesús Miguel, nuestro jefe, dice que en una encuesta hay gente que no te escucha la radio; pero calculan la hora y solamente escuchan los titulares de hora y eso es suficiente con eso se informa.</p> <p>G: Son muy efectivos. Fíjate que antes que hubiera la sección de tránsito en RPP, nosotros voceábamos “A esta hora está congestionado el tránsito en tal lugar”... a partir de los titulares se da</p>
--	---

	<p>la sección del tráfico porque te ayuda es efectivo e instantáneo. Inclusive hasta ahora, en el tránsito, está siendo abocado netamente Lima, pocas dicen noticias del interior; recién las están tomando. Para nosotros: “Atención señores conductores, está siendo marginado el tramo 224 de la carretera marginal de la Selva”, y salen titulares por A o B, y hay N paros todos los días tiene bloqueos, la marea alta. Hoy día está lloviendo, por ejemplo le ponemos: “esta hora en Lima se registra una ligera llovizna”, porque hay gente que viaja acá, entonces es necesario.</p>
--	---

Discusión de resultados de entrevistas

Los entrevistados de Radio Programas del Perú (RPP Noticias), denominados titulares o redactores de los boletines informativos radiales más sintonizados a nivel nacional como El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares, manifestaron que para la producción de estos boletines radiofónicos, ellos toman en cuenta “un buen criterio periodístico con el uso de la información noticiosa, que no solamente es cuestión de presentar una información de último momento, sino que se trata que la información sea de gran interés general para el oyente, si hay información que hay que emitir, se cumple sin exagerar en los datos”.

Las entrevistas permitieron cumplir con uno de los objetivos de la investigación que es ofrecer un trabajo de investigación que pueda servir de modelo para la producción de boletines informativos radiofónicos. Las respuestas fueron el eje primordial para la producción radiofónica especializada del boletín radial.

Los boletines informativos de RPP Noticias tienen como prioridad a emitir noticias sobre política que son parte del acontecer nacional, seguidas de informaciones locales.

El boletín radiofónico puede tratar sobre un programa que tiene un título propio, con lo que se independiza del resto de la programación y establece su propio estilo. Se le dedica una atención preferente, únicamente a la noticia más relevante. Los bloques de información son mucho más flexibles que en los diarios hablados. (Reyes, M. & Vorher, V, 2003, p. 29).

Los entrevistados dijeron que los boletines informativos de RPP Noticias, tienen una estructura estándar, común; empezando con la sección de noticias nacionales, internacionales y deportes. Sin embargo, este orden a veces puede alterar según la importancia de la noticia, valiéndose siempre de la actualidad.

Se frecuenta organizar las noticias en bloques: internacionales, nacionales, regionales, estatales y locales; entre otros. El orden de su presentación puede ir desde la categoría de mayor amplitud a la de menos, e incluso puede haber variantes. La emisora decide el orden de acuerdo con los intereses de su audiencia. (Hilliard, 2000, p.125).

La prensa escrita no es la única que utiliza la pirámide invertida. En RPP Noticias, también aún la utilizan para dar énfasis a la difusión de la información actual y para generar atención del oyente; así comentaron los entrevistados. Además, ellos confirmaron y recomendaron aplicarla, aunque sea con tres de las seis preguntas de la redacción periodística: el qué, el quién y el cuándo. Esto denota que sus titulares son de encabezamiento sencillo, que:

Es el más simple y breve. Por lo tanto, es el más directo, aunque pueda parecer insuficiente. Es aquí, en donde se halla una sola frase, abarca el qué, el quién y el cuándo. (Jaime Bausate y Meza, Periodismo radial, 2007, pp.17-20).

En cuanto a la redacción en El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares, los redactores prefieren que las noticias o titulares sean los más cortos y claros posibles para sus oyentes, con la ayuda del correcto uso de los signos de puntuación para las pausas en su locución. Ellos expresaron que esto ha sido

parte de la evolución del trabajo en la radio, cada vez se han esmerado por presentar una información de calidad original a través de un lenguaje sencillo, y tan sólo en una emisión de un corto tiempo.

Los periodistas radiales manifestaron que por lo general, la duración de cada reporte no tiene que exceder a los 2 minutos, ya que se necesita presentar una información estándar y común.

En la investigación de tesis de Velezmoro dice “los despachos no deben ser largos, no deben pasar de minuto y medio, esto bastará de uno o dos párrafos de información y una corta entrevista de una o dos preguntas” (2002, p.46).

Los entrevistados indicaron que en el boletín radiofónico puede haber entre dos a cuatro reportes, el cual depende del editor de turno. De esta manera, el boletín se siente más ameno, ya que no sólo comparte locuciones sino, enlaces en vivo. Esto permite presentar con agilidad la emisión del boletín.

Los redactores o titulares de RPP Noticias, sugirieron que la duración del boletín debe tener un aproximado de cinco a siete minutos. Por tanto, los boletines de RPP Noticias se pueden denominar como boletines horarios:

Tratan sobre la duración de varias noticias en las programaciones de reconocidas radios que acostumbran transmitir el resumen de cada hora y en la hora, se nombran más como ‘resúmenes de noticias’, que son de cinco a 10 minutos, es decir tienen tiempos de difusión muy variables y forman parte de difusión muy variable. En este espacio aprovechan el tiempo mínimo necesario para dar un informe suficiente y completo de cualquier noticia importante (Borja, s.f, p. 23).

Las reglas de redacción más usuales en los boletines informativos de RPP Noticias, fueron reveladas por los titulares o redactores de RPP Noticias. Señalan que las notas presentadas en El Gran Resumen de la Hora, cada una, no tiene más de cinco o seis líneas cuando la nota es más importante que otras, lo normal es redactar menos de la cantidad indicada. En cuanto al

lenguaje, toman el suceso directo, con brevedad y sencillez. Además, la redacción es realizada en letras mayúsculas, según ellos indicaron que es para que el locutor logre una mejor lectura.

“No se trata que la audiencia esté solo informada de lo último, sino esté informada con datos de actualidad. De tal forma, que el redactor del boletín debe tener presente los contenidos del último programa informativo”. (Rodero, 2005, p.166).

Por otra parte, la actualidad en los boletines informativos de RPP Noticias, se hizo mención en las respuestas de los redactores de la radio. Ellos informaron que cada media hora están pendientes de lo nuevo en el país o en el exterior. Si dentro del tiempo, salen más datos, de la nota ya emitida antes, entonces se le agrega, y así se presenta la constante actualización de la información noticiosa.

Como era de saberse, los periodistas remarcaron la efectividad de los boletines en el medio radial en general. Ellos dieron énfasis en que el oyente gusta informarse más rápido a través de un boletín radial en unos cuantos minutos, en vez de esperar el turno del noticiero de ese u otro medio, y escuchar su emisión completa de una o dos horas. La producción de boletines es efectiva para la radio y también para los oyentes, quienes gracias a *El Gran Resumen de la hora* y *Los Titulares* RPP Noticias, la radio es pionera en microinformativos y existe una recepción favorable en cuanto a noticia y hora.

4.2. Encuesta realizada en tres distritos de Lambayeque: Chiclayo, La Victoria y José Leonardo Ortiz

Análisis de datos de encuestas

Las encuestas se aplicaron en tres distritos más poblados de la región de Lambayeque: cien (100) para Chiclayo Centro, cincuenta (50) José Leonardo Ortiz y cincuenta (50) La Victoria (**Ver Anexo N°08**); cuyo fin es para conocer los gustos y preferencias de la población en cuanto a su elección y uso del medio radio y también por sus informaciones que éste presenta. Así se estaría logrando el primer objetivo de la investigación que es hacer un diagnóstico previo de la posible audiencia del proyecto del programa piloto. Este instrumento de investigación contó con la colaboración de la estadística, Sandra Loayza Chumacero (**Ver Anexo N°11**).

Del total de encuestados de los tres distritos, en general, se perfila a 51% de radioescuchas de sexo masculino. Entre ellos, un 40% se encuentran oyentes de aproximadamente de 18 a 24 años, seguido de un 31 % que están los de 25 a 40 años de edad, cuyo nivel de instrucción, en su mayoría un 49%, indica que tiene estudios superiores universitarios. Se interpreta que son personas que tienen buen nivel socioeconómico , pues son oyentes que habitan en un espacio acomodado en la ciudad porque muchos de ellos viven en Urbanización o en la parte céntrica de su distrito; además de tener su vivienda construida de material noble, se aprecia un panorama de mejora en cada distrito. Por tanto, son radioescuchas del nivel B, que se encuentran en desarrollo de nivel cultural y demuestran la capacidad de un juicio crítico ante alguna situación plasmada en la sociedad.

El público encuestado, muestra un gran interés por escuchar siempre la radio en el horario matutino (39%), al menos una hora están sintonizando la radio, mientras la mayoría de ellos (64%), van descansando o cuando recién están despertando, preparando o tomando su desayuno antes de salir a trabajar, o,

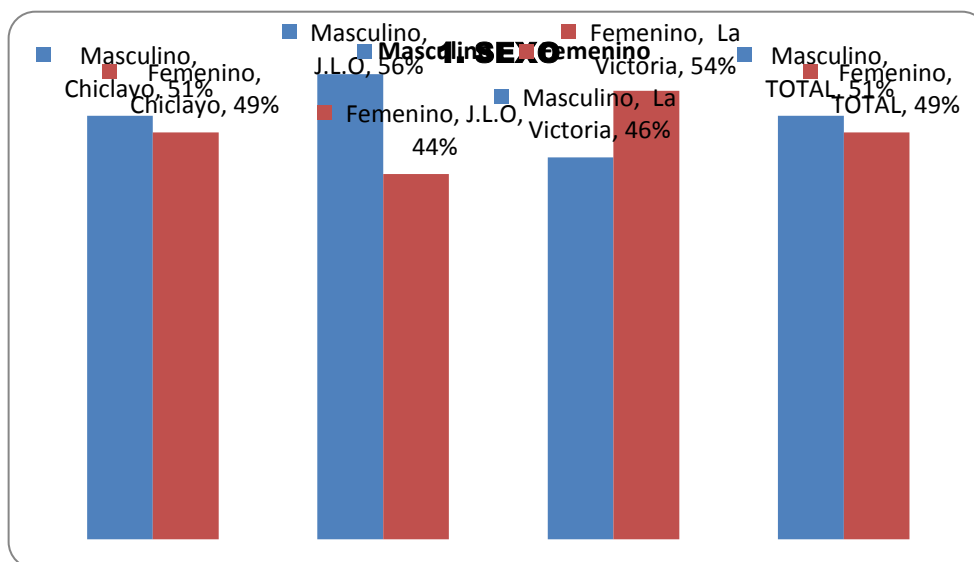
cuando están en la oficina o lugar de trabajo y es aquí en donde la radio es un acompañante más, junto a ellos en su vida cotidiana.

En cuanto a su interés por los boletines informativos radiofónicos, para muchos de los encuestados es fundamental escucharlos en unos minutos. Ellos se pueden informar de las novedades de los últimos acontecimientos en forma breve, concisa y clara a través de titulares o noticias cortas sobre el acontecer actual, temas políticos – nacionales y locales, un 52% respondió así.

Un 47% de la audiencia prefiere escuchar a la pionera RPP Noticias, a nivel nacional para informarse, seguido de un 29% que elige informarse en radio Exitosa noticias, que también ha ocupado un lugar en sus espacios de sintonía, a nivel nacional.

Finalmente los pobladores eligen también a estaciones radiales con programación variada y musical.

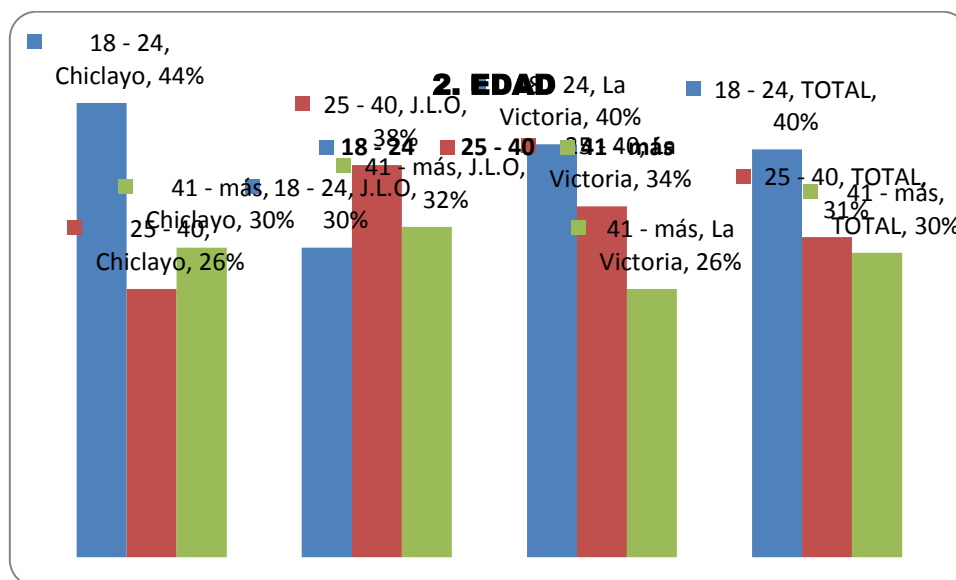
1. SEXO	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Masculino	51	51%	28	56%	23	46%	102	51%
Femenino	49	49%	22	44%	27	54%	98	49%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** El mayor número de encuestados totalizan al **51%** de **varones** (51 personas).
- **J.L.O:** Del total de encuestados en el distrito de José Leonardo Ortiz, el **56% (28)** son de sexo **masculino**.
- **LA VICTORIA:** De las 50 personas encuestadas del distrito de La Victoria, **un 54%(24)** son **féminas**.
- **TOTAL:** Son **51% (102)** de **varones** quienes ocupan el mayor porcentaje del total de encuestados; mientras que un **49% (98)** de **mujeres** son las encuestadas.

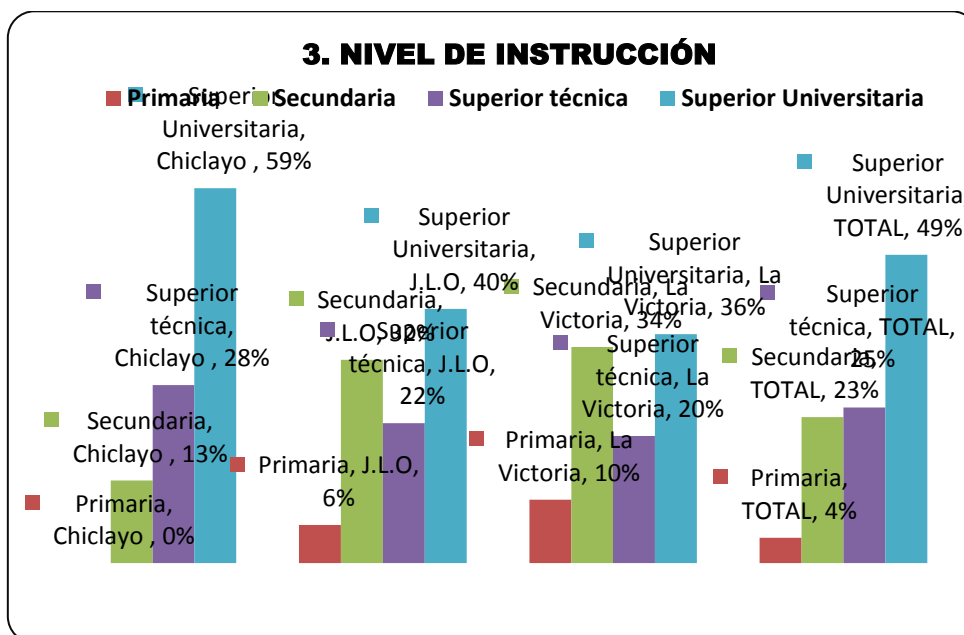
2. EDAD	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
18 - 24	44	44%	15	30%	20	40%	79	40%
25 - 40	26	26%	19	38%	17	34%	62	31%
41 - más	30	30%	16	32%	13	26%	59	30%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** De las personas encuestadas casualmente, un 44% (44 personas) son personas que están entre los **18 a 24 años**, siguiéndole el **30% (30)** de adultos mayores que están entre los **41 años a más edad**.
- **J.L.O:** En este distrito quienes más prevalecen de encuestados son aquellas **personas adultas de 25 a 40 años** con el 38% (19).
- **LA VICTORIA:** La edad de la mayoría de personas encuestadas oscilan entre los **18 a 24 años** en un 40% (20), mientras que el 34% (17) son ya personas adultas de **25 a 40 años**
- **TOTAL:** Del total de encuestados, el **39 % (79)** son personas que tienen entre los **18 a 24 años** de edad, le sigue el **31 % (62)** de personas que tienen entre los **25 a 40 años**.

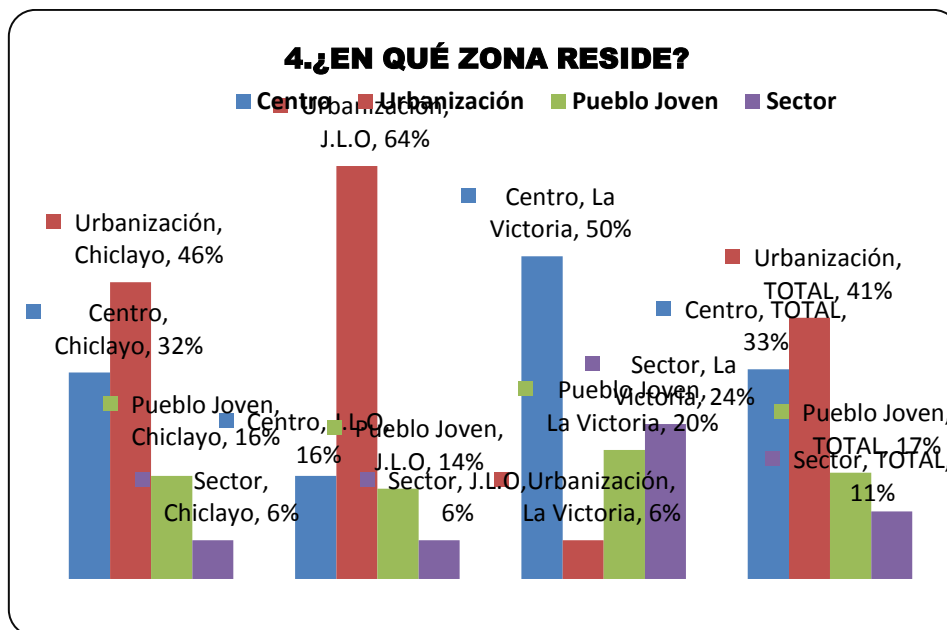
3. NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Primaria	0	0%	3	6%	5	10%	8	4%
Secundaria	13	13%	16	32%	17	34%	46	23%
Superior técnica	28	28%	11	22%	10	20%	49	25%
Superior Universitaria	59	59%	20	40%	18	36%	97	49%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** la mayoría son de alto índice de **educación profesional**. El **59% (59)** indica que tiene **Superior universitaria**.
- **J.L.O:** En el nivel de instrucción el **40% (20)** de encuestados son personas que en su cantidad, tienen estudios **Superiores Universitarios**.
- **LA VICTORIA:** El **36% (18)** son personas que han llegado o llegan al nivel **superior universitario**.
- **TOTAL:** La mayoría de encuestados son personas que tienen o están en **Superior Universitaria**, ellos son un **48% (97)**. Un **25% (49)** llevan **Superior técnica**.

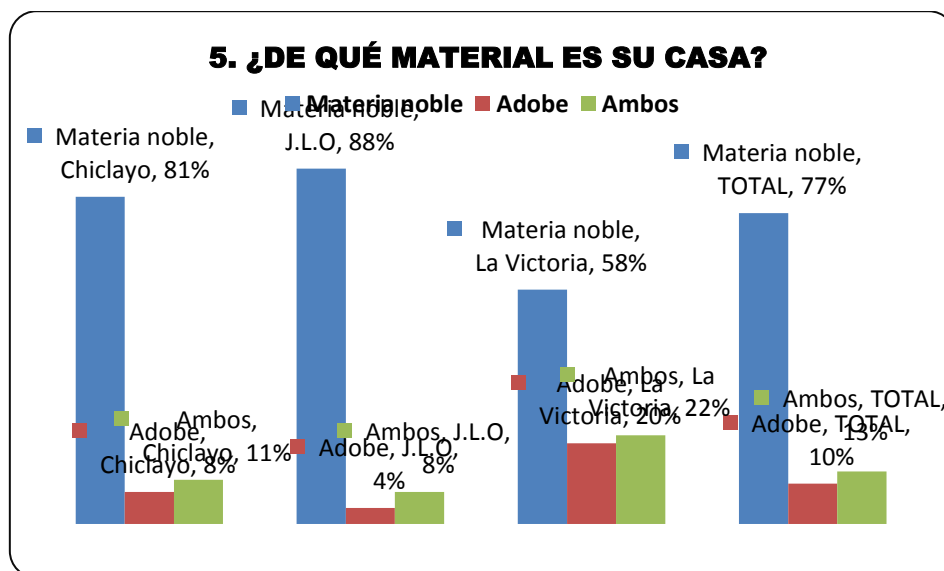
4. ¿EN QUÉ ZONA RESIDE?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Centro	32	32%	8	16%	25	50%	65	33%
Urbanización	46	46%	32	64%	3	6%	81	41%
Pueblo Joven	16	16%	7	14%	10	20%	33	17%
Sector	6	6%	3	6%	12	24%	21	11%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** El **46% (46)** de encuestados son personas que residen en **Urbanización**, **32% (32)** son personas que viven en el **Centro** de Chiclayo.
- **J.L.O:** El **64 % (32)** son aquellas personas que viven en **urbanización**.
- **LA VICTORIA:** La mitad de los encuestados, el **50%(25)** habitan en pleno **Centro** de La Victoria.
- **TOTAL:** El **40% (81)** es de personas que residen en **Urbanización**, el **32%(65)** de los que viven en todo el **Centro de Chiclayo**.

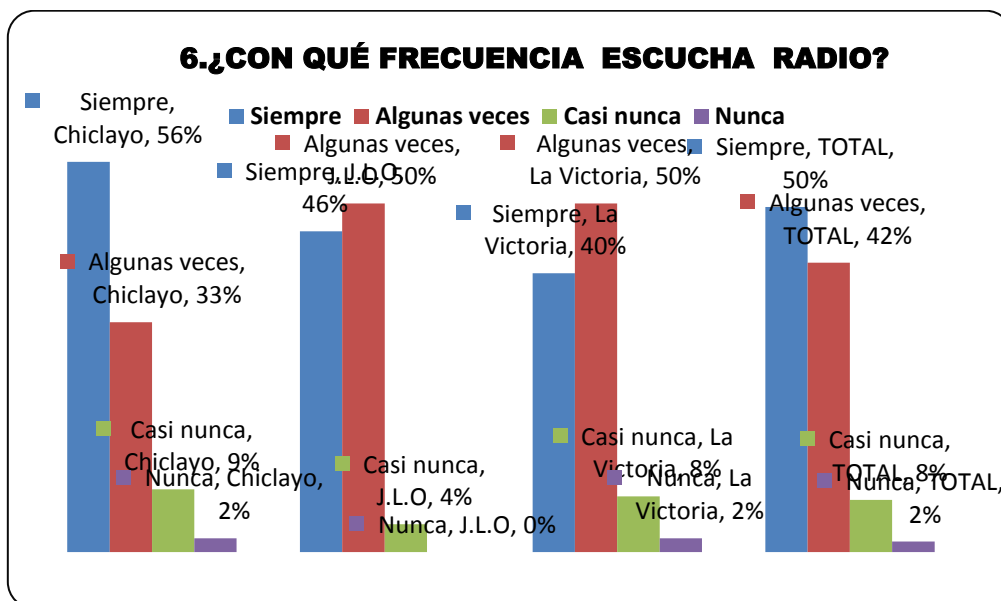
5. ¿DE QUÉ MATERIAL ES SU CASA?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Materia noble	81	81%	44	88%	29	58%	154	77%
Adobe	8	8%	2	4%	10	20%	20	10%
Ambos	11	11%	4	8%	11	22%	26	13%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** El gran porcentaje de personas encuestadas, son el **81%** (81) de ellas que tienen su vivienda de **material noble**, el **11%** (11) que tienen su vivienda tanto **material noble y adobe**.
- **J.L.O:** Casi todos los encuestados tiene su vivienda de **material noble**, siendo ellos el **88%** (44).
- **LA VICTORIA:** Los encuestados respondieron, en su mayoría que tienen su casa de **material noble**, siendo ellos un **58 %** (26).
- **TOTAL:** Del total de encuestados, una gran mayoría de **77%** (154) son quienes tienen su vivienda de **material noble**, un **13%** (26) de **material noble y adobe**.

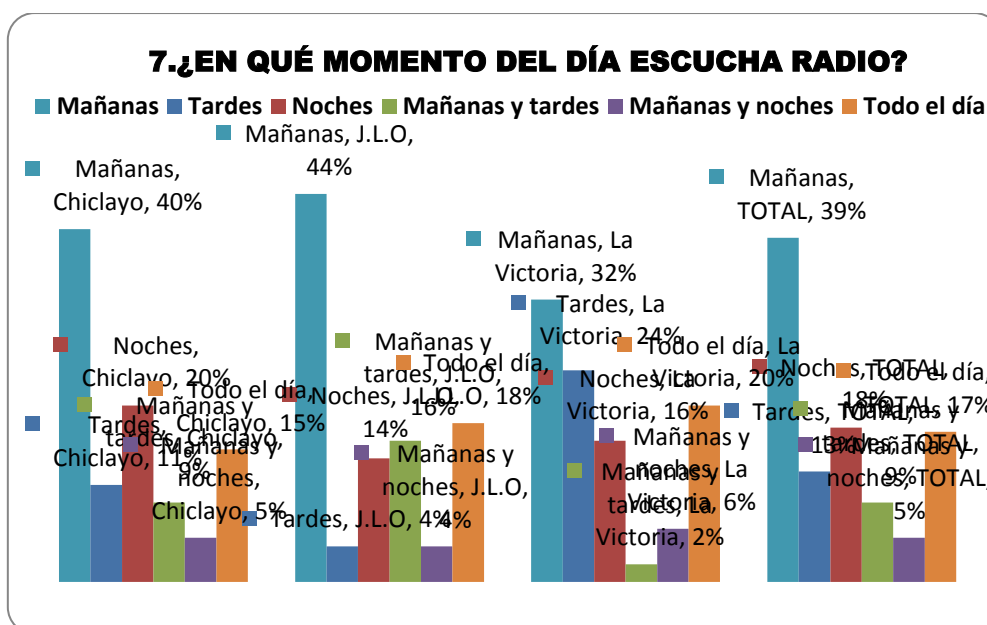
6. ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA RADIO?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Siempre	56	56%	23	46%	20	40%	99	50%
Algunas veces	33	33%	25	50%	25	50%	83	42%
Casi nunca	9	9%	2	4%	4	8%	15	8%
Nunca	2	2%	0	0%	1	2%	3	2%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** El **56%(56)** de personas indican que **Siempre** escuchan radio, el **33% (33)** de ellos dicen sintonizar la radio.
- **J.L.O:** La mitad del porcentaje total es **50% (25)** que pertenece a las personas que afirman escuchar **Algunas veces** la radio.
- **LA VICTORIA:** El **50% (25)** es la cantidad de personas que dicen sintonizar la radio **Algunas veces**.
- **TOTAL:** El **49% (99)** son personas que dicen escuchar **Siempre** la radio, seguido del **41% (83)** que afirman sintonizarla **Algunas veces**.

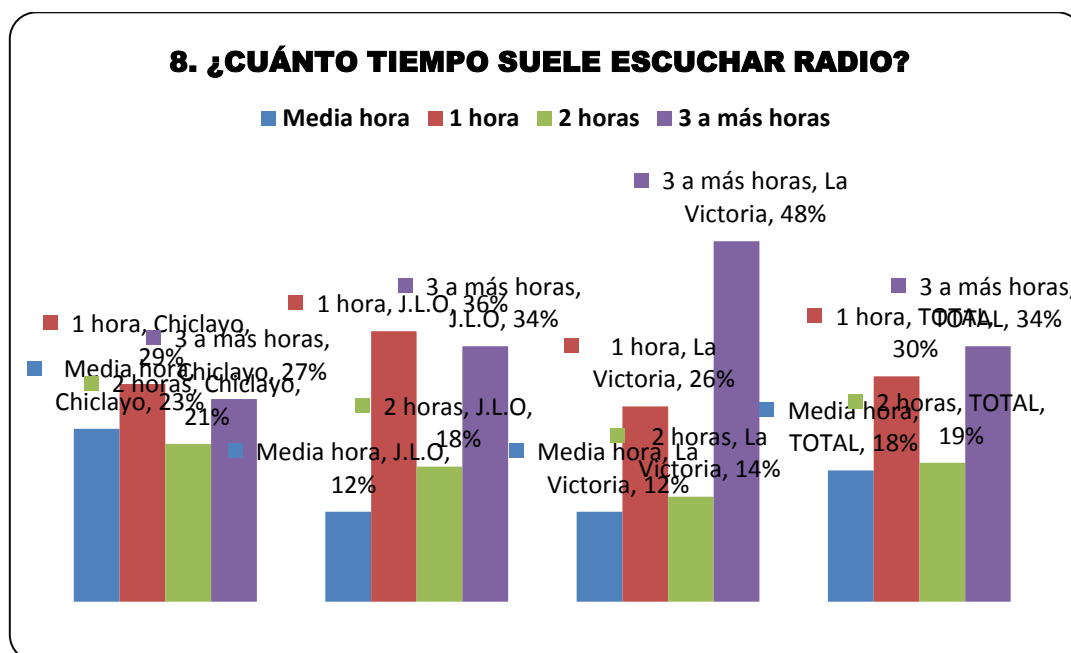
7.¿EN QUÉ MOMENTO DEL DÍA ESCUCHA RADIO?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Mañanas	40	40%	22	44%	16	32%	78	39%
Tardes	11	11%	2	4%	12	24%	25	13%
Noches	20	20%	7	14%	8	16%	35	18%
Mañanas y tardes	9	9%	8	16%	1	2%	18	9%
Mañanas y noches	5	5%	2	4%	3	6%	10	5%
Todo el día	15	15%	9	18%	10	20%	34	17%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** La mayoría de los encuestados son los que eligen sintonizar la radio en horario **matutino**, de ellos son **40% (40)**.
- **J.L.O:** El **44% (22)** afirman escuchar la radio durante las **mañanas**.
- **LA VICTORIA:** Un **32% (16)** escogen el horario **matutino** para sintonizar la radio.
- **TOTAL:** En diversas cantidades, el **38 % (78)** dicen sintonizar la radio por las **mañanas**, le sigue el **18 % (35)** que prefiere escuchar por las **noches**.

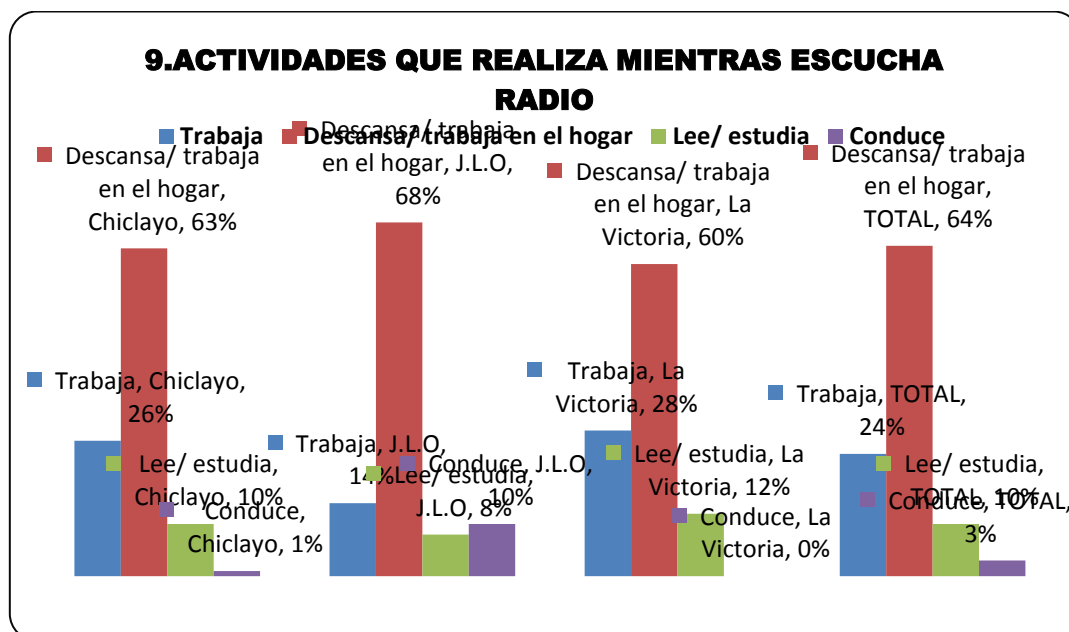
8. ¿CUÁNTO TIEMPO SUELE ESCUCHAR RADIO?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Media hora	23	23%	6	12%	6	12%	35	18%
1 hora	29	29%	18	36%	13	26%	60	30%
2 horas	21	21%	9	18%	7	14%	37	19%
3 a más horas	27	27%	17	34%	24	48%	68	34%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** Respecto a esta pregunta, los resultados arrojan cantidades muy cercanas. El **29 %(29)** emplea su momento con la radio en **una hora**.
- **J.L.O:** El **36 %(18)** son quienes emplean su tiempo en la radio tan sólo **una hora**.
- **LA VICTORIA:** El **48% (24)** afirman sintonizar al día la radio durante **3 a más horas**.
- **TOTAL:** Los radioyentes afirman que escuchan la radio de **3 horas a más**, siendo ellos un total de 33% (68), el 30% (60) prefiere escuchar la radio en tan sólo **una hora**.

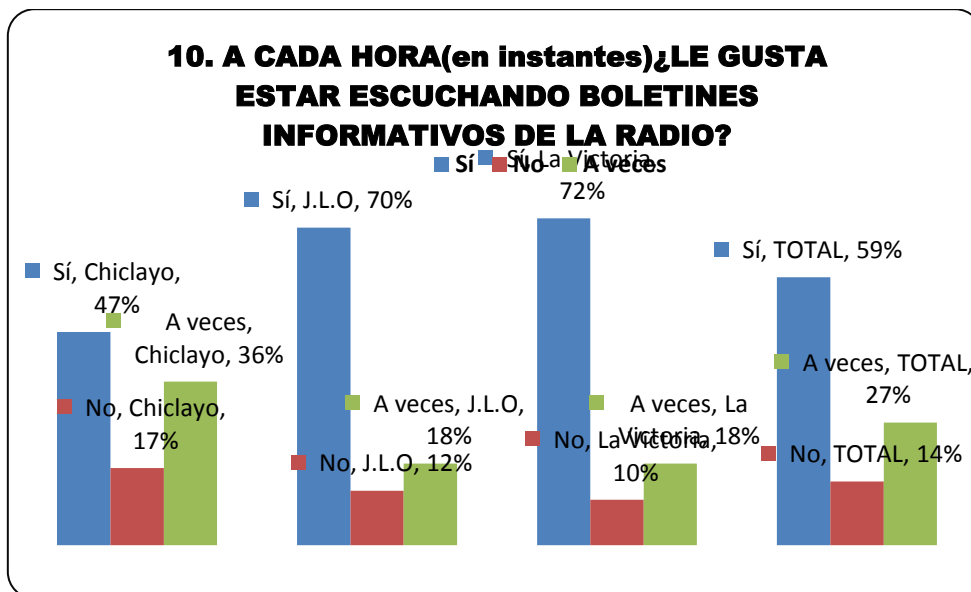
9. ACTIVIDADES QUE REALIZA MIENTRAS ESCUCHA RADIO	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Trabaja	26	26%	7	14%	14	28%	47	24%
Descansa/ trabaja en el hogar	63	63%	34	68%	30	60%	127	64%
Lee/ estudia	10	10%	4	8%	6	12%	20	10%
Conduce	1	1%	5	10%	0	0%	6	3%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** El **63% (63)** de los encuestados, es el mayor porque respondieron que sintonizan la radio mientras **descansan o realizan sus actividades en el hogar**.
- **J.L.O:** El **68% (34)** son quienes **descansan o trabajan en su hogar**.
- **LA VICTORIA:** El **60% (30)**, quienes escuchan la radio mientras **descansan o trabajan en su hogar**.
- **TOTAL:** Más de la mitad de radioyentes dicen sintonizar la radio mientras **Descansan o realizan sus trabajos del hogar**, ellos son el **63% (127)**, el **24%(47)** son gente que **trabaja** en sus negocios o microempresas.

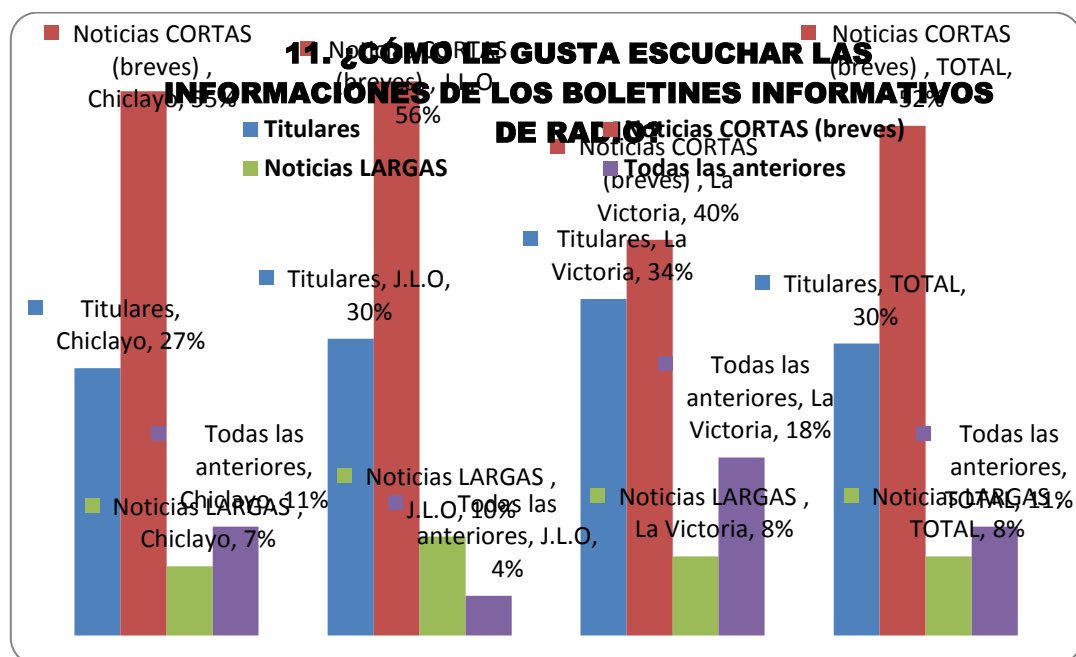
10. A CADA HORA(EN INSTANTES) ¿LE GUSTA ESTAR ESCUCHANDO BOLETINES INFORMATIVOS DE RADIO?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
	Sí	47	47%	35	70%	36	72%	118
No	17	17%	6	12%	5	10%	28	14%
A veces	36	36%	9	18%	9	18%	54	27%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** Un buen porcentaje de **47%(47)** afirman gustarles escuchar boletines informativos.
- **J.L.O:** El gran **70% (35)** de los encuestados demuestran su interés en escuchar boletines informativos.
- **LA VICTORIA:** El **72% (36)** de radioescuchas quienes **Sí** gustan escuchar informaciones de a través de boletines informativos.
- **TOTAL:** Gran porcentaje de encuestados les gusta mantenerse algo informados. Un **59 % (118)** responde que **Sí** optan por escuchar Boletines Informativos, el **27% (54)** responde que **a veces**.

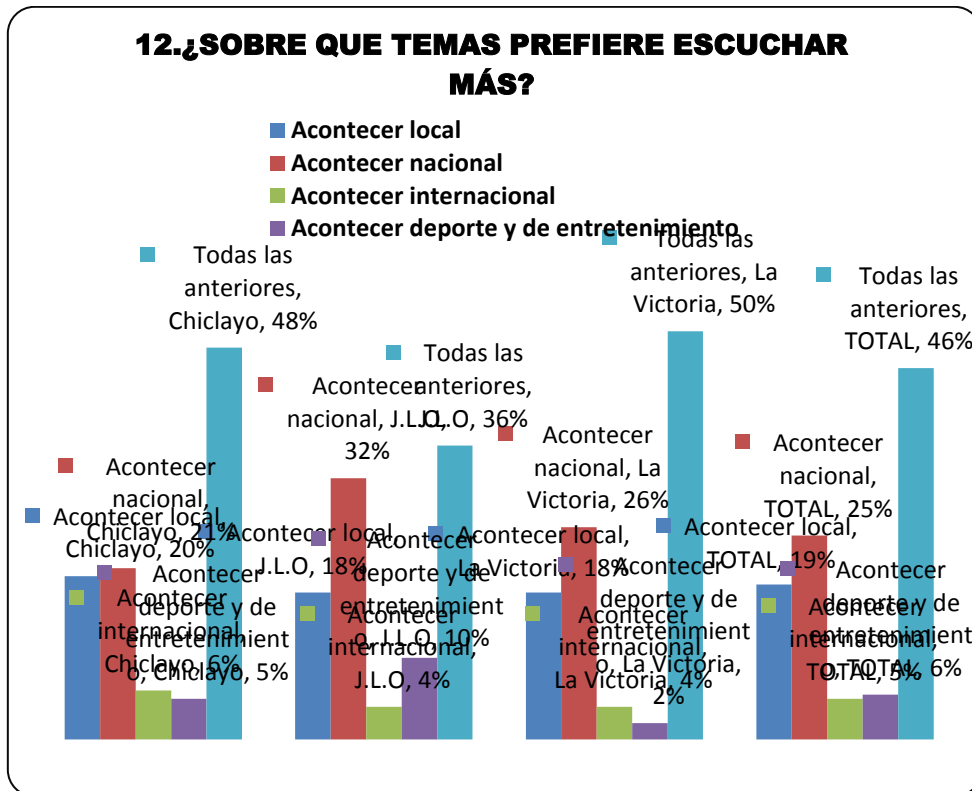
11. ¿CÓMO LE GUSTA ESCUCHAR LAS INFORMACIONES DE LOS BOLETINES INFORMATIVOS DE RADIO?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
	Titulares	27	27%	15	30%	17	34%	59
Noticias CORTAS (breves)	55	55%	28	56%	20	40%	103	52%
Noticias LARGAS	7	7%	5	10%	4	8%	16	8%
Todas las anteriores	11	11%	2	4%	9	18%	22	11%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** Un 55% (55) le gusta mantenerse informados a través de **noticias cortas**.
- **J.L.O:** El 56% (28) expresa que les gusta informarse a través de **noticias cortas**.
- **LA VICTORIA:** Un 40% (20) son quienes prefieren mantenerse informados a través de **noticias cortas** de la radio.
- **TOTAL:** El 51% (103) eligen por informarse a través de **noticias cortas (breves)**, el 30% (59) opta por un contenido más corto, son los **titulares**.

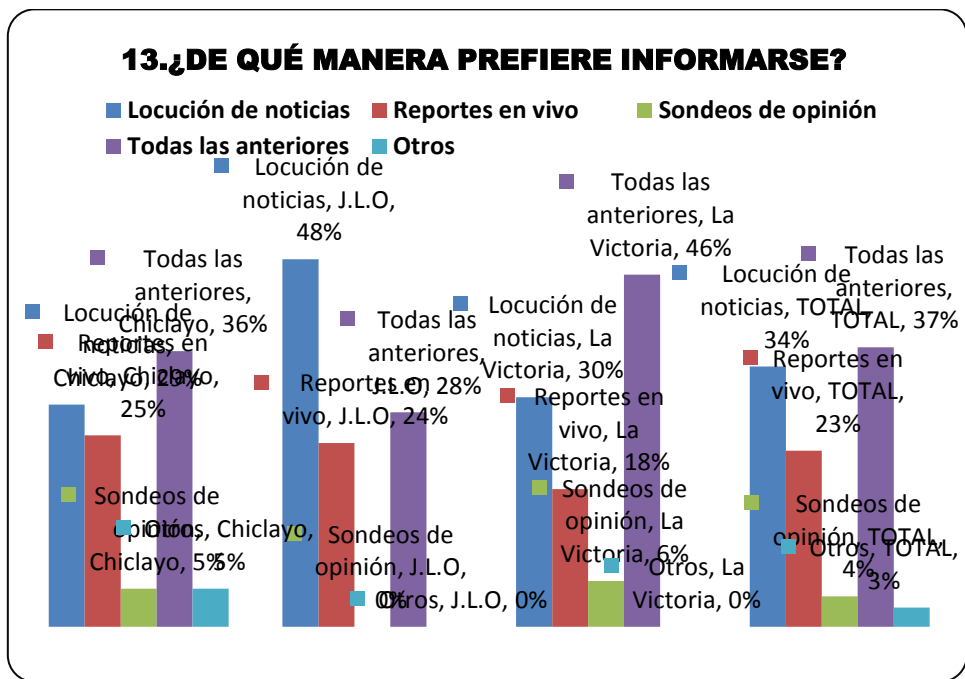
12. ¿SOBRE QUÉ TEMAS PREFIERE ESCUCHAR MÁS?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Acontecer local	20	20%	9	18%	9	18%	38	19%
Acontecer nacional	21	21%	16	32%	13	26%	50	25%
Acontecer internacional	6	6%	2	4%	2	4%	10	5%
Acontecer deporte y de entretenimiento	5	5%	5	10%	1	2%	11	6%
Todas las anteriores	48	48%	18	36%	25	50%	91	46%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** Los encuestados son personas que les gusta estar al tanto de todas las últimas novedades del momento; así que el **48% (48)** quiere escuchar siempre en la radio sobre el **acontecer local, nacional, internacional, deporte y entretenimiento**.
- **J.L.O:** El **36% (18)** de los pobladores de J.L.O les interesan **todos los temas** que se presenten.
- **LA VICTORIA:** El **50% (25)** responden que les encanta informarse de **todo el acontecer** existente.
- **TOTAL:** El **45% (91)** opta por informarse **por todos los temas del acontecer**, el **25% (50)** por el **acontecer nacional**, muy cercanamente está el **19% (38)** que le gustaría escuchar sobre el **acontecer local**.

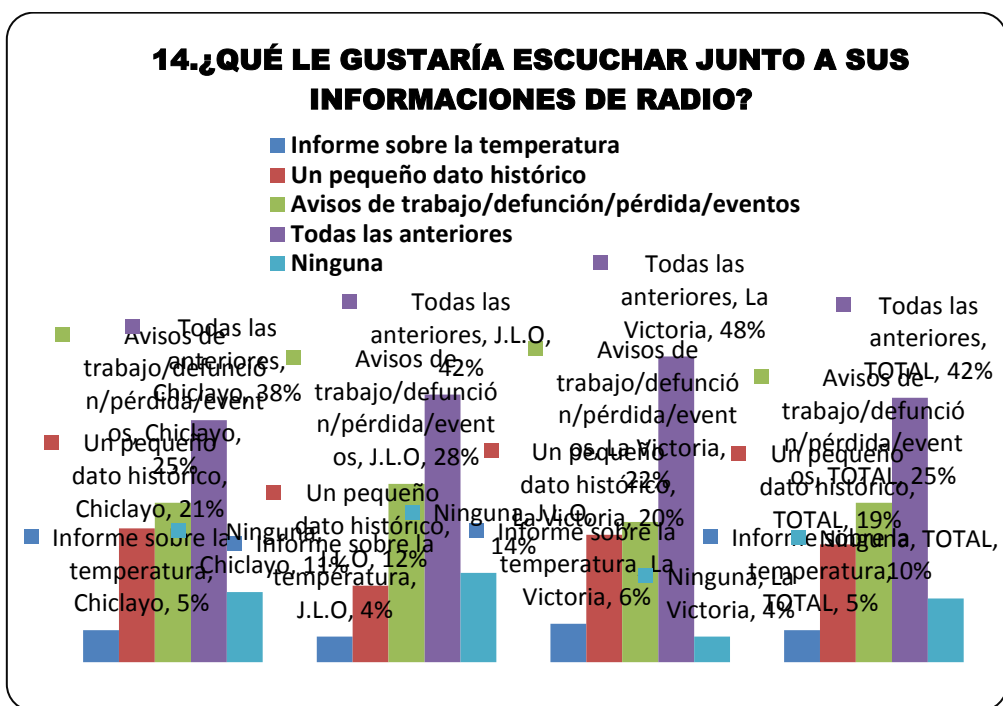
13. ¿DE QUÉ MANERA PREFIERE INFORMARSE?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Locución de noticias	29	29%	24	48%	15	30%	68	34%
Reportes en vivo	25	25%	12	24%	9	18%	46	23%
Sondeos de opinión	5	5%	0	0%	3	6%	8	4%
Todas las anteriores	36	36%	14	28%	23	46%	73	37%
Otros	5	5%	0	0%	0	0%	5	3%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** El 36% (36) de radioyentes eligen estar informados a través de cualquier forma, ya sea por **locución de noticias, reportes en vivo o sondeos de opinión.**
- **J.L.O:** Veinticuatro encuestados de un 48% prefiere informarse solamente por la **locución de noticias.**
- **LA VICTORIA:** El 46% (23), les gusta informarse siempre, así que ellos optan por **todas las alternativas** como medios de información.
- **TOTAL:** El **36%** de radioyentes prefiere escuchar de la manera que se presenten, es decir a través de **locución de noticias, reportes en vivo o sondeos de opinión.** Mientras que el **34%** por **locución de noticias.**

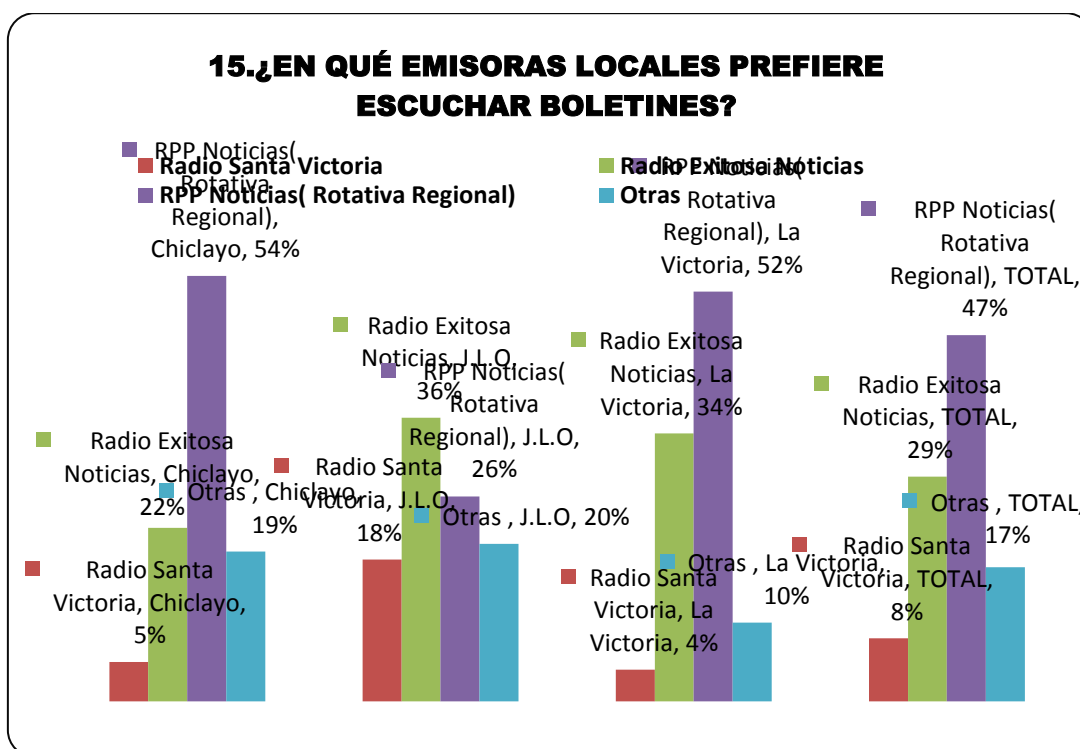
14. ¿QUÉ LES GUSTARÍA ESCUCHAR JUNTO A SUS INFORMACIONES DE RADIO?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Informe sobre la temperatura	5	5%	2	4%	3	6%	10	5%
Un pequeño dato histórico	21	21%	6	12%	10	20%	37	19%
Avisos de trabajo/defunción/pérdida/eventos	25	25%	14	28%	11	22%	50	25%
Todas las anteriores	38	38%	21	42%	24	48%	83	42%
Ninguna	11	11%	7	14%	2	4%	20	10%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** El **38% (38)** le gustaría que se agreguen datos o notas como Informe sobre **la temperatura, datos históricos, avisos (ayuda a la colectividad)**.
- **J.L.O:** El **42% (21)** son personas que están de acuerdo **con todas** las alternativas propuestas para que acompañe a sus informaciones.
- **LA VICTORIA:** El **48% (24)** son quienes **están de acuerdo** que se le añada lo necesario junto a sus informaciones.
- **TOTAL:** El **41% (83)** de los radioyentes les gustaría que escuchar en sus informaciones todo **sobre informe de la temperatura u hora, pequeño dato histórico y avisos**. El **25 % (50)** pide sobre **avisos**.

15.¿EN QUÉ EMISORAS LOCALES PREFIERE ESCUCHAR BOLETINES?	Chiclayo		J.L.O		La Victoria		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Radio Santa Victoria	5	5%	9	18%	2	4%	16	8%
Radio Exitosa Noticias	22	22%	18	36%	17	34%	57	29%
RPP Noticias(Rotativa Regional)	54	54%	13	26%	26	52%	93	47%
Otras	19	19%	10	20%	5	10%	34	17%
TOTAL	100	100%	50	100%	50	100%	200	100%



Fuente: Investigadora

- **CHICLAYO:** Los radioyentes del distrito Chiclayano, para informarse más eligen a **RPP Noticias (Rotativa Regional)** con un **54% (54)**.
- **J.L.O:** El **36% (18)** los encuestados optan por sintonizar **Radio Exitosa Noticias**.
- **LA VICTORIA:** Con RPP Noticias se tiene al **52%(26)**.
- **TOTAL:** El **46% (93)** es casi una gran mayoría de radioyentes que prefiere una radio informativa como **RPP Noticias**, luego está el **29%(57)** que eligen a **Exitosa Noticias**.

Discusión de resultados de encuestas

La encuesta aplicada a los tres principales distritos de Lambayeque (Chiclayo, La Victoria y José Leonardo Ortiz), permitió cumplir con los objetivos específicos de la investigación, a través de las respuestas sobre los gustos y preferencias por los boletines informativos radiofónicos.

La mayor cantidad de los 200 encuestados fueron varones con el 51%, con respuestas de personas jóvenes y de la mediana edad, gran parte tiene estudios superiores. Asimismo, son ellos los que continuamente eligen la radio para informarse, entretenerse o culturizarse. Aquí la bibliografía lo confirma:

“La radio difunde unos contenidos (informativos, formativos, diversivos, persuasivos) que son cristalizados en unidades de programas, que se juntan en continuidad para formar una emisión, a una audiencia numerosa”. (Legorburu, 2001, p.127).

Según resultados de la encuesta, el horario de conexión del 39% de oyentes, es más en las mañanas. Este dato fue muy importante para conocer en qué momento el boletín informativo debe de darle más fuerza con la información a emitir.

Al ser la mayoría de encuestados, gente que tiene negocios o micro empresas, el tiempo que utilizan para escuchar la radio durante el día, va entre 3 a más

horas. Aquí es cuando la radio cumple una de sus principales ventajas como medio:

“La radio informa y sensibiliza los acontecimientos, con una información variada y multicultural de máxima actualidad”. (González, 2009, p.39).

El elevado porcentaje (64%) de encuestados de los distritos, indicaron que hacen uso de la radio mientras se encuentran descansando o realizando sus labores del hogar , puesto que la radio hasta ahora se sigue considerando un medio comunicativo que va a todos los lados con el oyente como un “acompañante”. Esto se relaciona directamente con lo que nos expresa López:

La radio es para acompañar la soledad y amenizar la compañía, para informarse cuanto antes de lo que pasa y para olvidarse lo antes posible de lo que pesa, así es la radio, como esos vehículos todo terreno: para toda situación. (s/f, p.13).

El 59% de la muestra encuestada afirmó que sí gusta escuchar las noticias a través de los boletines informativos radiofónicos. Esta es la importancia que tiene la difusión de estos formatos informativos. Y esto tiene que ver con la inmediatez, por eso, esta característica especial que tienen los boletines radiofónicos es definida como:

Una característica que tiene que ver más con el trabajo informativo radiofónico. Así, la radio es considerada como la “reina” de la primicia porque difunde las informaciones del momento o del último minuto, que están ocurriendo o que acaban de ocurrir. (Jaime Bausate y Meza, Periodismo Radial I, 2007, p.22).

La inmediatez en los boletines, los encuestados prefieren informarse más con la emisión de noticias cortas o titulares en cada boletín radiofónico. Además, ellos dijeron querer escuchar sobre informaciones de diferentes secciones desde locales hasta internacionales. En estas informaciones, el 37% del total

de los radioescuchas, dijeron que les gustaría que no tan sólo quede en locuciones simples, sino también en sondeos de opinión o en reportes en vivo.

Se denota la importancia que tiene el oyente por escuchar acontecimientos en vivo.

Velezmoro afirma:

“La difusión del despacho brinda al radioescucha la sensación de haber participado en el acontecimiento, le hace sentirse en el lugar de los hechos, sobretodo con los sonidos o ruidos ambientales”. (2002, p.71).

Ya desde antaño, en la radio había boletines horarios. Desde allí, hay gente que se ha acostumbrado a sintonizar la radio, además de informarse también para escuchar la hora; entre otras efemérides y misceláneas.

“Asimismo, en 1950 se inició una época significativa para la radio, pues salen al aire: ‘Panamericano’ de Radio Panamericana bajo la Dirección de Mario Vargas Llosa, ‘El Noticiero’ de Radio América y ‘Radio Reloj’, que transmitía noticias y avisos de la hora a cada minuto”. (Valles, 2010, parr.1).

Entonces se ve, que hasta la actualidad, los gustos por los avisos de la hora siguen en pie, así lo define el 41% de la población encuestada.

RPP Noticias es la radio líder del Perú en cuanto a la difusión confiable de las noticias. Así que, casi todos los encuestados (47%) dieron voz por RPP Noticias, sin embargo, otro porcentaje (29%) opta por escuchar radio Exitosa Noticias, otra de las emisoras muy sintonizadas a nivel regional.

4.3. Realización de grupos focales

4.3.1. Primer grupo focal: Diagnóstico sobre gustos y preferencias de los radioyentes

Análisis de datos del grupo focal

El primer grupo focal realizado el 22 de octubre de 2011, estuvo conformado por 9 personas (**Ver Anexo nº 09**), quienes respondieron al cuestionario presentado con el fin de compartir de cerca sus preferencias como radioescuchas. La información recogida sirve para la elaboración de la propuesta del piloto de boletín informativo radiofónico. Para la selección de participantes se contó con la colaboración del Coordinador de USS Radio Online, Lic. Luis Verástegui.

Los oyentes manifestaron que escuchan la radio por un breve tiempo, pues, su única opción para informarse es la radio como uno de los medios más accesibles y de rápida difusión. La edad de los participantes oscila entre los 21 y 45 años, son aquellos que sintonizan la radio desde muy temprano por las mañanas, ya que es un horario de mucho trajín.

Los participantes exigieron la inigualable producción de boletines informativos radiofónicos regional, de buena calidad y que se diferencie de otros intentos de boletines en las emisoras de la Región. Por eso, ellos requirieron en él la continua participación del oyente, que se haga resaltar no tan sólo la voz de un profesional, sino también puede existir en algún momento el protagonismo del público a través de un reporte en vivo y un vox populi.

Indicaron que su gran modelo de emisora en informativos es RPP Noticias de cobertura nacional o regional. Consideraron a Radio Exitosa y Radio Santa

Victoria como radios informativas de la localidad con un poco de más tolerancia y respeto hacia el público, a diferencia de otras radios.

En el grupo focal tenemos a un público heterogéneo, quienes solicitaron escuchar temas que tengan que ver con su entorno académico, social o profesional, sin dejar de lado la cultura y la ética; pilares fundamentales en la información a presentar. Ellos exigieron un “mix” como lo mencionaron, es decir de información más cercana a la más lejana, del acontecer local a lo internacional, “de todo un poco”, pero con total veracidad e imparcialidad en el contenido noticioso. Aquí las aportaciones de cada uno de ellos:

	PARTICIPANTE
Datos generales de los participantes	Carol Lara Saavedra (C): Estudiante de Derecho, 25 años.
	Erick Carranza Cúzman (E): Estudiante de Administración, 24 años.
	Juan A .Jiménez Sánchez (J.A.): Trabaja en imprenta, 42 años.
	Miguel A. Jiménez Sánchez (M): Ingeniero de Sistemas, 43 años.
	Amanda Olivera Otoy (A): Estudiante de Comunicación, 21 años.
	Luis Larios Seclén (L): Taxista, 33 años.
	Paola Hernández Llontop (P): Enfermera, 28 años.
	Carmen Eneque Atencio (C): Contador Público, 30 años.
Javier Benites Alcántara (J): Vigilante, 45 años.	

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>1. ¿Con qué frecuencia escuchan la radio?</p>	<p>C: Interdiarias.</p> <p>E: Interdiarias, domingos.</p> <p>J.A.: Todos los días me mantengo informado.</p> <p>M: Todos los días.</p> <p>A: Diario, dependiendo de la programación porque sintonizo algunos programas de mi preferencia.</p> <p>L: Todos los días.</p> <p>P: De lunes a viernes.</p> <p>C: Para mí la radio es uno de los medios de mayor accesibilidad, la tengo en mi dormitorio o en mi sala la puedo sintonizar. Es la más práctica porque hasta la puedo llevar hasta en mi celular. En la oficina, para estar al día, si no puedo, se da por ahora en la modernidad, que es en la computadora; pero siempre tengo mi radio, para mí es frecuente escuchar la radio.</p> <p>J: Entre semana, fin de semana muy poco.</p>

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>2. ¿En qué momento del día sintonizan la radio?</p>	<p>C: En las mañanas.</p> <p>E: En las noches. En las mañanas muy poco.</p> <p>J.A.: Casi todo el día por el mismo trabajo que tengo. Siempre tengo la radio a mi lado.</p> <p>M: En las mañanas a partir de las 8:30 a.m. hasta las 10 p.m. La radio está prendida allí todo el día.</p> <p>A: Más en las noches y, otro horario sería en las mañanas.</p> <p>L: En las mañanas y al mediodía.</p> <p>P: En las mañanas.</p>

	<p>C: En las mañanas.</p> <p>J: En las mañanas o tardes.</p>
--	--

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>3. ¿Cuánto es el tiempo que emplean para escuchar radio?</p>	<p>C: Media hora.</p> <p>E: Media hora.</p> <p>J.A.: Más de 4 horas, en casi todo el día.</p> <p>M: Todo el día.</p> <p>A: En total de cuatro o cinco horas.</p> <p>L: Unas cinco horas.</p> <p>P: En las mañanas hasta la 1pm ó 2pm máximo.</p> <p>C: Sólo por un ratito.</p> <p>J: En hora u hora y media, no mucho.</p>

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>4. ¿Qué actividades acostumbran a realizar mientras escuchan la radio?</p>	<p>C: Escucho la radio mientras me alisto para ir a la Universidad.</p> <p>E: En las mañanas cuando me alisto para ir a la Universidad, y en las noches cuando estoy acostado voy escuchando la radio.</p> <p>J.A.: Mientras estoy trabajando.</p> <p>M: Mientras estoy en plena actividad laboral.</p> <p>A: Cuando me alisto o cuando estoy haciendo alguna actividad en mi casa. Por las noches cuando estoy en la computadora o también antes de irme a acostar.</p> <p>L: En plena actividad de trabajo, toda la mañana.</p>

	<p>P: Mientras estoy realizando las actividades diarias de la casa voy escuchando y haciendo las cosas.</p> <p>C: (respondió en la pregunta 2)</p> <p>J: Mientras estoy trabajando y haciendo las actividades de la casa también.</p>
--	--

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>5. ¿Qué radio suelen sintonizar más para informarse del acontecer del día?</p>	<p>C: Radioprogramas.</p> <p>E: Radioprogramas.</p> <p>J.A.: Radioprogramas.</p> <p>M: Algunos de los programas noticiosos propios del departamento, francamente no me gustan tanto porque más tiran para lo vulgar.</p> <p>A: RPP Noticias.</p> <p>L: Yo también, poco con las radios locales. Lo que más sintonizo es radioprogramas.</p> <p>P: RPP.</p> <p>C: Radioprogramas.</p> <p>J: RPP y otras sintonías.</p>

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>6. ¿Qué temas creen ustedes que deben ser tratados en la radio? ¿Por qué?</p>	<p>C: Temas culturales y noticias locales porque hay bastantes medios para informarse en razón de noticias nacionales pero muy pocas en credibilidad acerca de nuestra localidad.</p> <p>E: En cuanto a los temas, creo que todos son interesantes que se deban tratar pero los temas culturales también porque muy poco se informa de ellos y lo que es noticia de cultura no nos informan.</p>

	<p>J.A.: Falta mucha cultura para nosotros, empezando desde la niñez, los buenos modales, los buenos principios para los jóvenes y, sobretodo para la niñez. En cuanto a lo deportivo, va paralelo con el otro, de lo cultural.</p> <p>M: Prácticamente, lo cultural está abandonado en el Departamento. Para mí, sería bueno que se exploten cada área. En Ciencia y tecnología, no veo periodistas que hablen de eso que sucede en el Departamento o en la región.</p> <p>A: Se puede armar un paquete de todas las noticias que hay. Con el boletín informativo es muy difícil que se presenten noticias positivas de nivel cultural. Se puede armar un mix o ir dando luces en empezar con una noticia positiva. Al inicio debe ser local, dado que el boletín va a hacer local, luego dividido en lo que es político o regional, también cultural, nacional e internacional.</p> <p>L: En lo cultural falta mucho, aparte de lo que es cultural, también en el deporte que no solamente es el fútbol, hay tantos talentos. Se debería buscar a esos talentos que están algo lejanos.</p> <p>P: Me gustaría informarme con las noticias locales propias de Chiclayo, regionales y nacionales, es decir un poco de todo, de investigación, de los últimos acontecimientos de salud, de deporte, de todo.</p> <p>C: Me interesa lo que tiene que ver con salud, hay un programa en las mañanas de eso. También hay un programa en los domingos que son de mi interés fuera de lo que de lunes a viernes escucho.</p> <p>J: Noticias culturales, sobre los valores. Hay que tener un paquete para trabajar todo sobre lo local, nacional e internacional, deporte; que no sea todo malo.</p>
--	--

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>7. ¿Tienen conocimiento o suelen escuchar alguna radio local, aparte de ser “informativa”? ¿Cuál?</p>	<p>C: Locales no. Ritmo Romántica y Studio 92.</p> <p>E: En radios locales he ido sintonizando a Titanio por la música variada, después Studio 92 y, otras emisoras nacionales.</p> <p>J.A.: En radios de música está Studio 92, que hacen una especie de pastillas. A nivel de audiencia está Radio Titanio, aparte de Radio Santa Victoria, pero más Titanio.</p> <p>M: En cuanto a radio musical que sintonice, no tengo preferencia. Antes sintonizaba Radio Z, luego ya ni tanto...A Titanio para darles música a los clientes, a los trabajadores, yo la sintonizo más por el trabajo... La que más suena allí es Titanio, a veces Ritmo Romántica, o una radio de reggaetón.</p> <p>A: En radios, escucho también Titanio, y luego nacionales que son Ritmo Romántica, Felicidad y Panamericana.</p> <p>L: A parte de Radioprogramas, siempre la información está allí, al instante. No existe otra radio como RPP. En musical, a Panamericana, otras radios locales no, ni tampoco como noticiero.</p> <p>P: Locales no. Sólo Panamericana.</p> <p>C: Radios locales no sintonizo. Sólo RPP. Es bueno dar a conocer sobre identidad cultural, dar información corta, de calidad.</p> <p>J: Yo también poco con las radios locales, a parte Exitosa o Felicidad.</p>

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>8. ¿Qué le agradan más junto a sus informaciones? : Únicamente la común locución de noticias del acontecer noticioso, los reportes en directo, escuchar avisos para la comunidad. ¿Por qué?</p>	<p>C: La locución de noticias porque siempre informando, vas a interactuar, vas a sentir al oyente más cercano. Locutar, y luego ingresar llamadas con referencias a opinar o a preguntar.</p> <p>E: Que sea una manera distinta, con efemérides, noticias en vivo, participaciones de los radioyentes, salir fuera de lo tradicional de manera distinta para que captas las expectativas de los radioyentes.</p> <p>J.A.: Que sea la noticia hablada y el oyente participe porque muchas veces nosotros, como sucede en Radioprogramas, sueltan las noticias de Lima, y a veces piden la opinión de cada uno y no abarca lo que uno a nivel nacional quiere aportar su idea; yo digo que eso es más importante, a aparte de escuchar la noticia es también nuestra opinión porque supuestamente somos parte del Departamento.</p> <p>M: Creo que por el poco tiempo que abarcas, la noticia tiene que ser narrada, leída, abarcar pocos temas en uno o dos minutos, y por ahí dar unas efemérides, dar al oyente que por ahí se celebra tal cosa, de una fecha como hoy. A mí me gustaría que en esas pautas, se presenten eventos de la ciudad de Chiclayo, cultural, de formación. También de la universidad tanto o el instituto tanto está dando este taller para que puedas informar a toda la comunidad a jóvenes en general o adultos, que en primer lugar va a ver una charla de tal motivo, que puede durar unos cuantos segundos.</p> <p>A: Creo que es narrado, podría ser a dos voces: un hombre y una mujer, puede salir una voz gruesa y una voz mucho más fina que es la de la mujer para equilibrar. Incluir una efemérides que los puedes incluir como un separador, puedes iniciar con un efemérides, porque en un día pudo haber sucedido en un año muchas</p>

	<p>cosas; entonces empezarlo de forma creciente del menor año, empezamos con eso y arrancamos con noticias locales, quizá la hora.</p> <p>Debe ir el efemérides, la hora, los titulares que son nacional, internacional para que la gente sepa y, derrepente, otras efemérides que se pueden ubicar intercalado. Tal vez, en los días puedes cambiar en incluir temas económicos.</p> <p>L: Un día que sea más de política, otro día que sea más de deporte. Tener un espacio así, sobretodo para los niños.</p> <p>P: Si es un micronoticiero, me gustaría que sea bien resumido, veraz, auténtico, con bastante profesionalismo como es el periodismo, y comentar el día como hoy y nada más. Ser concreto.</p> <p>C: Si el micronoticiero es corto, entonces se tienen que manejar dos cosas: Primero que se empiece a manejar de manera informativa. Digamos así, un día lunes mencionar las noticias porque llevará la participación del oyente. Otro es que si en los días lunes puede ser informativo, o quizá el día martes o miércoles puede ser un programa en donde es para participar, de tal manera que tú vas midiendo también.</p> <p>J: Trata de llegar al público .Que sea dinámico, entendible, “al grano” y lo más importante abarcarlo porque el tiempo es muy corto, si es que hay participación del oyente, en este caso.</p>
--	---

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>9. En cuánto a la locución ¿Cómo la prefieren? ¿a 1 ó a 2 voces? ¿masculino y/o femenino?</p>	<p>Todos: En acuerdo, a dos voces: varón y mujer.</p>

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>10. Sus informaciones en la radio ¿las prefieren con detalles o “al grano con la notas informativas”? ¿Por qué?</p>	<p>C: Noticia corta</p> <p>E: Noticia corta</p> <p>J.M.: Noticia corta</p> <p>M: Noticia corta</p> <p>A: Que sean noticia corta.</p> <p>L: Una noticia que realmente se llegue a entender, breve.</p> <p>P: Que sea una noticia resumida.</p> <p>C: Que sean cortas.</p> <p>J: A través de un titular.</p>

PREGUNTA	PARTICIPANTE
<p>11. ¿Qué nombre sugieren para nuestro Boletín Informativo?</p>	<p>P: Opino que al final de la emisión de cada boletín, se diga tu nombre y apellidos. Esto sería como una firma que identifica que tú lo elaboraste.</p> <p>A: Creo que partiría del estilo de la radio en la que la quieres ubicar. Busca un nombre genérico como “Chiclayo Informa”, “Noticias Chiclayo”, algo así, que sea algo que “pegue” y fácil de recordar. Utiliza “Cix” si se trata de una radio jovial, porque los jóvenes no dicen Chiclayo sino “Cix”, o agregarle “Noticias” o “Informativo”.</p>

4.3.2 Segundo grupo focal: Presentación del programa piloto de boletín informativo radiofónico

	PARTICIPANTE
Datos generales de los participantes	<p>Amanda Olivera Otoyá: Estudiante de Comunicación, 21 años.</p> <p>Carlos Tejada Lombardi: Abogado y docente, 37 años.</p> <p>Jorge Luis Vallejo: Politólogo y docente, 25 años.</p> <p>Paola Hernández Llontop: Enfermera, 28 años.</p> <p>Luis Larios Seclén: Taxista, 33 años.</p> <p>Javier Benites Alcántara: Vigilante, 45 años.</p> <p>Marco Arbulú Ballesteros: Ingeniero y docente, 36 años.</p> <p>Carmen Eneque Atencio: Contador Público, 30 años.</p> <p>Carol Lara Saavedra: Estudiante de Derecho, 25 años.</p> <p>Erick Carranza Cúzman: Estudiante de Administración, 24 años.</p>

Análisis de datos del grupo focal

Este segundo grupo focal reúne la participación de 7 radioyentes (**Ver Anexo N°10**) que aportaron en el primer grupo focal, y de 3 profesores invitados, además de la profesional en periodismo radial Lic. Flor Villalobos Guevara para la presentación del programa piloto de boletín informativo radiofónico. La reunión se realizó el 24 de noviembre de 2011.

La mayoría de los participantes quedaron satisfechos con la producción del piloto de boletín informativo radiofónico.

Ellos tomaron mucha consideración a la producción especializada, la intención de brindar un material que pueda ser fidedigno y veraz, y con una buena estructura y contenido noticioso.

Cabe resaltar, que por su tiempo, ellos solicitan la locución de noticias y los reportes o despachos en vivo. Esto rescata la gran importancia del uso de la pirámide invertida en las noticias o titulares, incluso en los audios.

A los participantes se les hace llamativo el juego de voces entre los locutores (voz femenina y masculina), quienes mencionan que “se debe dar con bastante equilibrio entre ambas voces”.

PARTICIPANTE	OPINIÓN
<p style="text-align: center;">Amanda Olivera Otoyá</p>	<p>En general creo que va bien de acuerdo al prototipo. Sin embargo, en la voz del señor con la chica, me parece que no es una buena combinación. Ella es un poco más pausada, me parece que hablara con la nariz, entonces noto un desbalance en cuanto a las voces. En cuanto a los reportes en vivo, él último me pareció muy largo, pero no largo en cuanto al tiempo que en teoría se debería dar, sino porque la entrevista no ha estado más al detalle. Después, me hubiese gustado que al final del reporte en vivo se pudiese dar como una conclusión.</p> <p>En algunos lados, muy rápido empalma que sobrepone a la voz, a muy grandes rasgos.</p> <p>En el reporte en vivo se hubiera complementado con un dato, en el ICPNA, tal película o en el DRC, para que así no se te haga muy larga. Quizá así se hubiera hecho un poco más rápida.</p> <p>También en la voz del señor, va más al</p>

	<p>estilo de RPP que lo que hace la chica, por eso que también sentimos una gran diferencia, que le falta dinamismo a la chica y un poco más elevada la voz, porque para él parte del ritmo.</p>
<p>Carlos Tejada Lombardi</p>	<p>Me parece que una de las voces es completamente distinta, menos dinámica. La música a mí me parece muy tediosa, a pesar de que el boletín debería ser serio, pero no estaría mal en innovar, debe ser algo más alegre.</p>
<p>Jorge Luis Vallejo Castello</p>	<p>Lo mismo. Si se recordase un poco la segunda secuencia en vivo. Hablando de ciencias políticas, en lo que el ciudadano quiera mejorar, en cultura cívica, hay programas que no contribuyen para ello. Tal vez, si el microinformativo radiofónico de este tipo, podría ser... si es que se recuerda un poco la segunda secuencia en vivo.... Hacer un bloque de 20 segundos como para darle más agilidad al programa. Por ejemplo, nadie conoce sobre las Ordenanzas y las leyes, muy pocos la conocemos... no entrar a detalles sino que hacer una referencia de lo que se va a debatir a nivel nacional...</p>
<p>Paola Hernández Llontop</p>	<p>No he visto defectos, será porque no es mi carrera, sobre las pautas, las normas, respecto a su carrera. Me parece interesante para mí, como persona particular que escucha noticia, para mí está bien, me orienta, me ubica, me da la información resumida e importante, personalmente me ha gustado. Si se está haciendo las observaciones, hay que mejorar.</p>
<p>Luis Larios Seclén</p>	<p>No sé tanto de detalles porque no es mi carrera pero sí he visto algo diferente, porque yo escucho RPP todas las mañanas. Me ha llamado la atención. Así como dijimos la vez pasada, hay reportes</p>

	<p>en vivo, porque es allí donde el periodista debe irse al lugar para informarle a la población la noticia correcta y no inventar porque yo siempre escucho que otras radios inventan sobre las noticias y tal cosa.</p>
<p>Javier Benites Alcántara</p>	<p>Yo también digo esa parte sobre el reporte en directo. Hay que cambiar un poco la vocalización, luego las noticias están entendibles hay sobre deportes y salud. El resto está bien.</p>
<p>Marco Arbulú Ballesteros</p>	<p>Yo no soy comunicador por lo tanto, he omitido opiniones como ha hecho algunos docentes, por eso yo no podría hacer. Mi opinión está en la óptica de oyente común. A mí sí, me ha gustado, por eso no indica que he desacredite las observaciones que se han levantado. Seguramente si se dan esas observaciones, el producto se hace mucho mejor. Todos los productos que deben pasar a bueno, pasan por una evolución así pase muchos años. Pero lo que tu lo que estás haciendo ahorita, la gente te identificó con RPP, yo creo que hay que ver la parte buena, se trata de coger lo mejor hasta que tú vayas cogiendo moldeando lo mejor.</p>
<p>Carmen Eneque Atencio</p>	<p>Felicitarle porque también has podido captar las sugerencias que desde nuestra óptica como futuros oyentes de tu microprograma. Desde la óptica de oyente, me ha gustado mucho. Me imaginaba a la persona que estabas entrevistando en vivo, me imaginaba a un señor común, que estaba indignado por el costo de pasaje. Y eso es lo que has logrado en que el oyente se pueda familiarizar con tu micronoticiero. Por mi parte, es un producto bueno. Y de todas, maneras que tendrás que apoyarte de expertos que te ayudarán a crecer.</p>
<p>Carol Lara Saavedra</p>	<p>Siempre hay cosas que mejorar, y eso es lo que varias personas, lo mencionaron, tienes que tener en cuenta que tú vas a dar esto a un público</p>

	<p>objetivo, que es tu mercado, que te va a escuchar. Son gestiones mejorables. Lo de “<i>Planeta Azul</i>”, si estuvo un poco largo porque no era muy interesante, pero con el tiempo se da la práctica para ver que es interesante para el público, has tomado en cuenta lo que te hemos dicho, y eso es importante que sea tu público el que te dé la venia o te rechace.</p>
<p>Erick Carranza Cúzman</p>	<p>Yo sí lo veo algo parecido a lo que hace RPP por la música y la redacción de noticias. Como radioyente si me ha parecido excelente. Y, por lo que te han dicho los profesores, las recomendaciones que te han dado, hay que tomarlo en cuenta.</p>
<p>Lic. Flor Villalobos Guevara (Especialista radial)</p>	<p>Se debe mejorar dos puntos importantes: desde del lenguaje radial y desde la producción radiofónica. El primer punto son las locuciones no son compatibles, la intensidad de voz son totalmente diferentes. Una de las locutoras tiene la voz más alta, y la voz es un poquito difícil en el momento de apreciarla al momento de sus locuciones. Luego, el locutor que si tiene una buena voz, impostada y vocalizada. También en cuanto a los participantes tienen un estilo muy similar a los de RPP, no es tan igual. Entonces, allí tienes que buscar muy buenos locutores, porque lo que escuchas de la radio Capital, Nacional y RPP, tú los escuchas y son compatibles, muy buena la voz, entonces, tienes que buscar eso, que jale la atención desde la locución.</p> <p>Desde el punto de vista de contenido, se debe trabajar con dos reportes, si es que estás trabajando un boletín informativo que va de 4 a 7 minutos, según el estándar del lenguaje radial, tú estás trabajando dos reportes radiales que son despachos en vivo y en directo; entonces, esos despachos tienen que ser algo interesantes. Es la noticia que da vueltas y que gira alrededor de los 30 minutos, creo que hay otro dato importante que el programa infantil que se podría haber tratado sobre las Ordenanzas municipales que son tan importantes para los 30 minutos que eso gira alrededor de la</p>

	cobertura informativa, yo creo allí a mi criterio si se debe trabajar. Por el estilo, sí marcas la diferencia con RPP. Al boletín podrías agregarle un reporte más porque los boletines informativos que pasan en RPP van hasta 3 ó 4 reportes. También el referente “en directo” porque es cómo lo dice RPP, hay que marcar la diferencia.
--	---

Discusión de resultados de grupos focales

Al culminar la ejecución de los dos grupos focales, se cumplió con el objetivo principal de la investigación el de proponer el proyecto de programa piloto de un boletín informativo radiofónico para mejorar la producción de boletines que se transmitirán en la programación de una emisora de cobertura regional en Lambayeque, con la producción y emisión de un piloto. Pero, esta propuesta también se ha logrado con la ayuda de la participación de 9 oyentes por cada reunión.

En el primer grupo focal, los participantes expresaron libremente sus gustos y preferencias. Al igual que los encuestados, ellos también indicaron las facilidades que les da el medio radial. Ambos coinciden con un horario matutino.

La radio persigue la cotidianidad de los participantes en todas las actividades que realizan, siempre está presente. Si buscan informarse, ellos comentaron que RPP Noticias es la radio que lleva mayor credibilidad y respeto, a comparación de otras radios del departamento de Lambayeque.

Los participantes enfatizaron mucho sobre la importancia de la locución de noticias en un boletín informativo radiofónico, hicieron valorativo el trabajo de los locutores y el lenguaje sencillo que deben utilizar para su comprensión en la noticia.

“En el lenguaje oral de la radio debe emplearse un vocabulario de uso corriente o coloquial, evitando la utilización de terminología perteneciente a la técnica y a las ciencias”. (Prado, 1985, p.35).

Agregaron que si el boletín estuviera basado solo en lectura de noticias, no tendría tanta riqueza el microinformativo radiofónico. Pues, recalcaron la inclusión de datos como misceláneas y efemérides, además de la gran participación que debe de tener el radioyente, como protagonista también del hecho, entonces se habla de un Vox Populi:

“Este tipo de formato busca propiciar, hasta cierto punto, un diálogo entre el informante, el escucha y el que opina. Sería un gran error usar el formato para proclamar una opinión ganadora sobre la otra” (Moreno, Cuéllar y Gallardo, s.f, p.24).

Por tanto, lo que realmente pidieron los participantes del grupo focal fue un boletín acreditado radiofónico, así lo denomina Suárez:

“Este boletín es redactado con noticias escritas, leídas por el locutor, y reportes grabados, cortes de voz, piezas o directos. Prima mucho las voces de los protagonistas de los hechos, creando un impacto perceptivo” (2007, p.42).

De esta manera, sin dejar de lado la emisión de alguna entrevista sobre algún tema específico como salud, cultura, deporte, tecnología, economía; entre otros. Estos son los llamados Enlaces en Vivo, o radiofónicamente denominados “despachos”, los cuales son muy imprescindibles:

El boletín, permite la inclusión de aportaciones externas a la redacción: una crónica de un corresponsal, la intervención del locutor de una emisora de la cadena, una conexión en directo con un redactor que narra los últimos acontecimientos ocurridos en la calle. (Martínez, 2002, p.176).

A los integrantes del grupo focal, se les explicó la terminología radiofónica para que puedan comentar o responder y estar al nivel a través del lenguaje radial. Ellos optaron por escuchar en el boletín radiofónico, ya sea pastillas radiales (noticias cortas) y/o titulares. Indicaron además, que necesitan escuchar lo importante a la brevedad posible. Con una pastilla radial o nota simple de unos 20 segundos serían casi lo suficiente para enterarse del último acontecimiento del momento.

Aquí su definición según López:

“En la mayoría de los casos, dos párrafos o tres serán suficientes para resolver las 6 preguntas planteadas. Una nota simple puede durar entre 20 segundos y 40 segundos para mantener su buen ritmo.” (López, s/f , p.153).

Después de todas estas aportaciones, se realizó el segundo grupo focal y, se presentó el programa del piloto de boletín informativo radiofónico. Aquí se complementó el logro definitivo de los objetivos de la investigación.

En esta segunda reunión, participaron las mismas personas del primer grupo focal, además de profesores, y de la presencia de la especialista radial; quienes presentaron apreciaciones críticas, precisiones que llevaron a la importancia de la producción de boletines informativos radiofónicos para la región. De esta manera, se confirma la efectividad que tiene este formato informativo radial.

“Estos boletines informativos sirven para que el radioyente se mantenga informado puntualmente y no pierda el hilo de la actualidad.”. (Marín, 2006, p.8.).

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

El boletín informativo de la hora es un micro informativo que presenta las noticias que han ocurrido en el último momento del día o de la hora. Su público objetivo va desde los 18 a 45 años de edad, cuyo nivel socioeconómico B. Este dato va de acuerdo a las encuestas y al grupo focal realizado.

La producción está a cargo de la investigadora y de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, el horario seleccionado para este boletín informativo radiofónico, tendrá más audiencia en las mañanas a partir de las 7:00 a.m. hasta las 10 a.m, pero su emisión será siempre diaria; cada media hora, con la presentación de locuciones de noticias y reportes en vivo, entre otros agregados (misceláneas, efemérides). Su duración podrá tener entre los 3 a 7 minutos.

Como propuesta inicial se hará un corte en la programación de una radio, por el tiempo que tiene la emisión de un Boletín (ya que sus tiempos de emisión y producción son cortos). La transmisión será en radio Exitosa, con quién ya se ha coordinado, debido a que es la segunda emisora de informativos más sintonizada a nivel regional, después de la reconocida emisora nacional RPP Noticias. Esta precisión en la propuesta, toma a consideración la aplicación de instrumentos en la investigación.

Tiene como opción publicitaria contar por el momento con un auspiciador, y podría llegar hasta dos o más de acuerdo al nivel de aceptación de la audiencia.

Esta propuesta tiene como finalidad emitir un formato corto, noticioso e interesante para la audiencia, brindando información actualizada sobre el acontecer local, regional, nacional e internacional.

Su **objetivo principal** es llegar a mejorar la producción de Boletines Informativos radiofónicos a nivel regional en la frecuencia modulada de la Radio. Y como **objetivos específicos** es alcanzar mayor sintonía en boletines Informativos radiales, ofrecer información noticiosa imparcial y fidedigna sobre el acontecer local, nacional e internacional y con mayor énfasis en los hechos locales.

El boletín informativo de la hora, se hace diferenciar de los demás boletines por su gran agilidad en las locuciones a dos voces y en la música de fondo que lleva. Es un formato informativo que quiere llegar con facilidad a su público objetivo, diferenciándose de lo tradicional.

A) Sinopsis:

Inicio:

Intro, extro y conducción	2'.19"
Plantilla de Presentación	0. 20"
Efeméride del día	0.14"

Desarrollo:

Bloque I: Información Regional	0. 50"
Reporte en vivo I	1'.15"
Bloque II: Información Local	0. 40"
Reporte en vivo II	1'. 30"
Bloque III: Indicativo del día	0. 10"

Conclusión

Aviso público	0.10"
Plantillas de Despedida	<u>0. 20"</u>
	6'.04"

B) Estructura

Plantilla de Presentación (PP):

Es un fragmento musical y textual de apertura para lograr en el boletín su identificación, sello y matiz dentro de la programación de la emisora en la que se difunda.

En la PP, hay una Publicidad Directa, publicidad radiofónica de corta duración mencionada por uno de los locutores del boletín.

Efeméride del día:

El boletín informativo antes de empezar con la información noticiosa, presenta como dato cultural a un suceso notable ocurrido en la fecha.

I Bloque:

Con dos titulares regionales que tienen como base la estructura de redacción radiofónica informativa.

- **Titulares.-** Son las noticias más relevantes presentadas en forma breve, con el fin de atraer la atención del oyente, sus datos responden aunque sea a las tres grandes preguntas del qué, quién, cuándo, y si es que se quiere dar más datos se sigue aplicando el criterio de redacción de las 6W (seis preguntas) de la noticia.

II Bloque:

- **Pastilla Radial.-** Es una noticia corta. Consta de una redacción de 6 líneas, su duración es de 20 a 22 segundos.

En este bloque se presenta una Pastilla radial sobre el acontecer local, con información deportiva y económica; cuya redacción y técnica se basa en la bibliografía consultada.

- **Reportes en vivo o Despachos.-** A través de un teléfono móvil, el Corresponsal informa declaraciones cortas acerca de eventos o personas destacadas del ámbito político, económico y social.

‘El Boletín Informativo de la Hora’, tiene intercaladamente dos Reportes en Vivo, el primero sobre un hecho de interés regional y el segundo es una entrevista a un especialista sobre un tema trascendente y actual.

Ambos reportes tienen una duración mínima de minuto y medio, tal como lo indican la bibliografía consultada y los periodistas entrevistados.

Este bloque también tiene tres titulares, en donde se aplican con énfasis las Reglas de Redacción en Radio.

III Bloque:

- **Indicativo.-** Es la presentación de una secuencia. En ella tiene: nombre de secuencia, acompañada de texto o slogan, música y efectos; en algunas circunstancias.

Dentro de este bloque se presenta un indicativo sobre un tema de salud que orienta a los oyentes.

Aviso Público:

Es para mantener a la audiencia actualizada sobre temas de interés ciudadano que durante el día o del momento tuvieron amplia cobertura.

Para cerrar la información noticiosa, el boletín presenta esta sección.

Plantilla de Despedida (PD):

Se trata de un fragmento musical que aparece al final del boletín informativo radiofónico, la cual hace recordar a la audiencia que el boletín tendrá una próxima emisión horaria.

‘El Boletín Informativo de la Hora’, como formato consolidado en tiempos, suma los 6 minutos pauteados en radio.

Posteriormente, esta estructura de boletín podría variar, en cuanto al contenido u orden de sus bloques, de acuerdo al criterio y estrategias de producción.

C) Presupuesto

Recursos:

i) Materiales de la productora:

• USB	S/.	50
• Discos Compactos en blanco	S/.	30
• Papel membretado	S/.	18
• Útiles de escritorio	S/.	20
• Lapiceros	S/.	8

S/.	126
-----	-----

ii) Económicos:

• Pasajes de producción	S/.	100
• Pago a equipo de producción:		
✓ Productor	S/.	1000
✓ Operador	S/.	600
✓ Locutores	S/.	600
✓ Reportero	S/.	700

S/.	3 000
-----	-------

Pago a emisora como concesión de lunes a viernes: S/.800 mensual
(Según la cotización de las emisoras locales)

IMPORTE TOTAL MENSUAL: S/.3 800

Guión del piloto de Boletín Informativo Radiofónico

ESQUEMA DE BOLETÍN INFORMATIVO DE LA HORA

INTRO, EXTRO Y CONDUCCIÓN	2.19
PP	0.20
TITULAR REGIONAL	0.25
TITULAR REGIONAL	0.25
PASTILLA LOCAL	0.10
REPORTE EN VIVO	1.15
TITULAR LOCAL	0.10
TITULAR ECONOMÍA LOCAL	0.10
TITULAR DEPORTE LOCAL	0.10
REPORTE EN VIVO	1.30
INDICATIVO DEL DÍA	0.10
AVISO PÚBLICO	0.10
PD	0.20

6'.04"

PLANTILLA DE PRESENTACIÓN

CONTROL: INTRO SUBE /BAJA /SE MANTIENE FONDO-CD1-TRACK 01

LOCUTOR 01: Súmate a conocer los hechos más importantes
ocurridos durante las últimas horas.

LOCUTOR 02: Este es "El Boletín Informativo de la hora"
Con el auspicio de:

LOCUTOR 01: Tottus, "paga menos, vive mejor".

CONTROL: EXTRO SUBE/BAJA/ SE DESAPARECE FONDO-CD1-TRACK 01

GUIÓN DE BOLETÍN INFORMATIVO RADIOFÓNICO
"El Boletín Informativo de la hora"

CONTROL: LANZA PLANTILLA DE PRESENTACIÓN - CD 2 - TRACK 01

CONTROL: CORTINA SUBE/BAJA/SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO CD2
- TRACK 02

LOCUTOR 01: 8 y 1 minuto de la mañana.

LOCUTOR 02: Hoy es martes, 17 de abril del 2012, recordamos...

En 1879: El gobierno del general Mariano Ignacio Prado crea la "Junta Central de Ambulancias Civiles de la Cruz Roja", que se llamaría después Cruz Roja Peruana.

LOCUTOR 01:

EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN ALGODONERA DE LA REGIÓN, JORGE ESQUERRE ASCENCIO DIJO QUE ESCASEZ DE AGUA REDUCIRÍA EN 60% SIEMBRA DE ALGODÓN.

"UN 6% DE ALGODONEROS DE DISTRITOS DE LA REGIÓN, SÓLO SE LES DIO TRES HORAS DE AGUA POR HECTÁREA", MANIFESTÓ ESQUERRE.

DIJO ESPERAR A QUE LAS CONDICIONES MEJOREN PARA EVITAR PÉRDIDAS DE HECTÁREAS DE CULTIVOS QUE SE INSTALARÁN.

LOCUTOR 02:

EL GOBERNANDOR DE LAMBAYEQUE, MARCO FLORES ANUNCIÓ OPERATIVOS PARA ELIMINAR APARATOS PIROTÉCNICOS EN MERCADOS.

DIJO QUE SE REUNIÓ CON INSTITUCIONES VINCULADAS AL TEMA E HIZO UN LLAMADO DE APOYO A LOS ALCALDES DISTRITALES Y PROVINCIALES PARA EVITAR ACCIDENTES CON EXPLOSIONES PIROTÉCNICAS.

LOCUTOR 01:

SEIS MIL VEHÍCULOS OBSOLETOS HASTA JUNIO DEL 2013 DEJARÁN DE CIRCULAR.

Secretario general de la coordinadora regional de transporte público, Ruperto Miñope dijo que en Chiclayo comprarán vehículos modernos que suplirán a los de 1982.

Cambio vehicular evitará incomodidad al llamado quinto pasajero, ello causará próximas alzas de pasajes.

LOCUTOR 02: Tenemos enlace en vivo con Lucía Sánchez

CONTROL: PASA REPORTE EN VIVO - CD2 - TRACK 03

CONTROL: CORTINA SUBE/BAJA/SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO CD2 - TRACK 02

LOCUTOR 01:

HOY SERÁ CONVOCATORIA A JUNTA DE PROPIETARIOS DE PUESTOS DE MERCADO MODELO.

LOCUTOR 02:

INVERSIÓN DE 20 MILLONES DE SOLES PARA PRÓXIMOS PROYECTOS TURÍSTICOS LAMBAYECANOS.

LOCUTOR 01: En deportes...

BALONCESTO MIXTO SUB 15 CONTINÚA ESTE DOMINGO EN COLISEO CERRADO DE CHICLAYO.

LOCUTOR 02: Tenemos información en vivo. Adelante con la nota.

CONTROL: PASA REPORTE EN VIVO CD 2 - TRACK 04

CONTROL: CORTINA SUBE/BAJA/SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO CD2
- TRACK 02

LOCUTOR 01: 8 y 4... En salud al día:

LACTANCIA MATERNA POR SEIS MESES, REDUCIRÍA CÁNCER DE MAMA,
SEGÚN INVESTIGACIONES MÉDICAS

LOCUTOR 02: Aviso a la comunidad..

EL FESTIVAL DE CINE LIMA INDEPENDIENTE ORGANIZA LA
PROYECCIÓN DEL DOCUMENTAL PERUANO "CHOLEANDO" DE ROBERTO
DE LA PUENTE.

EL DOCUMENTAL SE PRESENTARÁ EL PRÓXIMO VIERNES 27 DE ABRIL
A LAS 7:30 PM. EN EL CINECLUB DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE
CULTURA DE LAMBAYEQUE

CONTROL: LANZA PLANTILLA DE DESPEDIDA - CD 2 - TRACK 05

PLANTILLA DE DESPEDIDA

CONTROL: INTRO SUBE / BAJA / SE MANTIENE - CD1 - TRACK 01

LOCUTOR 01: "El Boletín Informativo de la hora", llegó gracias al auspicio de:

LOCUTOR 02: Tottus, "paga menos, vive mejor"

LOCUTOR 01: Dentro de treinta minutos volvemos con más información.

CONTROL: EXTRO SUBE / BAJA / SE DESAPARECE CD1 - TRACK 01

CONCLUSIONES

- I. Según investigaciones bibliográficas consultadas, realización de grupos focales, aplicación de encuestas y aportaciones de los profesionales de RPP Noticias; la producción de boletines informativos radiofónicos no solo consta de una simple locución de noticias, como se puede escuchar a diario en los informativos locales, sino que también deberían estar elaborados con secuencias o bloques que enriquecen y efectivizan la creatividad en radio con: reportes en vivo, indicativos, efemérides, misceláneas o musicalización que el oyente solicita escuchar para recepcionar el mensaje en forma ágil y amena, y de este modo interiorizar los mensajes; tal y como propone el proyecto de programa piloto de la presente investigación.

- II. A nivel regional, hay una deficiente producción de Boletines Informativos Radiofónicos. Sin embargo, según nuestro diagnóstico existe una fiel audiencia de boletines informativos que exige sintonizar una información noticiosa bien estructurada, fidedigna, original, breve, actual y de producción local.

- III. Es necesaria la producción de boletines informativos radiofónicos porque es un aporte para la formación informativa, educativa, cultural y social del oyente. Por eso, la propuesta presenta la producción de guión de boletines, cuya estructura está elaborada en secuencias y bloques con la redacción de titulares, despachos informativos, indicativos, el uso de géneros periodísticos como la entrevista y la noticia, el uso de publicidad promocional como técnica radial, acompañados todos de una correcta locución y un adecuado manejo de la edición, con creatividad en la estrategia de producción. De esta manera, esta propuesta puede servir de base para futuras producciones de boletines informativos radiofónicos por su contenido noticioso, ya que se ha seguido los aportes y propuestas de periodistas radiales y de las sugerencias de una muestra proporcional del público.

REFERENCIAS

- ❖ Albert, P. & Tudesco, A. (2002). *Historia de la Radio y Televisión*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ❖ Alegría, A. (1988). *OAX: Crónica de la radio en el Perú. 1925- 1980*. Lima: Radioprogramas Editores.
- ❖ Antón, F. (1995). *Historia de la radio en el Departamento de Lambayeque. Lambayeque: Utopía Norteña 2*. Extraído el 2 de mayo de 2012, de <http://portal.fachse.edu.pe/sites/default/files/UN2-Facundo.pdf>
- ❖ Araya, C. (2006). *Cómo producir un programa de radio*. Revista de la Universidad de Costa Rica. Extraído el 19 de abril de 2011 de, <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/440/44030211.pdf>
- ❖ Asociación Nacional de Periodistas del Perú. Universidad Jaime Bausate y Meza". Categoría Universitaria. Ley N° 25167. (2007). *Periodismo Radial I*. Lima: La Gaceta.
- ❖ Asociación Nacional de Periodistas del Perú. Universidad Jaime Bausate y Meza. Categoría Universitaria. Ley N° 25167. (2007). *Periodismo Radial: Producción de Noticiarios*. Lima: La Gaceta.
- ❖ Barbier, F. (1996). *Historia de los medios: De Diderot a Internet*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- ❖ Baran, J. (2005). *Comunicación masiva en Hispanoamérica: Cultura y literatura mediática*. México, D.F. McGraw Hill Interamericana.
- ❖ Bisbal, M. (s/f). *La radio en Venezuela: ¿hacia una estructura de concentración distinta?*. Extraído el 2 de mayo de 2012, de http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM199174_18-30.pdf
- ❖ Borja, J. (s/f). *El Guión*. Extraído el 27 de agosto de 2011, de <http://dSPACE.ups.edu.ec/bitstream/123456789/304/7/Capitulo5.pdf>
- ❖ Bustamante, E. (s/f). *Los primeros veinte años de la radio en el Perú*. Extraído el 20 de abril de 2011, de www.ulima.edu.pe/revistas/contratexto/v3/pdf/art11.pdf
- ❖ Camacho, L. (s/f). *El arte radiofónico en América Latina. Entre Ariel y Calibán*. Extraído el 20 de abril de 2011, de <http://asrav.net/arteradiofonicoenamerica.pdf>
- ❖ Cigoj, L. & Dubois, P. (2006, Diciembre). *Géneros radiales y televisivos*. Extraído el 20 de abril de 2011, de

<http://www.liceus.com/cgi-bin/ac/pu/TP%20FINAL%20DOLINA.pdf>

- ❖ Cornejo, C. (s/f). *Periodismo en Radio*. Extraído el 28 de agosto de 2010, de <http://www.borriones.net/audiovisual/peradio.pdf>
- ❖ Dominick, J. (2001). *La dinámica de la comunicación masiva*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- ❖ Dieciséis años en el éter lambayecano. (2011). Consultado el 18 de noviembre de 2011, de Radio JHC, www.radiojhcfm.com
- ❖ Falcone, A. (2003). *Principales características de la radio como medio*. Extraído el 2 de mayo de 2012, de <http://natanael2000.tripod.com/radiotvweb.htm>
- ❖ Fernández, D; Chaparro, F; Lopa, C & Aliaño, C. (s/f). *Radio on Air*. Extraído el 10 de enero de 2011, de www.uhu.es/62024/factoria/2006.../6radio_y_e_musical.pdf
- ❖ El Aire. Recortes periodísticos. (2009, marzo). *Breve historia de la radio y la televisión*. Extraído el 20 de noviembre de 2011, de http://www.jsconsultores.com/historia_mundial.pdf
- ❖ Galarza, T. (2003, Febrero). *Tesis Doctoral: Estrategias Interactivas en la Radio Comunitaria Educativa*. Extraído el 18 de abril de 2011, de http://www.tesisexarxa.net/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0123104-152953/tgc1de1.pdf
- ❖ Gargure, J. (2007, Octubre). *Orígenes del periodismo radial en el Perú - I Sur*. Extraído el 02 de mayo de 2012, de <http://blog.pucp.edu.pe/item/14877/origenes-del-periodismo-radial-en-el-peru-i-sur-por-jacqueline-oyarce-cruz>
- ❖ Gonzáles, M. (2009). *La radio, el sonido de la supervivencia*. 2da edición. Madrid: Universidad de Madrid.
- ❖ GrupoRPP. (2012). Radio Capital, de www.radiocapital.com.pe
- ❖ Hausman, C. Benoit, P & O'Donnell, L. (2001). *Producción en la radio moderna*. México: Thompson learning.
- ❖ Hernández, M. (2011, 17 de junio). *Radio periodismo. Musicalización de boletines informativos*. Extraído el 12 de agosto de 2011, de <http://elartedehacerradio.blogspot.com/>
- ❖ Hilliard, R. (2000). *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. 7^{ma} edición. México: Thompson editores.
- ❖ Instituto Nacional de Estadística e Informática (2007). Censo nacional de población y vivienda 2007. Extraído el 12 de Noviembre de 2010, de

http://www1.inei.gob.pe/perucifrasHTM/inf-dem/cuadro.asp?cod=9155&name=d14_04&ext=jpg

- ❖ Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú. (2011). Historia de radio Nacional. Extraído el 12 de agosto de 2011, de <http://www.radionacional.com.pe/?option=reshis>
- ❖ Jiménez, S. (2008). *El uso de la palabra en los Informativos Radiofónicos*. Extraído el 23 de julio de 2011, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/168/16812702007.pdf>
- ❖ Jiménez, S. (2008). *La opinión de la audiencia sobre las formas creativas en los programas informativos radiofónicos*. Revista Comunicación y Hombre · Extraído el 23 de julio de 2011, de <http://www.ufv.es/docs/comyhomb4investigaciones1.pdf>
- ❖ Jiménez, S. (2007). *Las posibilidades expresivas de los géneros informativos: usos en los noticiarios de la radio española*. Extraído el 23 de julio de 2011, de http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=42
- ❖ La Radio. (s/f). Extraído el 19 de abril de 2011 de www.iesdbosco.com/marcos/departamentos/lengua/.../5%20La%20radio.pdf
- ❖ Legorburu, J. (2001, Marzo). *Tesis doctoral: Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo*. Extraído el 18 de octubre de 2010 de www.ucm.es/BUCM/tesis/inf/ucm-t25240.pdf
- ❖ López, I. (s/f). *Manual urgente de Radialistas Apasionados*. Ecuador. Extraído el 20 de febrero de 2011, de <http://es.scribd.com/doc/15073915/ManualUrgenteRadialistas>
- ❖ Manual de estilo de la Corporación RTVE. (s/f). *Los espacios informativos. Boletín de Noticias*. Extraído el 24 de julio de 2011, <http://manualdeestilo.rtve.es/rne/3-2-los-espacios-informativos/3-2-1-el-boletin-de-noticias/>
- ❖ Martínez, M. (2002). *Información Radiofónica: Cómo contar noticias en la radio de hoy*. España: Editorial Ariel.
- ❖ Martínez, M. (2005). *Lenguaje, géneros y programas de radio: introducción a la narrativa radiofónica*. Pamplona. Universidad de Navarra.
- ❖ Marín, C. (2006). *Periodismo audiovisual. Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Extraído el 23 de julio de 2011, de

<http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/6/biblio/6MARIN-Carles-Tipos-de-programas-para-radio-y-tv.pdf>

- ❖ Marín, O. (s/f). *La Radio*. Extraído el 20 de abril de 2011, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/1256/7/06CAPI05.pdf>
- ❖ Mejía, F. (2007, marzo - mayo). *Historia de la radio mexicana (1920 – 1926)*. Revista Comunicación y cultura. Extraído el 21 de noviembre de 2011, de <http://web.upaep.mx/revistaeyc/radiomexicana.pdf>
- ❖ Merayo, A. (2007). *La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico, prospectiva*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones.
- ❖ Minkov, M. (1984). *Periodismo Radiofónico*. Praga: Organización Internacional de Periodistas.
- ❖ Montañez, G. (s/f). *Tu amiga la radio*. Extraído el 20 de abril de 2011, de http://books.google.com/books?id=H5legpRd4_cC&printsec=frontcover&dq=tu+amiga+la+radio&hl=es&ei=PI6yTaXNDIPL0QHhpfmWCQ&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CDEQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false
- ❖ Moreno, N; Cuellar, J; Orillan, R & Gallardo, A. (s/f). *Cultura lenguaje audiovisual*. Extraído el 22 de abril de 2011 de http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rmartel/document/manual_mac/capitulo3.pdf
- ❖ Moreno, P. (2008). *Programas y lenguajes radiofónicos en el contexto social actual*. Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación. Universidad de Sevilla. Núm. 17, 2008, pp. 161-170. Extraído el 20 de abril de 2011, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/168/16812702010.pdf>
- ❖ Ochoa, C. (2006). *Diseño y producción de la radio revista “Hora Cero”*. Capítulo III. Extraído el 22 de abril de 2011, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/306/5/Capitulo3.pdf>
- ❖ Ortiz, M. (1995). *Diseño de programas en radio: guiones, géneros y fórmulas*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- ❖ Ortiz, M. (2009). *La creatividad como valor añadido en los contenidos informativos*. Revista Creatividad y Sociedad. Nº 13. Pp.237-260
- ❖ Portugal, M & Yudchak. (2008). *Hacer Radio. Guía Integral. Cómo se hace un programa de radio, paso a paso*. Prólogo de Nelson Castro. Buenos Aires: Galerna.
- ❖ Prado, E. (1985). *Estructura de la Información Radiofónica*. Barcelona: Editorial Mitre.

- ❖ Proyección de un programa de radio. Extraído el 28 de septiembre de 2010, de http://omcweb.urcm.net/archivo/pdf/PROYECCION_DE_UN_PROGRAMA_DE_RADIO.pdf
- ❖ Radiodifusión. (s/f). *Historia de la radio*. Extraído el 18 de octubre de 2010, de http://www.mundodescargas.com/apuntes-trabajos/telecomunicaciones/decarregar_radiodifusion-chilena.pdf
- ❖ Radio Programas del Perú. (2012). Extraído el 04 de junio de 2012, DePeru.com de, <http://www.deperu.com/abc/telecomunicaciones/512/radio-programas-del-peru-rpp>
- ❖ Radio Santa Victoria 99.7FM. La primera fuerza periodística del norte. (2009). Consultado el 18 de noviembre de www.radiosantavictoria.com
- ❖ Rodero, E. (2005). *Producción Radiofónica*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- ❖ Reyes, M. & Vorher, V. (2003, 13 de mayo). Tesis: Fundamentos conceptuales para el diseño de un noticiario en radio para niños y bases para su producción. Capítulo IV. Extraído el 22 de abril de 2011, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/reyes_v_m/capitulo4.pdf
- ❖ Rodero. E. (s/f). *Producción Radiofónica*. Extraído el 25 de noviembre de 2011, de <http://www.perio.unlp.edu.ar/produccionradiofonica1/Bibliografia/roderoanton.pdf>
- ❖ Sainz, V. (2003). *La Radio: voz, sonido e información*. Madrid: Universidad Antonio de Lebrija.
- ❖ Saura, S. (2008, 26 de agosto). *Radio Escolar II - Elaboración de un boletín informativo*. Extraído el 23 de julio de 2011, de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/cajon-de-sastre/38-cajon-de-sastre/622-monografico-radio-escolar-ii>
- ❖ Scoff, S. (1995). *Así se crean programas de radio*. Barcelona: CIMS.
- ❖ Suárez, M. (2007). *Dramaturgia audiovisual: guión y estructuras de informativos en radio y televisión*. España: La Reserva, servicios Editoriales.
- ❖ Tapia, D. (2003). *Tesis: Retos y perspectivas de la radio universitaria de cara al siglo XXI*. Extraído el 12 de setiembre de 2011, de <http://www.razonypalabra.org.mx/tesisradio.pdf>

- ❖ Tapia, J. (s/f). *66 segundos: La escritura de las noticias en la radio*.
Extraído el 13 de mayo de 2011, de
http://www.perio.unlp.edu.ar/produccionradiofonica1/Bibliografia/tapia_fernandez.pdf
- ❖ USSRadio Web. (s/f). USS Radio.net. Consultado el 18 de noviembre de 2011, de www.usradio.net
- ❖ Valles, A. (2010, mayo). *Historia de la radio, la televisión en el Perú y el mundo*. Extraído el 10 de julio de 2012, de
<http://vallescordova120.blogspot.com/2010/05/historia-de-la-radio-la-television-en.html>
- ❖ Vásquez, C. (2010, Noviembre). *Cómo elaborar un noticiero radiofónico*.
Extraído el 23 de julio de 2011, de
www.upana.edu.gt/web/upana/tesis-comunicacion/.../215-td-c2-11-v335-
- ❖ Velezmoro, K. (2002). *Producción de despachos en el área judicial en CPN radio*. Extraído el 14 de septiembre de 2010, de
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/Velezmoro_C_K/t_completo.pdf

ANEXOS

Anexo Nº 01 Redacción de titulares de RPP Noticias

Impreso a las 01:58 p.m. de 03/09/2011

---- Grupo R. P. P. ----

Todo el Perú a la vez

TITULAR : 14:00

PERIODISTA : GRIMANESA ESTHER FALCON SANCHEZ

FECHA : 03/09/2011 HORA : 01:32 p.m. CODIGO : 0000835227

=====

HOY ES SÁBADO, 3 DE SETIEMBRE DE 2011 ... AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO.

FALTAN 35 DÍAS PARA LA DÉCIMA GRAN MARATÓN DE RPP NOTICIAS QUE SE REALIZARÁ EL 9 DE OCTUBRE.

EL PRESIDENTE OLLANTA HUMALA VIAJÓ A PUNO LLEVANDO AYUDA A LA POBLACIÓN AFECTADA POR LAS HELADAS Y ENCABEZAR DIVERSAS ACCIONES CÍVICAS

EL MANDATARIO ACOMPAÑADO DE SU ESPOSA NADINE HEREDIA, LLEGARON AL DISTRITO DE UMACHIRI EN LA PROVINCIA DE MELGAR Y LUEGO IRÁN AL DISTRITO DE TIRAPATA

LA EMBAJADA DE CHILE INVITA A LOS CIUDADANOS CHILENOS RESIDENTES EN LIMA A UNA MISA POR EL DESCANSO ETERNO DE LAS VÍCTIMAS DEL ACCIDENTE AÉREO OCURRIDO EN LA ISLA JUAN FERNÁNDEZ.

LA MISA SE REALIZARA MAÑANA A LAS 12 HORAS DE MAÑANA DOMINGO EN LA IGLESIA NUESTRA SEÑORA DE LA MEDALLA MILAGROSA.

EL CARDENAL JUAN LUIS CIPRIANI PIDIO PERDÓN SI OFENDIÓ A ALGUIEN POR DEFENDE CON PASIÓN LA VERDAD Y CRITICÓ LOS INSULTOS DICHO DE MANERA ANÓNIMA EN TWITTER Y FACEBOOK

"ESCUCHAN AL CARDENAL HABLAR Y DICEN 'QUE QUIERE ROBARSE UNA UNIVERSIDAD' Y ESO NO ES CIERTO" MANIFESTÓ CIPRIANI EN SU PROGRAMA "DIÁLOGOS DE FE"

EXPRESÓ QUE ÉL NO UTILIZA LA MENTIRA PARA HERIR Y QUE JAMÁS CONVOCARÍA A REUNIONES PARA MALTRATAR A OTRO O PARA ENGAÑAR A LAS PERSONAS

EN LIMA, FUE ENCONTRADA LA PATINADORA DE HIELO RUSA **ANASTASIA DENISOVA** Y SU HIJO DE UN AÑO, QUE ERAN BUSCADOS DESDE EL 23 DE AGOSTO POR LA POLICÍA NACIONAL

LA MUJER INDICÓ A LA POLICIA QUE HUYÓ DEL HOGAR DE SU ESPOSO MIGUEL SALAS SALDAÑA EN AREQUIPA DEBIDO A LOS MALTRATOS FÍSICOS Y PSICOLÓGICOS A LOS QUE ERA SOMETIDA

EL SALARIO REAL DE LOS TRABAJADORES CAYÓ UN 18% EN EL PERÚ DESDE 1981 A LA FECHA ADVIRTIÓ MARIO HUAMÁN, SECRETARIO GENERAL DE LA CONFEDERACIÓN GENERAL DE

TRABAJADORES DEL PERÚ CGTP

EN EL PROGRAMA ENFOQUE DE LOS SABADOS DIJO QUE SE HA PASADO DE 5 MIL 200 SOLES DE REMUNERACION PROMEDIO EN 1981 A SÓLO MIL SOLES CON CINCUENTA, EL SALARIO ACTUAL

MANIFESTÓ QUE POR EL CONTRARIO LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS HAN PASADO DEL 22.4% EN 1992 A 42% EN EL AÑO 2009 TENIENDO UN INCREMENTO DE CASI EL DOBLE

PEDRO OLAECHEA PRESIDENTE DE LA SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS DIJO QUE EL MODELO ECONOMICO QUE SE VIVE EN LA SIERRA SUR DEL PAIS ES "CASI MEDIEVAL"

"LOS CAMPESINOS NO SON DUEÑOS DE NADA, NO TIENEN CRÉDITOS Y NO PUEDEN APALANCARSE" MANIFESTO OLAECHEA EN EL PROGRAMA ENFOQUE DE LOS SÁBADOS

DIJO QUE EN ESE SENTIDO, EL RETO DEL GOBIERNO DE GANA PERÚ ES TRATAR DE CAMBIAR ESE MODELO QUE HA PERMANECIDO POR AÑOS EN EL PAIS

EL MINISTRO DEL INTERIOR, OSCAR VALDEZ, PARTICIPÓ ESTA MAÑANA DE UNA REUNION CON VARIOS ALCALDES DE CHICLAYO CON QUIENES TRATÓ EL TEMA DE LA SEGURIDAD CIUDADANA

BAJO EL LEMA "CAMBIAR PENAS POR ALEGRÍAS", CONTINUA LA RADIOTELETÓN 2011, EN LAS INSTALACIONES DEL COLEGIO SAN AGUSTÍN DE SAN ISIDRO, EVENTO DESTINADO A RECAUDAR FONDOS PARA EL HOGAR CLÍNICA SAN JUAN DE DIOS.

USTED PUEDE COLABORAR DONANDO, MEDIANTE UNA LLAMADA, A LOS TELÉFONOS DE LA FUNDACIÓN TELETÓN 717-8017 Y 717-8016

TAMBIÉN, ENVIANDO UN MENSAJE DE TEXTO DESDE MOVISTAR CON LA PALABRA TELETÓN AL 1314. ASIMISMO, A TRAVÉS DE LAS AGENCIAS BCP A NIVEL NACIONAL

RPP NOTICIAS TE INFORMA PRIMERO

EN ALEMANIA, A LOS 85 AÑOS FALLECIÓ EL PADRE DE LA CANCELLEER ANGELA MERKEL, POR LO QUE CANCELÓ TODOS LOS COMPROMISOS

EN FRANCIA, UN SUJETO FUE CONDENADO POR NO TENER RELACIONES SEXUALES CON SU MUJER DURANTE VARIOS EN AÑOS Y AHORA DEBERÁ INDEMNIZAR UNA FUERTE SUMA A SU PAREJA

EN PAKISTÁN, LAS AUTORIDADES INFORMARON QUE POR LO MENOS 2 MILLONES DE PERSONAS RESULTARON AFECTADAS POR INUNDACIONES

RPP NOTICIAS TE INFORMA PRIMERO

MAÑANA, DOMINGO, DESDE LAS 6 Y 30 DE LA MÑANA SE INICIAN LOS ENTRENAMIENTOS DIRIGIDOS EN LOS DISTRITOS DE LA PUNTA EN EL CALLAO Y VILLA EL SALVADOR, PARA LA DÉCIMA GRAN MARATÓN RPP NOTICIAS 2011

LA KARATECA PERUANA MARIA ALESSANDRA VINDROLA SE CORONÓ CAMPEONA DEL PANAMERICANO JUVENIL DE KARATE, QUE SE DESARROLLA EN LA CIUDAD DE FORTALEZA, BRASIL Y LO ORGANIZA LA FEDERACIÓN PANAMERICANA DE KARATE.

CON ESTA MEDALLA, LA KARATECA ESTÁ CLASIFICADA PARA AFRONTAR EL MUNDIAL JUVENIL DE KARATE QUE SE DESARROLLARÁ EN MALASIA DEL 10 AL 17 DE OCTUBRE DEL

**Anexo N° 02 Guía de entrevista sobre la producción de boletines
informativos radiofónico en RPP Noticias**

Fecha: 22/09/11

Hora: 12: 21 p.m.

Lugar: Lima - Edificio RPP Noticias

Entrevistadora: Lucía del Rosario Sánchez Larios

Entrevistado: Miguel Humberto Aguirre Guajardo.

Director de Contenidos en RPP Noticias (Lima) y encargado del compromiso que tiene todos los trabajadores con la empresa y la empresa con ellos.

Introducción:

El motivo por el que se realizó esta entrevista fue para conocer la evolución de la estructura noticiosa de los boletines radiofónicos, o comúnmente conocidos como micronoticiarios de informaciones de la(s) últimas hora(s). Puesto que, el entrevistado es un principal conocedor y pilar importante en la radio en cuanto al manejo de información de informativos por el gran tiempo que labora allí.

Preguntas:

1. ¿Desde que fecha trabaja en la radio? ¿Cómo llegó a ella?

Voy a cumplir 30 años en la radio. Antes era periodista del diario *Última Hora*, yo siempre conversaba con un periodista Dennis Vargas Marín que ahora está alejado del periodismo porque se dedica a la docencia, y hablábamos en cómo nosotros hacíamos radio en Chile porque aquí en Perú no había radio periodística como la nuestra, y se presentó oportunidades, me llamó, me presentó a los ejecutivos y ahí me incorporé al trabajo de la radio.

2. ¿Cuál es el criterio periodístico para la selección de la información para el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?

Nosotros tratamos de dar las noticias que el público quiere. Somos un medio reacio al publicar noticias que tengan que ver con hechos delictivos, todo el mundo las dan, y uno también tiene que darlas; pero no somos la crónica roja. Pretendemos que la gente se informe y que sepa que es lo que está pasando en el país.

3. ¿Cómo se caracterizan las noticias presentadas en los boletines informativos en RPP Noticias? ¿Tienen alguna originalidad?

Como se presentan en otros medios: un titular, un lead y un desarrollo muy breve.

Una noticia en RPP, no tiene más de 5 ó 6 líneas, salvo si es muy importante tiene 6 líneas; pero se hacen en 2 ó 3 bloques para que haya juego entre las voces de los locutores.

4. ¿Utilizan la pirámide invertida? ¿La recomienda para la redacción periodística en radio?

Hoy en día hay diferentes estilos, pero elementalmente se usa la pirámide porque la gente muchas veces no tiene el tiempo de escuchar la noticia entera, entonces escuchando el titular, el primer párrafo que es el lead, ya quiere informarse, siempre se ponen algunos detalles. La noticia en radio, no tiene que ser muy larga porque la gente no tiene mucha atención a una noticia.

5. ¿Los titulares son siempre cortísimos? ¿tienen alguna cantidad de palabras?

Con 5 ó 6 palabras, no mucho.

6. Según su conocimiento. ¿Desde que tiempo se transmiten *El Gran Resumen de la Hora* y *Los Titulares* de RPP Noticias?

Están desde que se inició *La Rotativa del Aire* porque ellos indican al oyente que es lo que está pasando, cuales son las noticias más importantes del día. Mucha gente con sólo los titulares (y eso que pasa con los periódicos, cuando la gente se para frente al kiosco y lee), que con sólo leerlos, la gente ya está informada. Ese resumen nosotros tratamos de hacerlo muy serio y la gente que escucha se da por informada, justamente lo que está pasando en el país y en el mundo.

Los titulares están en RPP Noticias desde unos 26 años.

7. ¿Ha habido alguna evolución con el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Se han aumentado, siempre han quedado más cortitos, los hacíamos de una o dos carillas. Ahora *El Gran Resumen* tiene como unos 8 minutos.

8. A veces escucho en la radio que duran unos 3 ó 5 minutos ¿tienen siempre un tiempo limitado? ¿mínimo o máximo?

Máximo 8 minutos con la presentación, los avisos o alguna grabación y los enlaces en vivos.

9. ¿Siempre es necesario colocar en *El Gran Resumen de la Hora* o en *Los Titulares*, los servicios públicos?

La radio es siempre servicio público. Todas las emisoras están para servir a la comunidad. La radio siempre pone servicios.

10. Con respecto a los despachos. ¿Usted cómo cree conveniente colocarlos en *El Gran Resumen de la Hora* o *Los Titulares*, cuántos deben haber?

Según la calidad de la noticia. Si la noticia es intrascendente no, si la noticia es trascendente va y la ampliación de un titular también va. Es según la importancia de la noticia, para eso no hay ley.

11. ¿La importancia de la noticia puede ser de tema deportivo o político? ¿Cuál se consideraría más?

Si está jugando la Selección, la noticia de la Selección es más importante. Si esta el viaje del presidente, si hay un accidente; va lo del accidente. Todo de acuerdo a la noticia.

12. Para la elaboración de las noticias, en su producción ¿le dan prioridad (a parte de las mismas noticias) a la música, a las técnicas?

Casi no. A los titulares se les pone un fondo musical, luego no tanto con la música como ambiental.

13. ¿Cuál es la diferencia entre los titulares de las horas exactas con los de media hora?

Uno es más chico, el otro tiene más títulos. El de la media hora son sólo 2 minutos y medio, hasta 3 minutos. Si hay noticias que se están generando en ese momento, esas hay que ponerlas porque la radio es ahora, lo que en estos instantes está pasando.

14. ¿Cada qué cierto tiempo deben estar actualizadas las noticias que pasan en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

De acuerdo como se vayan produciendo, si hay noticias nuevas, hay que ir incorporándolas a los titulares, y los que estaban arriba van bajando.

15. ¿Se puede repetir los de *El Gran Resumen de la Hora* a los de *Los Titulares*?

Sí, claro. No hay problema y, de acuerdo cómo va ocurriendo la cosa noticiosa, la radio obliga a ir cambiando.

16. ¿De acuerdo a su producción ha habido algunas dificultades en ello? ¿Cómo han podido solucionarlo?

Eso no se puede predecir, eso no está planificado. Te pueden dar una noticia falsa y tú la escribes creyendo en tu fuente, pero eso no está planificado. Si metiste la “pata” tienes que sacarla, no está planificado.

17. ¿En qué momentos no podría presentarse el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

El Gran Resumen de la Hora se pasa así esté el presidente de la república; y si el ministro, el deportista o el artista ha dicho cosas interesantes, se van agregando a los titulares porque la actualidad es lo que estamos produciendo nosotros.

18. El boletín informativo de la hora o *El Gran Resumen de la Hora* tienen un público objetivo?

Todo el público que escucha radioprogramas. Todas las noticias van dirigidas a los oyentes de radioprogramas, que quieren estar informados o que quieren saber que está sucediendo en este momento.

Pensar que la gente que escucha radioprogramas, quiere resumen y sabe lo que está pasando. Tienes a jóvenes o viejos. Ahora, el auditor de radioprogramas es de 25 años para arriba, en todo el país.

19. Por ser el grupo RPP ¿el trabajo que realizan también va para las otras radios, por ejemplo en Radio Felicidad con *Las Informaciones*, son las mismas?

Son las mismas noticias desde el mismo Centro de noticias, ellos los rescatan y luego las recogen. Cada noticia que está en el sector de Felicidad, habrán noticias que no les interesa a los sectores de radioprogramas y hay 2 ó 3 redactores en Felicidad o Capital que seleccionan sus noticias porque se trata de la misma empresa.

20. ¿Alguna radio considera competencia con el trabajo que realiza, especialmente con *El Gran Resumen de la Hora*?

Casi todas son las mismas. Yo creo que la diferencia está en la calidad cómo tú haces, en la redacción y la presentación; pero casi todos hacen las mismas en las horas, en las medias horas, en las cuartas horas; salvo las radios reloj que están todo el día.

En RPP, es que hablamos todo el día.

21. De acuerdo a la teoría y bibliografía investigada, los boletines informativos tienen total similitud a *El Gran Resumen de la Hora* que ustedes presentan en su buena producción. Quizá, ¿ha habido algún cambio de nombre? ¿siempre se llamó así? ¿será ahora más comercial? ¿Cuál es su opinión al respecto?

Porque una diferencia entre *El Gran Resumen de la Hora* y de las medias, al final son todas noticias, es que uno tiene más espacio y el otro menos espacio; pero las noticias son las mismas, salvo que a la media hora le agregas algo, le pones un título que estás hablando, le sacas una noticia del personaje que le

estás entrevistando o de algo que haya dicho un reportero del cuarto de hora, no hay ninguna diferencia.

Nosotros vivimos de acuerdo a la noticia. No se puede confundir con los avances porque son otra cosa. Los avances no se hacen a diario.

22. Y si se quiere proponer boletines informativos, ¿es necesario colocar de nombre “estos son los boletines informativos...”

Se puede decir *Las Noticias de la Hora, Las más importantes de la hora, Las más importantes del momento*. Se le pone el nombre que quieres.

23. En RPP ¿el nombre que tiene *El Gran Resumen de la Hora* es para que la radio se haga más comercial?

Ahora si la gente lo quiere identificar así, quiere memorizar y porque la gente sabe que a la hora siempre están las noticias.

24. Para el oyente y para la radio ¿Qué tan efectivos han sido o son *El Gran Resumen de la Hora* y *Los Titulares*?

Los oyentes a cada rato saben que los resúmenes están por la hora. Para la radio, nosotros entregamos lo mejor, los que tienen que contribuir son los oyentes, si ello tiene gran sintonía ellos son los que califican, nosotros sabemos que estamos haciendo una cosa y ellos escuchar. No sabemos si lo consideran bueno o malo.

26 . En cuanto a la redacción de boletines informativos ¿Qué elaboración sugiere?

La más clara posible, la más corta posible porque la gente no pone atención a tanta nota o noticias.

27. Y ¿en cuanto el lenguaje?

Sencillo, porque allí llevas al locutor y sin ponerle las palabras difíciles.

28. ¿Cree importante la experiencia periodística para trabajar en radio?

Para mí la radio es uno de los mejores sistemas de información porque hay parte donde los caminos no son buenos y si llueve no salen los buses, no salen los micros, no salen los camiones que llevan los periódicos. Una gran parte del país no tiene luz. La radio llega a todas partes y todos los días, basta con una pilita y tú tienes tu radio. Entonces, en el Perú, el mejor sistema de información es la radio porque llega todos los días, a toda hora.

29. Mensaje para los futuros jóvenes que se especializarán en el periodismo radial

No soy nadie para dar consejo, pero lo único que les digo es que el periodismo es una profesión con mucha responsabilidad y lo más importante es que lean mucho, porque si no lee se van a quedar en la mitad del camino, y hoy día los jóvenes no leen.

Anexo Nº 03 Guía de entrevista sobre la producción de boletines informativos radiofónicos en RPP Noticias

Fecha: 22/09/11

Hora: 03:23p.m.

Lugar: Lima - Edificio RPP Noticias

Entrevistadora: Lucía del Rosario Sánchez Larios

Entrevistado: Yamil Abusabal Cervera.

Editor periodístico del turno de la noche en RPP Noticias. Tiene a cargo las tres plataformas de RPP Noticias: radio, televisión y Web. Labora desde las 12 de la noche hasta 8am.

Introducción:

La entrevista fue realizada con el fin de conocer la producción técnica y editora de las informaciones nocturnas y matutinas, elegidas y presentadas con criterio periodístico especializado para los micronoticieros o Boletines Informativos radiales de horas y medias.

Preguntas:

1. ¿Desde qué fecha trabaja en radio RPP? ¿cómo llegó a ella?

Trabajo en RPP Noticias desde el año 2002. Llegué por una recomendación de alguien que trabajaba allí que conocía en ese tiempo, presenté mi currículum y me recibieron. Luego me pusieron a prueba unos meses, pasé la prueba y me quedé allí.

2. ¿Cuál es su especialización profesional?

Me especialicé en la universidad en lo que es periodismo escrito. En la radio, mi especialidad es la redacción.

3. ¿Qué funciones cumple el editor periodístico?

El editor periodístico de RPP en lo que respecta a mi turno, tiene como labor armar el noticiero de la mañana de 5am a 8am de RPP, en ver qué información se va a incluir en el noticiero de las 3 horas del noticiero.

Y otra de las funciones es revisar toda la información que se va a trabajar en el noticiero que ha sido encargada a los distintos redactores y reporteros, y aparte de revisar agregar una u otra información que no se haya hecho, yo la añado.

Otra de las funciones es ver qué notas en las madrugadas pueden ser subidas en la página Web, y en el caso del canal de televisión no tengo mayor relación, salvo en casos de emergencia puedo tomar decisiones, realmente la televisión en la noche la programación es grabada y mi cargo como editor, si es que hay una emergencia grande, digamos que sí tomo medidas. Por ejemplo, podemos cortar la programación en la televisión y transmitir esa información así como ocurrió con el terremoto de Japón. Y aparte, coordinar el trabajo de los reporteros en la noche, repartir las comisiones que me han enviado mis jefes para los reporteros de la mañana, revisar los equipos que se van a entregar a los reporteros. Es más un trabajo “logístico”, que es otra de las labores que cumpla como editor del turno de la noche.

4. ¿Cuál es el criterio periodístico para la selección de la información en los boletines informativos radiofónicos de RPP Noticias?

El criterio periodístico: primero que sea de interés general, que es un criterio estándar, común, que nos enseñan en la universidad y que creo que se utiliza también en la radio en que las informaciones sean de interés común.

Dos, en realidad tocamos todo tipo de noticias pero le damos más prioridad a las noticias políticas y a las noticias relacionadas al servicio, al tema de salud, de educación, de seguridad, son temas claves en RPP que siempre tienen que estar en nuestros noticieros, el tema deportivo también, ya como segundas prioridades, temas secundarios, los temas de entretenimiento más se utiliza en

la página Web, no tanto en la radio. Digamos que, esos son los criterios que sean noticias de interés común, que sean informaciones relacionados a los temas de políticas y los otros temas.

5. ¿Cuál es el verdadero perfil del editor periodístico?

Tiene que tener conocimiento, cultura general, estar al día con lo que respecta a lo que ocurre en el país y en el mundo, tiene que estar constantemente actualizado, pendiente de todas las informaciones durante el día, y en mi caso durante la noche en el horario que trabajo. Tiene que tener conocimientos del trabajo propio del editor, del tema de corrección de la información, del tema multimedia (ahora que trabajamos en televisión).

Básicamente, ese es el conocimiento del perfil que se debe tener para asumir la función y conocer bien el trabajo interno de la radio. El editor tiene que conocer de la A a la Z, el flujo de la información de la emisora, cómo se trabaja la información.

6. ¿Cómo se caracterizan las noticias presentadas en los boletines informativos radiofónicos en RPP Noticias?

En RPP Noticias, la información que se trabaja es ser lo más imparcial posible, es ser lo más simple y sencillo posible para que la gente nos pueda entender, y tener una cercanía con el oyente, el televidente o el lector de la página Web; esa es la originalidad que nosotros transmitimos, buscamos una cercanía con la gente que nos escucha y nos lee con información sencilla e inmediata. Ése es uno de los plus de la emisora, en general como medio de comunicación en inmediatez en la información que se transmita.

7. ¿Cuáles son las reglas de redacción en los boletines informativos radiofónicos o El Gran Resumen de la Hora de RPP Noticias?

La regla en general es que la información no sea muy densa. Intentamos brindar la mayor cantidad de información, entonces necesitamos que la información que nosotros transmitamos por radio y televisión sea la más rápida posible, lo más digerible posible. Evitamos textos muy largos para que la gente no se canse, ese es uno de los criterios que utilizamos para transmitir nuestras noticias.

8. ¿Utilizan la pirámide invertida? ¿la recomienda para la redacción periodística en radio?

Depende de las plataformas. En Web, la redacción de las noticias es un poco más libre, se utiliza mucho el tema de las crónicas, y para noticias muy básicas si se utiliza la pirámide invertida. Para el tema de televisión sí, porque los textos son muy cortos y básicamente son informes televisivos. Para radio, si se utiliza porque necesitamos transmitir la mayor cantidad de información en pocas palabras, en pocos párrafos, no tenemos posibilidades en radio de explayarnos mucho, de redactar mucho, no podemos hacer crónica porque sino no se entendería en radio, aburriría. Necesitamos brindar informaciones muy cortas, muy ligeras y la pirámide invertida es el medio básico, útil que nos sirve para trabajar la información.

Para informaciones del formato que nosotros utilizamos sí es recomendable. La redacción es muy rápida, muy corta; pero si hablamos de Web en donde se escribe más, no es recomendable. Por ejemplo, está de moda el tema de las crónicas para transmitir una noticia, la pirámide invertida lo simplificaría.

Hay gente que lee por Web, en cualquier medio, busca más que una noticia simple, busca una noticia que esté interpretada, busca mayores cantidades de datos, más allá de datos básicos de la pirámide invertida.

La pirámide invertida, yo si lo sugiero, y se utiliza. En televisión es distinto porque son informes con imágenes, vienen con una muy breve presentación. Te diría que la pirámide invertida se utiliza más en radio que en televisión. En Web no se utiliza, salvo en casos muy específicos, en noticias que no tienen muchos datos, noticias muy cortas, que no son de tanto interés que no implica una redacción muy larga.

9. Según su conocimiento. ¿Desde qué tiempo se transmiten *El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares*?

Desde que tengo conocimiento, no te puedo decir cuando; pero desde que yo he entrado, se utiliza ese formato de resúmenes y titulares entre las medias y las horas que es una manera de mantener informada a la gente constantemente, no esperar el noticiero como los canales de televisión por ejemplo, esa es una diferencia en la radio. Brindamos una información muy corta, pocas líneas durante las 24 horas. No sé desde que año se utiliza ese formato pero yo tengo casi diez años en la radio y se utiliza y me parece que esto viene desde el década del 70 o de inicios de la emisora, parece que es un formato antiguo. No es un formato novedoso, es algo que se utiliza desde hace algunos años.

10. ¿Siempre han tenido el mismo estilo? ¿de qué manera ha evolucionado (quizá en cuanto lo técnico, producción y redacción, al menos desde el tiempo que usted labora en radio)?

De que ha habido una evolución, ha habido una evolución, yo percibo que los titulares o los resúmenes de hora (que son titulares un poquito más amplios); percibo que durante el tiempo se han simplificado, es decir antes los titulares de 2, 4 líneas en la medida de casos; ahora se han reducido por motivo de tiempo y porque la gente necesita estar informada y anda de un lado a otro y no tiene tiempo de escuchar demasiado. Entonces, la radio necesita tener una información ya, rápidamente.

Si en algo ha evolucionado es en los tiempos de los resúmenes que ahora es menos. También ha evolucionado en cuanto al lenguaje, ahora se busca utilizar un lenguaje aún más simple, ese es uno de los principios de la redacción, del periodismo, no es algo que nosotros hemos inventado, pero quizás la radio, los redactores, los titulares, adornaban mucho con la redacción, quizás utilizaban mucho las palabras no tan sencillas muy técnicas o rebuscadas. En estos últimos años se ha trabajado mucho eso, de eliminar mucho las palabras complicadas para que la gente nos pueda entender, hacerlo en la menor cantidad de palabras posible.

Si hablamos de evolución, ahora con el tema de televisión, ahora los titulares salen a la vez en televisión y con imágenes. Es un tema que no se hacía antes, digamos ahora con el canal se visten los titulares. Pero lo que es radio, titulares más cortos, más simples y con un lenguaje más sencillo.

11. ¿Cuál es la estructura del boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

El Gran Resumen de la Hora consta más o menos de unos 20 titulares de 2, 3 líneas cada uno; ó 4 si es demasiado importante, aunque es exagerado, pero se da. Tiene bloques que primero se inicia con el tema más importante del ámbito local o político, luego información de provincias, información internacional y deportiva. Se puede alterar ese orden si es que la noticia realmente lo amerita. “Perú clasificó el mundial”, obviamente vamos a empezar con el resumen, con la clasificación de Perú, pero si simplemente ganó un partido amistoso va a ir en el bloque deportivo en su sitio. Igual, internacional, si ha ocurrido un terremoto en Japón, donde sea, eso iría primero pero realmente tiene que ameritar, y si no amerita se comienza siempre con los temas locales, políticos, lo que puede haber ocurrido en ese momento; pero ese es el orden general.

Lo local, lo peruano primero, lo internacional después y el tema deportivo. Ese es el orden general – estándar. “Flexible” por el tema que te acabo de

comentar, ese es el estándar, eso es lo que vas a escuchar en los titulares de Hora, los resúmenes de hora en las 24 horas.

12. ¿Siempre es necesario lo del Servicio Público? ¿en qué momento es importante insertarlo en *El Gran Resumen de la Hora* o *Los Titulares*?

RPP es una emisora de servicio a la comunidad, nuestros oyentes son nuestra razón de ser y nuestros oyentes se comunican con nosotros para darnos sus denuncias, comentarnos o pedirnos por favor podamos transmitir la pérdida de su auto o la necesidad que tienen de por ejemplo de tener un hijo enfermo y necesitan donación de sangre, esos temas de servicio público, de servicio a la comunidad; nosotros intentamos de insertarlos en los resúmenes sin abusar de ellos porque hay secuencias. Esos tipos de avisos hay secuencias en los noticieros, hay programas en donde pueden salir esos avisos.

En los avisos de servicio público, no intentamos abusar de ellos; es decir de insertarlos en *Los Titulares*, podemos insertar uno cada cierto tiempo, de acuerdo a la importancia, los insertamos y los locutores los tienen que leer. Ahora si por tema de tiempo se cortan los titulares, aún así los resúmenes de hora tienen que salir a su hora, y hay un aviso de servicio público que vale la pena sacarlo, es el criterio del editor y del redactor, se incluyen, van al final, los lee el locutor y se cumple con el pedido del oyente, que ha querido de favor que transmitamos ese servicio.

También pueden salir durante el noticiero o lo puede leer el conductor de un programa X, sale en el Rotafono, también se puede insertar en *Los Titulares*.

13. ¿Los despachos están relacionados con las notas o titulares presentados en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Sí, *El Gran Resumen de la Hora* incluye 20 titulares, estos no pueden leerse completamente para sacar al aire un despacho, es decir hay un reportero que

tiene información interesante, aprovechamos ese momento de *El Gran Resumen* para sacar al aire. A veces pasa en la tarde, que varios reporteros quieren mandar su despacho, entonces a veces los titulares se reducen y se leen unos cuantos titulares para sacar despacho tras despacho, así se nos va el tiempo; es decir si sacamos los despachos de los reporteros en el Gran Resumen.

Tú puedes poner la radio a las 4 de la tarde, derrepente leyeron 5 titulares y te dicen “ahora tenemos un despacho con tal reportero”, como la información es importante se inserta y ya no se leen todos los titulares por el tiempo, porque a veces por el tema de tiempo estamos tan ajustados que *El Gran Resumen* no se lee completo para dar paso a información en vivo y en directo de los reporteros, se puede hacer eso, si es importante.

14. ¿Cuántos despachos puede haber en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

No hay una regla fija al respecto, depende del editor de turno. Él ve, si son varios los reportes, lo que hace es repartir, primero lo sacan a las 11 y luego lo sacan a las 11 y cuarto, 11 y media. Ya depende del criterio del editor, tampoco pueden ser tantos porque el tiempo avanza y hay duración que se tiene que respetar, comerciales, publicidad.

Digamos que *El Gran Resumen* tiene un tiempo aproximado de 5 minutos exagerado, entonces el editor tiene que jugar con ese tiempo y no pasarse, entre leer titulares y despachos. Todo insertarlo en ese tiempo, no pasarte de esos 4 ó 5 minutos, digamos que ese el tiempo por el cual tú vas a jugar.

Si no hay ningún despacho, se lee todo *El Gran Resumen*, y finalmente dura 4 ó 5 minutos, es lo ideal.

15. A veces escucho que duran hasta 9 minutos ¿es algo excepcional?

Se da pero no es una regla que debería ser así. Puede pasar porque el locutor se lee todos los titulares y se suman los despachos, y demora mucho. Pero, son excepciones en la regla que no se recomiendan mucho.

Nosotros no lo recomendamos, pero puede entrar porque la información lo ameritaba, o sea haya sido demasiado importante. Esos casos no son continuos, no van a pasar todo el día en que tú vas a escuchar nueve minutos de resumen, que no debería darse.

16. Los despachos, ¿qué duración aproximada debe tener cada uno?

Los despachos se recomiendan que sean rápidos, que duren un minuto y medio ó 2 minutos como máximo para una información estándar y común.

Siempre hay excepciones a las reglas. Si estás entrevistando a un ministro importante, te vas a pasar un poco más; si es un despacho común, la idea es que el reportero no se pase más de un minuto y medio para darle agilidad a la programación tanto en los despachos de los reporteros, tanto como los despachos de los corresponsales de provincias o del extranjero. Esa es una recomendación que se da, minuto o minuto y medio como máximo, además, es el pedido que hacen a los reporteros en general, que no se extiendan demasiado, salvo, insisto, que sean demasiado importantes en lo que se está diciendo. Y, si no es tan importante, se les llama la atención y se pasa seguido. Se les puede cortar. No se ve bien, pero esos cortes se pueden hacer.

17. Dentro de la estructura del boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora* ¿A qué le dan más prioridad? (noticias, música, técnicas u otros agregados a la producción...)

No, en el caso de resumen de la hora, el titular es lo más importante, es la información que se transmite, lo demás es secundario como el tema de la música de fondo. Obviamente, los titulares tienen unas cortinas características

que el operador lo va a tener que lanzar. Lo más importante es la información que se transmite, esa es lo fundamental, no hay ningún añadido más. La música de fondo característica y la lectura de los titulares y la redacción de los despachos; pero no hay nada más que se tenga que añadir, algún accesorio. Que se lean bien los titulares, lo demás es una cuestión secundaria.

18. ¿Consideran similar el espacio de *El Gran Resumen de la Hora* y el de *Los Titulares*? ¿por qué? Especifique

La diferencia está en la cantidad. En resúmenes son un promedio de 20 y es la regla. Tú puedes escuchar ahorita, y escuchas 18 ó 21 es una cuestión rescatable, pero la recomendación es que sea 20 máximo. En caso de los de media, la recomendación es 10, los redactores, los que titulan saben de esa regla. Ahora, no siempre la cumplen, pero esa es la regla: 20 en horas y 10 en media.

Titulares en horas que sean 2 ó 3 líneas, pueden ser. En el de media, que no te pases de 2, es más corto todavía. Esa es la diferencia. Luego, la similitud, es que tiene que ser la información del momento, igual en ese orden: nacionales, locales y al final deportivo.

19. En el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*, ¿siempre son más amplios, en cuánto a la nota?

En *El Gran Resumen de la Hora*, una sola información puede tener más de un titular. No es un desarrollo, lo que pasa es que teóricamente es como se estuviera desarrollando; pero nosotros en realidad más que un desarrollo es colocar 2 ó 3 titulares de la misma información. Derrepente, por ejemplo, en la mañana entrevistamos a la jefa de la SUNAT en la radio y dio bastante información interesante, entonces para un titular quedamos cortos, es así que en ese caso podemos hacer 2 ó 3 titulares de lo más importante que ella dijo.

No es exactamente desarrollar la información porque desarrollar la información significa comentar el redactor con mayor amplitud lo que ella ha dicho. Es en 2

ó 3 titulares poner cosas puntuales lo que ella dijo. Digamos que eso sí está permitido, y está permitido más en *El Gran Resumen de la Hora* que en los de media. En los de media, se trata de un titular de una noticia, luego otro titular de otra noticia, diez titulares distintos, 10 informaciones distintas.

En *El Gran Resumen de la Hora*, si podemos darnos esa licencia de darnos que 2 titulares sean del mismo tema, o hasta 3, que tan importante hayan sido.

Por ejemplo, el presidente Humala hoy día hablaba de la ONU, y te aseguro que en estos momentos vas a escuchar que van a dar más de un titular, lo que ha dicho Humala en la hora por la importancia de la información que podemos tener más de un titular, la información del mismo tema. Ello, de manera secuencial, porque no podemos colocar un titular de Humala, una cosa, y luego, otra vez Humala porque pierdes la ilación.

20. Entonces, ¿en *El Gran Resumen de la Hora*, no lo puedo ver como desarrollo o con el uso de noticias cortas?

Nosotros somos flexibles, podemos colocar 2 titulares de un sólo tema, y no es que estemos desarrollando una noticia o es que estemos desarrollando una noticia de 3 párrafos, puede parecer al aire. No lo veo como desarrollo de la información con más datos amplios, pero en general son temas puntuales.

La gente que lo escucha puede que lo escuche como un desarrollo de la información o como una noticia corta, pero no es tanto así. Nosotros lo vemos más de un titular de la misma información. Podemos tener distintos criterios, derrepente otros colegas lo pueden catalogar como desarrollo de la noticia en *El Gran Resumen*, nosotros más que verlo como desarrollo de noticias, es incluir más de un titular de la misma información.

21. ¿Cada qué cierto tiempo (horas) tienen que estar actualizados los titulares que ustedes presentan?

Como las noticias, se pueden repetir algunos; pero de todas maneras tiene que haber información actualizada en cada momento, y en la radio aparecen despachos en cada momento, y en los programas que por lo general, hay información importante que se puede titular, llega información internacional minuto a minuto; es decir no se deberían repetir todos los titulares de los de 10am a los de 11am, pero sí se pueden repetir los más importantes, pero tiene que haber información nueva. Ahora, si tu escuchas lo mismo de los de las 10am a los de las 11am, un problema tuvo que haber sucedido, que al redactor le dio flojera (que no creo, es muy raro que pase), o la impresora se malogró o equis motivos.

Siempre va a haber información nueva. Quizá, en la madrugada se repitan más que en el día, porque no se produce tanta información. Es básicamente información que ha ocurrido en el día anterior y en la madrugada la actualización va por el tema internacional, que siempre hay información por la hora de Europa o Asia; quizá siempre se repitan los titulares locales o políticos porque es información del día, en la madrugada hay cierta licencia en ese tema. Es una cuestión comprensible porque no se produce mucha información en la noche como en el día.

En el día se actualiza la información constantemente, está bien difícil que se repita lo mismo, salvo lo más importante, generalmente la noticia internacional está cambiando o las noticias deportivas, por ahí se pueden repetir algunas. Pero, en el tema local, económico o político, si se repite; incluso, si se va a repetir en las siguientes horas, el redactor cambia o voltea el titular, le da otro enfoque.

22. ¿En qué ocasiones considera que el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*, no podría salir al aire? ¿Por qué? ¿Para *El Gran Resumen de la Hora* toman en cuenta la programación que se está emitiendo?

Los resúmenes de la hora son fijos a las 8am, 9am... se cortan si es que hay algo realmente importante. La idea es que siempre a la hora... porque tú prendes la radio a las 8am y quieres escuchar los titulares o a las 9am ó 10am; entonces se intenta respetar eso.

Se corta en casos excepcionales. Estamos entrevistando a Humala y se pasa de las 9am, no vamos a cortar a Humala para lanzar titulares, son casos excepcionales.

23. Para el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora* ¿a quién se considera público objetivo? ¿cuál es el perfil de él?

Nuestros oyentes principales es un público adulto, a partir de los 30 ó 35 años es el público mayoritario.

En realidad, la idea es que la información sea escuchada por un niño, joven, adulto o gente que en ese momento prendió la radio. Con el lenguaje sencillo, puede ser escuchado por cualquier persona, de cualquier edad pero en realidad el público objetivo es mayor de 30.

Si hay una información importante para un público menor, se va a transmitir. Derrepente, viene un cantante que es ídolo de los niños, y si es importante se titula porque es una noticia que es de interés.

24. Por ser el Grupo RPP ¿el trabajo que realizan también va para las otras Radios (por ejemplo Radio Felicidad con *Las Informaciones*? ¿Cuál es su objetivo en emitirlo en radio que no es propiamente RPP Noticias? ¿Trabajan por el criterio que tiene como empresa El Grupo RPP?

El grupo tiene varias emisoras como radio Felicidad, Studio 92, Oxígeno, Capital; etc. En caso de las radios musicales, una característica del Grupo RPP, es que esas radios a parte de brindar música, que brinden algo de información, pero muy corta. También en las horas hacen titulares; pero muy breves, muy distinto a RPP Noticias.

Has escuchado radio Felicidad que las informaciones son 3, 4 ó 5 titulares, muy ligeras; más ligeras que RPP Noticias, pero algo muy ligero para que la gente tenga un pantallazo de lo que está ocurriendo en ese momento. Pero, no es el objetivo de esas emisoras en brindar información sino de brindar música; pero le da ese plus a la gente que escucha, que se entere en ese momento de forma muy ligero porque la gente que quiere escuchar noticia va a poner RPP Noticias, o se va a enterar por la Web. Si está escuchando Felicidad, Studio, Oxígeno; es porque quiere escuchar música, o porque quiere escuchar esos programas magazín.

25. ¿Se recomendaría colocar titulares en ese tipo de radio?

Si es muy ligero, sí.

26. ¿Unos 2 minutos?

Un minuto, exagerando. O, si son 30 segundos, algo muy rápido mejor todavía porque no es el objetivo de esas emisoras brindar información.

Al menos algo de lo que se está escuchando, la gente sepa que puede estar ocurriendo en ese momento; pero algo muy sucinto, muy rápido. Si le interesan

las noticias, va a poner RPP Noticias, la página Web o el medio que tiene a su alcance. Va a cambiar la radio musical por una de información.

Si quiere seguir en la radio musical, va a seguir. En pocos segundos, es mantenerlos informados en ese momento; por eso RPP tiene esa característica. Son las radios musicales, las que se aprovechan de la información de RPP Noticias, y ellos sacan lo más importante.

27. ¿Voltean el titular esas radios?

Voltean los titulares, buscan lo más importante y lo difunden en sus emisoras.

28. ¿Alguna radio es competencia respecto al trabajo que realizan en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

La competencia de RPP Noticias, en radio es una radio “cercana” del mismo Grupo es Radio Capital que se transmite en Lima porque también tiene información.

29. Pero, Radio Capital es una radio que dice *Tú opinión importa*.

¿Sigue siendo así su competencia?

Por supuesto, Radio Capital tiene como objetivo buscar la opinión de los oyentes. No es competencia en el formato general; sino en los resúmenes de la hora “Las noticias que todo el mundo comenta”.

30. ¿Ellos tienen sus titulares?

Ellos tienen sus propios titulares para Radio Capital, pero tienen su fuente que es RPP Noticias.

Ellos tienen sus propios reporteros, también producen su propia información pero la fuente principal siempre va a ser RPP Noticias por la cantidad de

información que transmite. Aprovechan información de RPP Noticias y la voltean.

No es una competencia directa. Transmiten sus titulares a su manera; pero digamos es la competencia más cercana.

La última competencia “fuerte” era CPN, aunque ya desapareció. Ahora radio La Karibeña de Lima que brinda información, pero todavía está en “pañales”, el cual no podemos considerarla todavía competencia. RPP no tiene una competencia tan directa en ese formato.

31. De acuerdo a la teoría y bibliografía investigada, los boletines informativos tienen total similitud a *El Gran Resumen de la Hora* que ustedes presentan en su buena producción. ¿estoy en lo correcto?

Sí estás en lo correcto. *El Gran Resumen de la Hora* es una especie de Boletín informativo porque brinda información en base a titulares que también se le puede añadir despachos. En realidad, podría considerarse un micronoticiero de 5 minutos.

Nosotros no utilizamos la frase de boletín.

32. Quizá, ¿ha habido algún cambio de nombre? ¿siempre se llamó así?

No, digamos que ese nombre es una característica de RPP, como cualquier otro medio.

33. ¿Será que ahora es más comercial? ¿Cuál es su opinión al respecto?

Sí, exacto porque el tema de llamarlo boletín es muy común, muy tradicional para nosotros. Para un boletín informativo se le recomienda un nombre más comercial, más llamativo, y todos los medios lo hacen, los canales de televisión

en sus secuencias les ponen un nombre, los diarios les ponen nombre a sus secuencias; *El Comercio* le pone nombre a su secuencia internacional, a los espectáculos la llama *Luces*. Son maneras de llamar, simplemente para no utilizar los nombres clásicos, tradicionales. Y eso pasa con RPP, a los de la hora los llamamos *El Gran Resumen de la Hora*. En realidad no es un nombre rimbombante es *El Gran Resumen* es el nombre que lo caracteriza a RPP, la gente lo escucha, lo identifica, hablan de *El Gran Resumen*, y dicen: RPP. Entonces la gente así lo identifica.

Es un boletín, si una emisora la quiere llamar así a sus titulares, está bien porque en realidad es eso, es un boletín o un mini boletín informativo. En realidad, teóricamente lo es.

34. Tengo conocimiento que hubo un cambio de Avances Informativos por *El Gran Resumen de la Hora* ¿por qué existió este cambio? ¿desde qué fecha?

No exactamente así. Los avances eran en los cuartos de hora, era el minuto quince, 45. Se utilizaban más en los noticieros, no todo el día. Fueron eliminados por un tema de tiempo, o un tema de publicidad que nos quitaba un poco de tiempo, también el hecho que anunciábamos algo, derrepente no salía de inmediato porque, por ejemplo, en el minuto quince se decía “más adelante lo siguiente” y, por motivo de tiempo no podíamos alcanzar, o entraba una entrevista importante o un despacho, así no cumplíamos con el oyente lo que sacábamos en el avance. Entonces, por todos esos motivos se decidió obviar el tema de los avances y quedar con los titulares de media y los resúmenes de hora. Se tomó varios años de eliminar el tema de los avances.

35. ¿Desde que fecha se dejó ese espacio en la radio?

Aproximadamente unos 5 años o más por ahí. Pero en un noticiero, un conductor puede darse la licencia de dar un avance “y en el próximos minutos seguimos con tal noticia”... Lo hace el mismo conductor, y ya no como una secuencia.

36. Para el oyente y para la radio ¿Qué tan efectivos han sido o son *El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares*?

Según estudios y los propios programas cuentan que la gente no escucha la radio todo el día o en la mañana prende para escuchar el noticiero, se pone a trabajar, está en constante movimiento. Entonces para nosotros es muy importante el tema del resumen de la hora y la media hora porque mucha gente, en el taxi o en la calle pone la radio en ese momento para enterarse que ha pasado en el día. En el día o en la tarde con más razón porque los noticieros son a ciertas horas, no hay noticieros las 24 horas. Yo quiero saber que está pasando en el país, en el mundo en estos momentos y no tengo Internet u otros medios, pongo la radio pero no hay noticiero ahorita, derrepente está dando un programa de salud, qué hago, cómo me informo, y digo que a la hora hay un resumen de noticias y allí me voy a enterar, no voy a esperar hasta que llegue el noticiero de la noche para saber lo que ha pasado.

El tema de los titulares de las medias y de las horas es un medio fundamental para que la gente sepa en cualquier momento de lo que está ocurriendo. Tú estás en tu carro manejando a las 4:30 de la tarde y a las 4:29 quieres saber que cosa ocurrió, pones 4:30 RPP y escuchas los titulares; ya estás informado porque ya no tienes que esperar que llegue el noticiero a las 6pm o hasta llegar a tu casa para ver el noticiero alas 10 de la noche en el canal de televisión; etc.

La radio te da la ventaja de mantenerte informado en las 24 horas, en cada instante, esa es la gran ventaja que tenemos como emisora, y la gente lo toma muy en cuenta, generalmente en el día se conecta y se entera por RPP, si es que ha sucedido algo importante como un sismo o un temblor, va a RPP, y lo va a colocar a la media para saber que ha ocurrido. De esta manera, es súper efectiva de llegar a la gente que está apurada, que está en constante movimiento, en constante ir y venir. Ponen RPP en el momento que quieran.

En otras radios del grupo, en otras emisoras lo hacen. Aquí en Lima lo hacen; pero como RPP no hay ninguno.

37. En su radioemisora hay especialistas en redacción radial. ¿Son gente de experiencia la que la conforma o hay estudiantes o practicantes de periodismo que se encargan de esta área. ?

Básicamente, los redactores de titulares son gente de experiencia, son gente que tiene mucho tiempo haciéndolo, y los redactores que recién empiezan van poco a poco, comienzan con algunos titulares internacionales hasta que logren llegar a un estándar de calidad, hay que tener bastante criterio para el titular. Una cosa es voltear una información que está en la Web, que quizá es más sencillo, y una cosa es sacar entrevistas de 2 ó 3 titulares de esa entrevista y sacarle lo más importante, eso no lo puede hacer cualquiera. En RPP son gente de mucha experiencia en el caso de redacción de titulares.

Por ejemplo, en la noche hay un redactor que está terminado la universidad y hace titulares de media y ha ido mejorando, no es que no lo pueda hacer, quizá no tenga la calidad o el criterio que tenga el redactor más antiguo, y se puede notar al aire. Si eres una continua oyente de RPP, vas a notar una diferencia de cierta hora con otra y te puedes dar cuenta que los redactores son distintas personas.

Podemos darnos cuenta, que la calidad de una hora es diferente a la de otra hora.

38. ¿Cuántas personas laboran en la producción del boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Lo que pasa es que el proceso propio de la redacción es una sola persona, el redactor o titularero. En el proceso se involucra el editor y su jefe, quien lo corrige. El titularero es de mucha experiencia, es muy activo, y el editor confía en él y ya no se da el trabajo de revisar; pero lo ideal es que el titularero siempre está revisando el contenido de los titulares. Es una especie de corrector para evitar fallas, eso es lo ideal. Pasa a veces que el editor confía tanto en su titularero, que ya no lo revisa; y ha ocurrido a veces que el titularero se equivoca, que escribió mal una palabra o escribió algo que no debió.

39. ¿Son titulares según secciones?

No, es un titular en general.

40. ¿Cree importante la experiencia periodística para trabajar en radio?

La experiencia periodística te sirve de mucho, bastante. Yo lo veo como un requisito importante, eso no significa que los que no tienen experiencia no puedan entrar porque uno para poder aprender, tiene que comenzar a practicar. Y la emisora RPP, no cierra las puertas a los estudiantes. Hay un buen número de gente de RPP que todavía está terminando la universidad, que son practicantes, y que están empezando a conocer el trabajo de la emisora y es gente de mucha calidad, de muchos talentos.

Para ciertas funciones si es fundamental la experiencia, por ejemplo para el tema del editor, no puedes poner a un estudiante como editor para redactar determinados tipos de noticia hay que tener cierto criterio, cierta experiencia. Para trabajar en una emisora, hay bastante gente estudiante, y que está aprendiendo el oficio en la cancha. La experiencia te va a ayudar a adoptar criterios, te va a servir para hacer mejor tu trabajo.

En un medio de comunicación, los estudiantes son bienvenidos, la emisora ha abierto las puertas a gente que ya está terminando y está aprendiendo.

**Anexo N° 04 Guía de entrevista sobre la producción de boletines
informativos radiofónicos en RPP Noticias**

Fecha: 23/09/11

Hora: 11:23a.m.

Lugar: Lima - Edificio RPP Noticias

Entrevistadora: Lucía del Rosario Sánchez Larios

Entrevistado: Roberto Silva Rodríguez.

Coordinador de postproductores. El trabajo que realiza es proveer las plataformas de radio y televisión, de imágenes y audio para que lo utilicen. En el caso de la televisión, la edición de los informes, que soliciten los productores para los noticieros de 4, 8 y 10 de la noche.

Introducción:

La entrevista fue realizada con el fin de conocer la coordinación y producción técnica y editora de las informaciones nocturnas y matutinas, elegidas y presentadas con criterio periodístico especializados para los micronoticieros radiales de horas y medias

Preguntas:

1. ¿Qué especialización tiene como profesional?

Licenciado en Comunicación Social en el área de audiovisual.

2. ¿Cuántos años tiene trabajando aquí en RPP Noticias?

Desde el año 1995.

3. ¿Fue casi el tiempo que ya se presentaban las plataformas?

No desde ese tiempo sólo era radio. Las plataformas recién se han aplicado aquí desde el año pasado, más o menos desde noviembre, fue un proceso de separación de todo el año pasado. Pero, a partir del año pasado se creó la

edición de plataforma para poder preparar la edición de noticias en el canal 10, que comenzó a fines de enero de este año.

4. ¿Desde esa fecha de qué manera ha evolucionado la plataforma insertada para RPP Noticias?

Básicamente lo que hemos realizado ya, es aprender a trabajar para diferentes medios porque se ha trabajado con el mismo personal que teníamos en radio, los reporteros, las jefaturas; se ha sumado más personal como posproductores, personas de los suichers, gerentes. De alguna manera hemos aprendido a trabajar tanto el lenguaje radial, que ya teníamos como también el lenguaje audiovisual para la televisión.

5. En cuanto al lenguaje radial, ¿usted ha tenido algún cargo específico?

Un tiempo fui el editor responsable del turno de amanecida.

6. ¿En qué se encargaba usted como editor?

Me encargaba de 2 cosas: preparar la primera edición de *La Rotativa del Aire* que aparece desde las 5am hasta las 8am, que es el principal noticiero de la empresa y que tiene el gran número de oyentes por la hora de emisión; y ser responsable de todo lo que suceda en la madrugada, la cobertura con los reporteros, lo que salía la aire.

7. De todas las noticias al aire...

Claro, con un equipo de periodistas, más o menos éramos 5. Esta vez era el trabajo del reportero que sale a la calle a cubrir sus comisiones, de redactores que elaboran las notas de 5am a 6am, que también comparten la labor de titulares, de los titulares de cada media hora.

8. ¿Utiliza RPP Noticias la pirámide invertida? ¿Se recomienda todavía?

Si, se utilizan varios estilos. La pirámide invertida tiene la ventaja de ser el sistema más sencillo para que la gente entienda la nota porque en el primer párrafo se le da la principal información y después ya se va desagregando, por ser un medio de radio y la radio no es un medio en el cual se sientan como antiguamente lo hacían a escuchar; sino que es un medio que acompaña. Mientras más sencillo se le haga al oyente, se le brinde la noticia, el mejor lo va a captar.

Ahora, también se pueden combinar varios estilos que no necesariamente tiene que ser una nota actual. En las notas actuales si se recomienda la pirámide invertida desde lo principal que declara la persona, no necesariamente en el primer párrafo tiene que estar los 6 puntos; sino que se puede desagregar y poner lo principal, y como es radio tiene que ser más corto.

En el caso de las notas inactuales o notas conmemorativas se puede utilizar un estilo más interpretativo, explicativo, más crónica.

9. ¿Utilizan la noticia corta y la noticia ampliada?

Más que todo depende del tipo de noticias. Puede ser una noticia amplia que se utiliza la pirámide invertida, pero puede ser notas inactuales, en el cual se utiliza un estilo más coloquial.

10. En cuánto los signos de puntuación ¿qué tantos se pueden respetar?

Básicamente, en radio se utiliza la coma y el punto. Los párrafos tienen que ser cortos, una sola idea por párrafo. Evitar muchas comas.

11. ¿En cuánto en la cantidad de palabras en los titulares?

En promedio tienen que ser unas 2 líneas para que el oyente determine una idea y los locutores no se enreden en el momento de leer, porque aunque se les entrega con tiempo, los locutores tienen la costumbre de leerlo apenas comience la emisión del momento de titulares. Se recomienda dos líneas máximo.

12. En los titulares ¿están las 6w siempre?

No necesariamente. Está lo principal, como son más cortos que una nota, dependiendo de las circunstancias, o del objetivo o lo que explica el titular, solamente está la parte principal. Por ejemplo, si declara el presidente del congreso, no necesariamente se va poner donde declaró; solamente se pone el presidente del congreso y lo que dijo.

13. ¿Es necesario colocar cita textual en los titulares?

A veces sí, tiene que estar entrecomillas, pero en realidad se evita porque a veces el locutor no lo entiende, después el resto del contenido de la radio no se utiliza mucho la cita textual sino el audio.

14. ¿Siempre han tenido el mismo estilo? ¿de qué manera ha evolucionado (quizá en cuanto lo técnico, producción y redacción)? (al menos desde el tiempo que usted labora en radio)

En el sistema de redacción, lo que ha cambiado es que antes se han hecho notas sueltas, o sea pensar que es un tema y pensar que ese tema con diferentes opiniones o partes y en diferentes noticias pequeñas; ahora son notas globales que abarque toda la información.

15. ¿Siempre es necesario incluir todas las secciones: nacionales, internacionales...?

Se da de acuerdo a la importancia. De hecho lo principal es lo que ocurre en el país, la noticia local, la noticia política, también puede ser deporte; si Perú ganó un tercer lugar en la copa. No hay un orden específico, depende de la importancia de la información.

16. ¿Entonces es necesario que estén completas esas secciones, que estén todas? ¿Puede ser opcional?

Deportes sí porque está auspiciado, es una cuestión comercial, tienen que estar en los noticieros porque son secciones que están auspiciados, tienen publicidad. Espectáculos no necesariamente, depende de la coyuntura. RPP se caracteriza por hacer noticias: política, locales, nacionales y deportes; el resto como espectáculos y misceláneas, ya se amerita. En la radio no sacamos nada de los programas de Gisela, a pesar que otros medios si lo hacen como la Web. Por ejemplo, la vez pasada sacamos lo de Abencia Meza porque sale de las áreas de espectáculos por una infracción.

17. ¿Usted recomendaría en agregar el dato de efemérides para una propuesta como el espacio del boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Claro, hace algunos años en la mañana de 5 a 8am, piden la sección de historia, con de la sección noticia de la historia de la mañana, y se ha dispuesto que los titulares de 5, 6, 7 y 8am, al final estén una de las efemérides del día, de preferencia las nacionales; pero si no ocurrió nada importante o vemos que ese día pasó algo internacional, algo fuerte, se coloca. En todo caso, no se utiliza las mismas efemérides las 4 veces, sino que se va escogiendo una de las que haya.

18. ¿Usted recomendaría que se inserten el Servicio Público o ayuda a la colectividad en un espacio así?

Claro, los servicios dependen de la noticia. Por ejemplo, en la semana santa la gente viaja, los titulares incluyen recomendaciones: “si va a salir de su casa, cierre bien apague la llave de gas, apague la conexión de luz”, incluye servicios que se vincula con la noticia, no se dan servicios sueltos sino que se vuelve noticioso el servicio.

19. ¿El vox populi se podría insertar en un espacio como ese?

Lo que se está trabajando ahora es el comentario en las redes sociales de la noticia más importante, ahora se está trabajando mucho la televisión, comentarios del público sobre un tema que se pone y se colocan las respuestas que se envían al facebook. En algunos titulares, dependiendo de la importancia, se colocan en la radio, más que todo se hace en la tarde.

No son secciones fijas, o sea tampoco las redes no quieren abusar de eso para que no se coloque cualquier tipo de tema, sin ningún tema lo amerita, no; pero si hay tema de coyuntura, sí se utiliza, se hace a través de las redes sociales; o, a veces también lo que se hace si en un momento del noticiero por importancia, se abren los micrófonos al público, se permite que el público haga comentarios, en el titular se agregan algunos comentarios, o se hace como un resumen dependiendo hacia donde se dirige la opinión pública.

20. De acuerdo a la teoría y bibliografía investigada, los boletines informativos tienen total similitud al boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora* que ustedes presentan en su buena producción. Quizá, ¿ha habido algún cambio de nombre? ¿siempre se llamó así? ¿será ahora es más comercial? ¿Cuál es su opinión al respecto?

Hay dos cosas: El Gran Resumen de la Hora, son los más largos al inicio de cada hora, tienen 20 temas y pueden tener hasta 2 ó 3 "loc", que es cada 2 líneas; o sea cada "loc" lee un locutor, y lo que salen cada media hora son los resúmenes informativos que son más breves, las medias horas deberían ser un "loc" por tema, no abarcar más de una página.

En boletín informativo, no incluye solamente notas, incluiría lectura, grabaciones y despachos. Acá, los titulares incluyen la lectura de las notas y despachos, pero audios no salen, salvo que sea una cosa muy importante, pocas veces lo utilizamos pero depende de la coyuntura.

En Europa, en España yo escucho que no los lee el locutor, sino el periodista, o sea más coloquial que incluye grabaciones y despachos, eso podría considerarse un boletín completo.

Ahora, nosotros utilizamos parte del boletín informativo. Ahora, el boletín informativo se utiliza más en radios que no son cien por ciento informativas. En el Perú, que yo sepa lo tenía CPN, escuchaba hace poco la radio Exitosa que incluye grabaciones. Ahora, el boletín informativo por la teoría debería incluir entrevistas breves pero si vemos los titulares no cumplirían todas las partes que tiene un boletín informativo.

21. ¿Cree importante la experiencia periodística para trabajar en radio?

La experiencia es importante porque te permite modificar, reafirmar lo bueno que te haya ido en la universidad, y modificar algunas ideas que la universidad te enseña y no se aplica en nuestros medios. En los medios se utilizan muchos textos del extranjero o los profesores no trabajan en los medios. De todas maneras, la base que te da la universidad es importante para poder comenzar a laborar, decir por ejemplo una persona que recién termina la universidad, estén capacitando; todos hemos empezado sin experiencia, hemos sufrido, pero lo que te ha brindado la universidad te ha servido de base para seguir desarrollando.

**Anexo N° 05 Guía de entrevista sobre la producción de boletines
informativos radiofónicos en RPP Noticias**

Fecha: 23/09/11

Hora: 03:08 p.m.

Lugar: Lima - Edificio RPP Noticias

Entrevistadora: Lucía del Rosario Sánchez Larios

Entrevistado: Juan Miguel Soto Villoslada

Titulero de El Gran Resumen de la Hora RPP Noticias de 3 p.m. a 10p.m. desde hace 27 años.

Introducción:

El motivo de esta entrevista fue para conocer la producción de noticias y titulares; además de sus técnicas y reglas de redacción empleadas en los boletines informativos radiofónicos especializados, y así saber del estilo en la producción de sus informaciones.

Preguntas:

1. ¿Cuál es el criterio periodístico para la selección de la información de los boletines informativos radiofónicos de RPP Noticias?

Es información de actualidad, o sea tenemos que estar atentos de lo que ocurre día a día. Por ahora, RPP es un sistema de noticias que nunca se detiene y en ese sentido tenemos que trabajar en darle a la población la información del momento del día a día, tanto nacional, internacional y deporte.

2. ¿Cómo se caracterizan las noticias presentadas en los boletines informativos radiofónicos en RPP Noticias?

Como mucha objetividad. Si hay pluralidad, una información se transmite tal y cual aparece y sin opinión, es una información fría. No hay opinión en la información que se da día a día.

3. ¿Cuáles son las reglas de redacción de las noticias en los boletines informativos radiofónicos de RPP Noticias?

Imparcialidad, objetividad y precisión. En radio como comprenderá la información tiene que ser muy directa, sin rodeo, a diferencia de lo que se hace en prensa escrita porque la información es muy breve y rápida.

4. ¿Utilizan la pirámide invertida? ¿la recomienda para la redacción periodística en radio?

Claro, digamos es el conocimiento de todo periodista que la información más importante es descendiente, de lo más a lo menos importante, esa es la pirámide invertida.

5. ¿Con el uso de las 6 W incluidas?

Con las 6 básicas. Sería una información incompleta si no tuviéramos las 6 entablantes, el qué, el quién, el cómo, el cuándo, el dónde.

6. Según su conocimiento. ¿Desde qué tiempo se transmiten El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares?

Siempre, desde que yo he empezado a trabajar. Hay una información cada media hora que son a través de titulares y cada hora que son a través de los resúmenes horarios. Y de alguna manera se convierte en una especie de micronoticiero porque un resumen de hora es un micronoticiero, en 5 minutos damos la información completa hasta ese momento.

7. ¿Siempre han tenido el mismo estilo? ¿de qué manera ha evolucionado (quizá en cuanto lo técnico, producción y redacción, al menos desde el tiempo que usted labora en radio)?

Si, han habido mejoras, se han ido mejorando la redacción. Aparte, hasta en cuestión de tecnologías porque hasta en algunos años trabajábamos en máquinas de escribir, teníamos los teletipos; luego máquina eléctrica, ahora hemos llegado a la computadora. Como verá, ha habido una mejora en la parte tecnológica y también en el estilo de elaboración de notas de Radioprogramas a diferencia de otros medios.

8. ¿Cuál es su originalidad para diferenciarse de los otros medios?

La inmediatez. Usted comprenderá, cualquier cosa que haya, la gente por inercia quiere sintonizar radioprogramas, quiere enterarse lo que acontece, hay un terremoto, lo primero que hace la gente es escuchar Radioprogramas, porque sabe que se va a dar la información completa, con precisión, con exactitud.

9. ¿Cuál es la estructura del boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?

Un promedio de 20 a 22 notas, que incluye unas 15 notas nacionales, 3 ó 4 internacionales y 2 deportivas.

10. ¿En eso se incluye las secciones o bloques?

No, o sea son 3 bloques que tiene un resumen de hora: el bloque de noticias nacionales, internacionales y deportes. Ahora, en bloque de notas nacionales los otros son nacionales enviadas por reporteros, corresponsales y notas que vienen por nuestras fuentes indirectas.

11. ¿Siempre es necesario lo del Servicio Público? ¿en qué momento es importante insertarlo en El Gran Resumen de la Hora o Los Titulares?

No. En cada hora puede haber un servicio público; pero eso no se incorpora dentro del resumen horario, eso es aparte. El resumen es solamente noticias.

12. Según su experiencia que tiene en radio, ¿me recomendaría insertar los datos históricos, efemérides?

Eso si tiene la radio; pero no precisamente en un resumen horario, tiene otros espacios, momentos; pero no en el resumen de hora.

13. Respecto a los despachos ¿tienen que ver con los titulares que se están presentando?

Claro, la información es un sistema, o sea tenemos corresponsales y reporteros. Los corresponsales en provincias que van haciendo informaciones periódicas porque nadie sabe que puede ocurrir en media hora o diez minutos; y ese despacho que escuchamos desde el corresponsal o del reportero desde provincias o cualquier tipo de Lima, está atento para tomar nota y elaborarlo. Ese despacho que sale en un momento a través de la voz del reportero o corresponsal eso se trabaja y se hace en texto, periódico, permanente, es un trabajo permanente, uno tiene que estar dentro. No sólo eso durante un noticiero hay entrevistas desde cabina o desde la calle, eso tiene que trabajarse, hacer titulares.

14. ¿Cuántos despachos puede haber en el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora? ¿Qué duración aproximada debe tener cada uno?

El despacho que cree conveniente el reportero que está en la calle, no está pauteado porque nadie sabe en qué momento va a haber una noticia.

Se recomienda que cuando el despacho es importante, que los despachos vayan a las medias horas. Los reporteros salen en cualquier momento.

15. ¿Tiene conocimiento cuál es la duración de cada despacho?

No pasa de minuto y medio. Si hay una entrevista 2 minutos, máximo.

16. ¿Cuál es la duración recomendada para el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?, ya que algunas veces se escucha de 3, 5 ó hasta 9 minutos.

Entre 5 a 7 minutos un resumen horario.

17. ¿Consideran similar el espacio de El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares? ¿por qué?

Si hay una diferencia. El titular se utiliza los resúmenes demasiados cortos. Una relación de titulares salen en 2 minutos, un resumen horario como es una especie de micronoticiario de 5 ó 7 minutos la nota es más completa, Los Titulares son demasiados cortos.

18. ¿Cuántas líneas debe tener un titular?

Dos líneas. En un resumen viene a ser un lead, de cada noticia viene completa.

Los titulares son de medias horas, Los Resúmenes son de la hora, en cada hora se da una información completa.

19. ¿En el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen existe alguna noticia corta?

No, en los resúmenes de las horas son informaciones completas hasta lo que en ese momento se da., 4 de la tarde, lo de ese momento. Y, en las medias horas se dan titulares.

20. ¿Cada qué cierto tiempo (horas) tienen que estar actualizados las noticias que ustedes presentan?

Permanentemente cada hora. Si a mí me toca hacer un resumen de las 4, obviamente a las 5, se amplía, se mejora, se va incorporando cosas, van cambiando varias cosas.

21. ¿Se pueden repetir quizá un titular de la hora a la media hora?

Claro, hay una noticia que es del día que no va a variar, que lo vamos a tener durante todo el día.

22. ¿Puede colocarse el mismo titular más de 2 veces?

Claro, pero hay que voltearlo. No se puede escribir el mismo titular de la misma forma, se puede cambiar.

**23. ¿Qué dificultades puede tener la producción del boletín informativo radiofónico o Gran Resumen de la Hora en la radio?
¿Cómo se pueden solucionar alguna de ellas?**

No, a veces en la práctica es por cuestión de tiempo, es también un ejercicio diario. Cuando recién se empieza se tiene limitaciones de tiempo, trabajar contra el tiempo. Sale un despacho y uno no tiene tiempo para terminar el trabajo y uno tiene que cerrar. Más que todo es tiempo.

**24. ¿En qué ocasiones considera que el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora, no podría salir al aire?
¿Por qué? ¿toman en cuenta la programación que se está emitiendo?**

No, tiene que salir necesariamente, puede haber un retraso, no deja de salir, ya eso está pauteado. Se reduce. Yo puedo preparar mi resumen con 20 notas

pero que pasa, se empieza la lectura dada del resumen y a la tercera que se está leyendo hay un despacho urgente que tiene salir el presidente, alguna autoridad, alguna entrevista o cualquier otra nota; y eso desplaza la lectura de titulares y se tiene que dar lugar al informativo en directo.

25. Para el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora ¿a quién se considera público objetivo? ¿cuál es el perfil de él?

Todos. Llega para todos, no hay diferencia.

26. Por ser el Grupo RPP ¿el trabajo que realizan también va para las otras Radios (por ejemplo Radio Felicidad con Las Informaciones? ¿Cuál es su objetivo en emitirlo en radio que no es propiamente RPP Noticias? ¿Trabajan por el criterio que tiene como empresa El Grupo RPP?

No es lo mismo, hay otro equipo de gente. Somos como un banco de datos, somos como la Agencia de noticia. Somos base, no solamente para las emisoras que conforma el grupo RPP, sino para otras emisoras y diarios, hasta para la prensa internacional. No olvidemos que lo que sale en radioprogramas sirve de base para que cadenas escojan esa noticia.

27. ¿Alguna radio es competencia respecto al trabajo que realizan en el boletín informativo radiofónico o El Gran Resumen de la Hora?

Creo que no tenemos competencia hoy, hasta hace algún tiempo había competencia que era CPN Radio.

28. De acuerdo a la teoría y bibliografía investigada, los boletines informativos tienen total similitud a El Gran Resumen de la Hora que ustedes presentan en su buena producción. Quizá, ¿ha habido algún cambio de nombre? ¿siempre se llamó así? ¿será que ahora es más comercial? ¿Cuál es su opinión al respecto?

Claro, puede ser como algunos le dicen boletín informativo. A través de los años a mis resúmenes les llamo micronoticiero, y esa es la columna vertebral de la radio. No siempre una persona está dispuesta a escuchar un noticiero en un horario en 2 horas ó 3 horas; pero cuando quiere informarse basta con encender la emisora a cada hora y, ya tiene una noción completa de lo que está pasando.

El nombre no es para que sea más comercial, sino que es el trabajo en sí cómo nos interesa en el público, la radio está pensando en el público que quiere darle la información completa. Y si usted se ha dado cuenta, y ha escuchado la radio, cada hora se da una información por lo que pasa en ese momento. Si usted escucha a las 4pm es una información que ha salido a las 3:30pm, entonces es una información constante, permanente. RPP es inmediatez en información.

29. En cuanto a redacción de boletines informativos, ¿qué elaboración sugiere?

Como básico, como a cualquier alumno de periodismo le han dicho: hay que utilizar un lenguaje sencillo, sin palabras rebuscadas, por lo que se trata que el mensaje llegue al oyente, al público receptor, debe llegar el mensaje correctamente.

30. Según su parecer, en cuanto a locución ¿cómo sugiere que debe ser?

Yo soy todavía un poco conservador. Creo que la lectura de noticias tiene que ser los locutores. A veces se ha dado en que los mismos periodistas cubran

ese espacio actualmente. Yo creo que la lectura de noticias o titulares debe estar a cargo de locutores.

31. Según su parecer, ¿cómo debe elaborarse un boletín informativo?

Ser muy cuidadoso, estar atento de lo que va pasando. Saber seleccionar las noticias en el día que se van generando como en radioprogramas el sistema de noticias, no sólo está pendiente de lo que pasa en Lima; sino en el interior del país y en el extranjero hay que saber seleccionarlo. Tener un banco de noticias que superan las 100 por las noticias que deba dar a cada hora, es decir aquello que interesa al público.

32. ¿Qué tan importante es la verificación de las fuentes para la elaboración de las noticias?

Vital. Creo que todo el personal que elabora en RPP, tiene justamente eso. Y si radioprogramas se mantiene en el número uno en noticias es porque la gente confía. Está la credibilidad, es decir somos objetivos. Aquí no hay distorsión de la información, aquí informamos como corresponde, con objetividad, con responsabilidad.

33. ¿Cree importante la experiencia periodística para trabajar en radio?

Muy bonito. Es un trabajo muy gratificante, todo lo que tiene que ver con comunicación es una experiencia gratificante.

34. Mensaje da a los jóvenes que quieren especializarse en el periodismo radial

Ser persistente, ser perseverante y poner mucho empeño. Cuando se pierde el entusiasmo todo sale mal. Aquella persona que le gusta el periodismo radial, bueno hay que ejercitarse y ser impertinente y buscar el trabajo, no dejar que nos busquen, sino buscar, acercarse a los medios. Tener iniciativa.

Anexo N° 06 Guía de entrevista sobre la producción de boletines informativos radiofónicos en RPP Noticias

Fecha: 23/09/11

Hora: 10: 14a.m.

Lugar: Lima - Edificio RPP Noticias

Entrevistadora: Lucía del Rosario Sánchez Larios

Entrevistado: Rocío Vicente Llerena

Periodista titulada en la Universidad Nacional San Marcos. En RPP es redactora de El Gran Resumen de la Hora. Su horario es de 7am a 2pm. Trabaja en la radio desde hace 20 años, y siempre se ha desempeñado en diferentes áreas.

Introducción:

El motivo de esta entrevista fue para conocer la producción de noticias y titulares; además de sus técnicas y reglas de redacción empleadas en los boletines informativos radiofónicos especializados, y así saber del estilo en la producción de sus informaciones.

Preguntas:

1. ¿Puede dar una breve descripción de su cargo?

Básicamente, obtenemos los titulares de los despachos, de la producción de la radio, de los reporteros, de los informes, de las entrevistas, de los programas, del noticiero *Ampliación de Noticias*.

Ahorita, tengo que ver los cortes de cada hora y media hora porque salen despachos de reporteros y corresponsales; pero si hay alguna emergencia, sale el Rotafono; generalmente llamadas del público que está pasando algo en su distrito o alguna emergencia que se corta la programación y sale. En base a eso hacemos titulares.

También manejamos lo que es Agencia de Noticias diarias porque son periódicos. En las Agencias internacionales, notas de prensa, correo que nos envían con la información y, el orden que vamos poniendo según la importancia lo vamos manejando.

Por ejemplo, si pasa algo a nivel internacional muy fuerte, eso lo ponemos en primera.

2. ¿Cuál es el criterio periodístico para la selección de información para los boletines informativos radiofónicos?

El criterio periodístico es según la importancia de la noticia, en un momento puede tomar la importancia una noticia a nivel internacional, lo que va saliendo por la radio, y también por la televisión, y la páginas Web.

3. ¿Es la misma estructura los titulares de radio y de televisión?

Por ahora sí. Por ahora, los titulares los mandamos quince minutos antes. Por ejemplo, los titulares de 11am, tengo que mandarlos a las 10:45am, imprimo abajo 3 copias y también hay que pasarlos a los locutores porque al fondo hay un personal encargado, los editores de televisión que se encargan de vestir los titulares, que significa ponerles imágenes para que salgan, en radio sale el audio, y en televisión son imágenes de archivo.

4. Y ¿en la Web?

En la Web, las personas encargadas de la Web, ellas se encargan de escuchar y redactar un poco más amplias las informaciones, poco la Web es tipo diario, son más columnas, más texto. Se trata de una nota amplia.

En la Web, viene a ser un diario que lo lees por Internet, entonces tiene más datos.

5. En los titulares ¿hay noticia corta? ¿se le puede considerar?

No. Básicamente si es importante. En mi hora son 2 bloques, dos párrafos, uno más si es que es muy importante, da para 3 bloques y hasta para 4.

En los titulares de media hora, son un párrafo de cada noticia porque en los de media hora valen 10 titulares, entre noticias internacionales, locales e incluso deportes. Yo tengo 20.

6. ¿A qué sección le dan más relevancia?

Dependiendo. Generalmente política, pero si hay algo fuerte en el interior del país, esa noticia es la más importante la que consideramos.

7. ¿Cuánto deben de durar los titulares?

Depende. Son 20 noticias entre nacionales, internacionales y deportes y puedes poner entretenimiento. En los programas de salud, también se escuchan y se titulan. Durarán al aire, con la lectura son 3 ó 4 minutos porque a veces durante los titulares entran despachos de los reporteros, y también entran provincias. Se pueden extender 5 minutos con todo.

8. ¿Cuántos despachos pueden haber?

Normalmente son 2, ó hasta 3 porque los productores de los programas reclaman su hora, si es que se pasan de la hora les cortan el programa.

9. En la elaboración de los titulares, ¿utilizan la pirámide invertida?

Si, se sigue sugiriendo

10. ¿Desde que tiempo se transmiten *El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares*?

Desde que yo entré a trabajar siempre he tenido titulares de hora y media hora.

11. ¿Siempre han tenido el mismo estilo del boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Antes, generalmente era política, ahora colocamos lo que es salud, entretenimiento, artistas. En titulares de media hora, se utiliza noticias de farándula.

12. ¿Utilizan el servicio a la comunidad?

El Rotafono en *El Gran Resumen de la hora*, también. Si hay una denuncia en el Rotafono, y es importante, también se inserta.

13. ¿Cuántas veces durante el día se puede escuchar el Servicio Público?

Puede salir en cualquier momento. Si es importante o sumamente importante va al aire.

Hay una persona encargada de recibir las llamadas del Rotafono, y las incluye en un archivo, y eso luego se leen al aire durante los noticieros. Generalmente, en la mañana se leen. En todo el día hay dos personas en el Rotafono, una en la mañana y otra en la noche.

El Rotafono es una central y las llamadas que no las pueden estar recibiendo, hay un opción que dejas en un buzón tus denuncias.

14. ¿En el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora* también hay avisos? ¿También se está escuchando lo de la maratón?

Esos son los titulares que envía la gente de la maratón, que están ubicados en otro ambiente.

15. ¿Si es propia de la radio igual se incluyen?

Sí, son parte de los titulares los de la maratón.

16. ¿Cuál es la estructura del boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

La estructura que quiere decir qué noticias van. Dependiendo de la importancia, puedes tener en primera una nacional, una provincia. Por ejemplo, ha pasado un incendio, un sismo, según la importancia, los vas colocando, una de cada uno.

Los programas que están saliendo al aire también se titulan.

17. Entre un tema deportivo y político. ¿Cuál iría primero?

Generalmente, se considera política, a no ser que Perú haya ganado el mundial.

18. A veces se escucha en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora* que duran hasta 9 minutos ¿es conveniente, se escucha bien?

No está bien, ya está fuera. Lo mínimo es 5 minutos porque 9 minutos ya está protestando el productor.

Los titulares tienen que leer todos, porque los titulares están auspiciados es una orden que se lean todo el resumen. De ahí, entran titular y titular al final pueden entrar los reporteros, que pueden entrar provincias o una llamada al Rotafono, si es muy importante.

A veces entra en cabina un conductor, y si ha pasado algo entra un conductor a entrevistar.

19. ¿*El Gran Resumen de la Hora* se considera verdaderamente un boletín informativo?

Sí, es un boletín informativo. Es un resumen de todo lo que ha pasado en una hora.

Generalmente, yo no trato de repetir en mis titulares de hora, si te has dado cuenta los titulares de hora y hora, normalmente no se repiten. Pero, si has escuchado la programación de la mañana, en las tardes mayormente son una repetición, dan vuelta a lo mismo toda la tarde. En la madrugada también, es comprensible porque no hay muchas cosas.

20. Para el oyente y para la radio ¿Qué tan efectivos han sido o son *El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares*?

Para la radio, según los dueños son muy importantes. Y para los oyentes, según Jesús Miguel, nuestro jefe, dice que en una encuesta hay gente que no te escucha la radio; pero calculan la hora y solamente escuchan los titulares de hora y eso es suficiente con eso se informa.

21. ¿Antes daban los avances informativos, y después hubo un cambio?

Si, ese era un cambio. Avance informativo, ese era como un flash, que anunciaban lo que se iba a desarrollar en el noticiero.

21 ¿A qué se debía ese cambio?

Decisión de la jefatura por algunas ideas novedosas.

22. ¿Desde que fecha dejaron de existir?

Ya como 3 años.

23. En cuanto a redacción de titulares ¿cómo sugiere su elaboración?

Es para un nivel no tan bajo, no se puede utilizar jergas. Salvo que lo diga un entrevistado que lo diga entrecomillas y negrita para que de esa manera el locutor se dé cuenta que nos es propio del titular, sino que es del entrevistado.

24. Según su parecer, ¿la locución debería ser de manera muy seria?

Por el nivel de público sí; pero dependiendo. No te habrás dado cuenta que los locutores se ríen de los titulares, cuando es algo chistoso el titular, de alguna noticia curiosa, sobretodo.

25. ¿Sería recomendable proponer un tipo boletín informativo en una radio musical –informativa?

Dependiendo de la línea que sigan, por ejemplo si hay música, hay varias radios, como en Lima, que hay radios musicales, que tienen noticias en su programación. Para eso tenemos las otras emisoras: La Mega, Felicidad, Oxígeno, que tienen su programación, dependiendo del público.

26. ¿El trabajo que realizan también va para las otras Radios (por ejemplo Radio Felicidad con *Las Informaciones*)?

Se basan en los titulares de RPP, Radio Capital, también. Pero ellos tienen sus propios reporteros, su propia programación, sus propio programas, y con eso alimentan sus titulares. También tienen como base a los de RPP.

27. ¿Alguna radio es competencia respecto al trabajo que realizan en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Por ahora, ninguno.

28. ¿Cree importante la experiencia periodística para trabajar en radio?

Bueno, yo cuando estaba en la universidad en el séptimo ciclo, ingresé acá. Y acá he obtenido toda la experiencia. No he estado en otro medio, aquí aprendí todo con diferentes puestos. He estado en redacción, reportera, en Internet, en la Web, en diferentes puestos u ocupaciones.

29. ¿Qué mensajes da a los jóvenes que se quieren especializar en el periodismo radial?

Que escuchen la radio para que aprendan la redacción, que lean bastante; y sobretodo que algunos que ingresan a trabajar quieren salir de frente como reporteros, la base empieza en la redacción porque sino eres buen redactor al aire dices calamidad y media. Lo mejor como base es una buena redacción, par de años como redactores, y luego salir a la calle porque tienes más desenvolvimientos en tus palabras, que a veces escuchas que algunos reporteros salen y se enredan, que empiezan y no saben cómo salir de lo que han dicho o se equivocan. Leer diario, obras o libros.

Para algunos es muy monótona la redacción, pero es básico para ser buen reportero en radio, televisión, incluso para radio; porque si en radio no sabes redactar bien, no sabes de mucho.

**Anexo N° 07 Guía de entrevista sobre la producción de boletines
informativos radiofónicos en RPP Noticias**

Fecha: 23/09/11

Hora: 10: 45 a.m.

Lugar: Lima - Edificio RPP Noticias

Entrevistadora: Lucía del Rosario Sánchez Larios

Entrevistado: Grimanesa Falcón Sánchez

Titulera de RPP Noticias. Redacta los titulares de media normalmente, también hace los titulares de la tarde y de los sábados.

Introducción:

El motivo de esta entrevista fue para conocer la producción de noticias y titulares; además de sus técnicas y reglas de redacción empleadas en los boletines informativos radiofónicos especializados, y así saber del estilo en la producción de sus informaciones.

Preguntas:

1. ¿Desde qué fecha trabaja en radio RPP?

Desde hace 4 años y tantos meses.

2. ¿Cuál es su especialización profesional?

Comunicadora Corporativa.

3. ¿Cuál es el criterio periodístico para la selección de información para el boletín informativo radiofónico?

En realidad, el criterio depende o varía con la noticia del día; por ejemplo ahorita estamos con Ollanta Humala, y sobretodo en las redacciones del público, estamos chequeando las redacciones en Twitter, en Facebook, en las

redes sociales porque la mayoría está de última moda, todo porque viajó Nadine y sus hijas. Las preguntas van a estar enfocadas a eso.

4. ¿Existe algunas reglas de redacción que utilicen en los titulares de RPP Noticias?

Sí, muchísimas reglas. Las de radio son totalmente distintas a lo que puedes leer en los medios escritos. Es invertido, empiezan con el suceso directo; por ejemplo: “El ministro de Economía, Miguel Castillo...”, es rápido, es directo; te dice la persona, te dice: qué, quién y cuándo lo dijo.

5. ¿Las preguntas básicas de las 6 Ws?

Las 3. Por ejemplo, los titulares en radio son directos. El formato que tiene RPP está basado en una radio de Guatemala, si es que no me equivoco, de Centroamérica, que luego RPP, la puso acá hace 40 años. Y es más el formato que tiene RPP, no ha variado en años, es el mismo.

Ahora la redacción de titulares depende de cada editor. Por ejemplo, Rocío hace de 3 a 4 líneas, yo hago de 2 líneas máximo. Varían sobretodo cuando son expresiones.

6. ¿Toman en cuenta los signos de puntuación en los titulares?

Todos porque el locutor los va a leer. Vivimos en base al locutor y los locutores que tenemos acá son de muchos años, entonces más todavía.

Hay que darle punto y coma. Aunque punto y coma no tanto porque sino te cortan. Entrecorillados, negritas, si es una palabra en inglés ya que algunos no saben, entonces bajas, y les dices que “se pronuncia así” porque tenemos que mantener a nuestra imagen, hay que tener en consideración que los señores tienen años. Hace 20 años estaban culturizando el curso de inglés, básicamente ellos No, tienen de data 70 u 80 años.

**7. ¿Cuántas secciones o bloques tiene *El Gran Resumen de la Hora*?
¿Cuáles son? ¿siempre se consideran las mismas? ¿el orden es siempre el mismo?**

En *el Resumen de la hora*, hay 3 secciones claras: nacionales, internacionales y deportes.

Las de deportes, los titulares no lo hacemos nosotras, lo hace una persona que es Santos Calderón o algún encargado de deporte porque ellos manejan sus tiempos, sus cosas.

8. ¿Es obligado que vaya siempre un titular de deporte?

Sí, porque hay gente que le gusta el fútbol, vóley, campeonato de golf, surf. Es depende de la noticia.

Si se cae un avión en Argentina con 20 peruanos, ¿qué va adelante?, eso va adelante. Es depende de la importancia de la noticia. Si ahorita mismo en Estados Unidos, un loco se metió con un menor de edad, yo agarro y pongo en mi titular adelante porque es lo importante, más allá de lo que puede estar opinando ahorita Ollanta.

9. ¿Es necesario colocar en un titular una cita textual?

Si es necesario, en política nacional sobretodo. Es muy necesario porque aquí al menos los políticos, después que han dicho una cosa quieren arreglarla. Sale en el vídeo, lo dijo y lo pongo.

10. ¿Siempre es necesario lo de “Servicio Público”? ¿En qué momento es importante insertarlo en *El Gran Resumen de la Hora/ Los Titulares*?

Los servicios públicos no van en los titulares de hora, es un mensaje aparte. Pueden leer todos los titulares y recién dicen el mensaje de servicio público.

Eso se puede leer en cualquier minuto, en cualquier corte; ahorita mismo le puedes dar una hoja, y si es muy urgente y recomendado, va y lo tiene que leer caballero.

11. ¿Y la ayuda a la colectividad?

Claro, para eso está el Rotafono. El Rotafono es otro servicio de RPP. El Rotafono de RPP, que sale a la 1:30 ó 5 de la mañana, empiezan a salir como titulares, pero son titulares de las llamadas que han recibido del Rotafono, del Servicio de la radio.

12. ¿Y los avisos de evento?, por ejemplo, así como la de la maratón de RPP Noticias?

Los eventos son eventos corporativos de la misma radio como La Maratón. RPP también participó en Mixtura y en Perú Min, al menos que sea algo a beneficio público y sin fines de lucro; por ejemplo La Colecta de la liga contra el cáncer, Teletón, aunque la radio participó como auspiciadora. También, por ejemplo, apoyo para implementar una biblioteca o una muestra de cultura, algo de cultura general.

13. ¿Sobre cultura, si se puede insertar?

Cultura sí. Creo que cultura es característica de RPP. Ya está centralizado.

14. ¿Los despachos tienen que ir relacionados con los titulares?

La mayoría de los titulares están hechos en bases a despachos. Nosotros desgravamos los despachos, y de ahí sacamos el titular; es más si esto estuviera saliendo por la radio y si estuviera saliendo en el programa de salud, tenemos que escucharlo y estar titulado al mismo tiempo.

15. Los despachos que se escuchan en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen*, ¿cuántos deben ser más o menos?

Yo he escuchado hasta 4 despachos. Depende, es variable porque cada reportero tiene sus tiempos; es más cuando el reportero se pasa, lo cortan porque aquí vivimos presos del tiempo y de los horarios.

Nosotros también tenemos un área que es provincias, que deberían pasar titulares; como no lo pasan, yo empiezo a buscar y los coloco. Somos de una información imparcial y tenemos que ponerlo.

16. ¿Cuál es la originalidad de su trabajo en los titulares? ¿Cómo se diferencian?

Nosotros tenemos que ser creativos en un rango “chiquitito” de palabras.

17. Los titulares de media hora, ¿cuántos minutos pueden durar generalmente?

Máximo pueden durar 4 minutos pero con interrupciones de despachos. En los de media hora, pueden durar hasta 4 despachos, cada uno puede durar hasta minuto y medio. A veces cortan los titulares, depende de la pausa comercial. Nosotros dependemos de la pausa comercial.

18. Durante el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*, ¿se puede colocar un dato histórico?

Todas las mañanas se coloca *La Noticia de la Historia*. Sí, se recomienda una vez al día porque no siempre es bueno voceando a cada rato, eso aburre al oyente. La idea es que los titulares no repitan las cosas, es la idea principal. Al menos que eso sea algo súper grave que tiene varias secuelas, como el caso Ciro que cada día hay algo nuevo.

19. En los titulares ¿Cuántas líneas deben de tener?

Los de media hora son de 2 líneas, más no. Al menos que sea algo importante les das 4 o sea: 2 arriba y 2 abajo para continuar si es una declaración por ejemplo, no más.

20. ¿Tiene algo que ver el formato del Word?

No, nosotros trabajamos con un Sistema que se llama *News*, que es casi como una carilla. Todo con mayúsculas para que el locutor pueda leerlos bien y con acentuación.

21. ¿Cada qué cierto tiempo tienen que estar actualizados los titulares?

Los titulares, tanto como los de hora y como los de media recaban todo lo que salen a la hora, hasta los 45 minutos. Los de media, son todos los que salen inclusive en la hora, se entregan a los quince minutos. Por ejemplo, si van a salir a las 10:30am, se entregó a las 10:15am.

22. A veces, logro escuchar a las 10am un titular y a las 10:30am, casi parecido. ¿Cuántas veces se puede repetir el mismo titular durante el día?

Eso no se sabe. Depende. Pero si el tema es importante, y si es necesario repetirlo, se repite porque hay oyentes que tienes en la mañana y hay oyentes que no. Algunos empiezan al mediodía, entonces tienes que equilibrar la información.

23. ¿Durante la producción ha habido algunas dificultades?

Uno es humano. Por ejemplo, con lo de la impresión que no llegó. Volver a mandar a imprimir. Normalmente, ellos deberían recogerlo a los quince minutos y son las 10:27 y no lo recogen, por ejemplo. Tienen 10 minutos para voltear eso, y no sé como lo harán, ellos son televisión, también deberían tener agilidad como nosotros.

24. ¿Ya son personas adultas?

Si te das cuenta son gente en la sala de redacción en promedio de 18 a 24 años...

25. ¿Hay momentos en los que puede haber algún corte en el boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Se cortan cuando hay muchos despachos. Todas las pausas en la radio, están a base a comerciales, ingresan eventos, te dan microprogramas. Todo está segmentado, depende de esto lo hace el productor.

26. ¿En qué ocasiones considera que *El Gran Resumen de la Hora*, no podría salir al aire? ¿Por qué? Por ejemplo escuché la vez pasada en el Enfoque de los Sábados, en donde Raúl Vargas entrevistó a un ministro y justamente no se presentaron los titulares. Para *El Gran Resumen de la Hora* ¿toman en cuenta la programación que se está emitiendo?

Lo que pasa es que los sábados no son los titulares a todas las horas, no hay todas las horas tanto como *Enfoque* que es un programa tan amplio, no salen simplemente. Salen hasta las 8am y luego hasta las 11am. Eso es programación y ya no tenemos nada que ver nosotros.

27. ¿Existe algún público objetivo para *El Gran Resumen de la Hora* o *Titulares*?

Nuestro público objetivo no lo sé; pero si hay público. El perfil del público de RPP es el A, B y sobretodo jubilados. Son los adultos mayores.

28. Según su conocimiento. ¿*El Gran Resumen de la Hora* se considera un boletín informativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?

No, para mí *El Gran Resumen de la Hora* consta de varios titulares; pero no es un boletín informativo. Para mí el boletín informativo es ultra especializado.

Puede ser para una comunidad respecto basado a lo que es la minería, puede ser un boletín médico, ecológico, que sólo le interese a un determinado sector. Eso es para mí un boletín informativo.

El Boletín consigna una información específica para un determinado oyente. Ejemplo: el médico, conferencias para médico, salud, técnicas de operación y va dirigido especialmente para médicos que es un determinado público. En cambio, *Los Titulares* tiene todo: deportes, internacionales, temas de salud, conflicto social, temas políticos, policiales. Es una combinación. Es totalmente diferente para mi punto de vista.

29. ¿Cuál es la diferencia entre los titulares de hora y con los de media hora?

En la cantidad. En *El Gran Resumen* se ponen 20 titulares, ponemos 12 nacionales, 4 internacionales y 4 deportes. En el de media hora, tendría que haber 6 nacionales, con políticas, espectáculos, con todo combinado; 2 internacionales y 2 de deportes.

Además, tienes que ver entre los titulares de hora y media; que es la brevedad y el tiempo. En los de media hora se está tomando todos los despachos que se dan en el de corte de hora. El de hora ponen el de hora y el de media, porque hay 2 cortes, en el de hora consigna todo, por eso se llama *El Gran Resumen*.

30. Para el oyente y para la radio ¿Qué tan efectivos han sido o son *El Gran Resumen de la Hora y Los Titulares*?

Son muy efectivos. Fíjate que antes que hubiera la sección de tránsito en RPP, nosotros voceábamos “A esta hora está congestionado el tránsito en tal lugar”... a partir de los titulares se da la sección del tráfico porque te ayuda, es efectivo e instantáneo. Inclusive hasta ahora, en el tránsito, está siendo abocado netamente Lima, pocas dicen noticias del interior; recién las están tomando. Para nosotros: “Atención señores conductores, está siendo marginado el tramo 224 de la carretera marginal de la Selva”, y salen titulares

por A o B, y hay N paros, todos los días tiene bloqueos, la marea alta. Hoy día está lloviendo, por ejemplo le ponemos: “esta hora en Lima se registra una ligera llovizna”, porque hay gente que viaja acá, entonces es necesario.

31. ¿Cuántas personas laboran en la producción del boletín informativo radiofónico o *El Gran Resumen de la Hora*?

Nosotros tenemos horarios rotativos. Rocío Vicente tiene el horario de la mañana. A partir de la tarde, yo hago una hora y tanto; después viene el Sr. Miguel Soto; luego otras personas. Es rotativo. Secciones tienen todos. Ahorita tengo como 5 ó 6 páginas Web de todos los medios; sino sale acá lo tengo que tomar de otro lado y le consigno la fuente. Tenemos que estar en todas.

Ahora hay un montón de medios, N páginas. Nuestro sistema de noticias, en el cual trabajamos que se llama News, tiene cables internacionales, entonces ves noticias de todos lados; pero a veces te quedas en blanco porque no hay nada; es de seguir buscando y entras a blogs y a portales.

Yo últimamente manejo todo por el Twitter porque la gente ya está allí, inclusive toma fotos antes que tú. El reportero y cualquier medio ya están allí.

32. ¿Cuándo se tiene fuentes como *Mercurio* y *País*, por ejemplo, son necesarios citarlos?

No, siendo ellos pueden omitirlos; pero ya sabes que estás en un medio que tienes la confianza de colocarlo. Salvo, que sea un investigación exclusiva de *El Mercurio*; por ejemplo Ollanta Humala haya llegado a Chile y le haya dado un entrevista a *El Mercurio*, el presidente Ollanta Humala dijo, en dónde, en *El Mercurio* porque tienes que colocarlo.

33. ¿Cree importante la experiencia periodística para trabajar en radio?

Sí, todo se aprende, tanta experiencia No; pero sí buena calidad de redacción. Si tú tienes un alto nivel de redacción y puedes adecuarte al trabajo bajo

estrés, estás calificado. Hay gente que ha estado acá y se ha ido por estrés, no ha durado ni 2 días, tiran el plato y se alocan, y se van, tienen que saber tolerar. Tienes que tener mucho criterio para colocar las informaciones. Un aventado no puede estar acá, tienes que cuidarte mucho, hay una imagen detrás y la credibilidad sobretodo.

34. Mensaje para la persona que se quiera especializar en el periodismo radial

Paciencia, destrés y práctica. Esas 3 cualidades, porque muchas veces te van a decir “cámbiame éste titular”. Mucha especialización, lectura rápida, tienes que tener todo eso.

Anexo Nº 08 Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Cuestionario

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los oyentes de los Boletines informativos de cobertura regional.

Distrito: a) Chiclayo b) La Victoria c) José Leonardo Ortiz

1. **Sexo :** d) a y b
2. a) Masculino b) Femenino e) b y c
3. **Edad :** ____ años f) Todo el día
4. **Nivel de instrucción**
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior técnica
 - d) Superior universitaria
5. **¿En qué zona reside?**
 - a) Centro
 - b) Urbanización
 - c) Pueblo joven
 - d) Sector
6. **¿De qué material es su casa?**
 - a) Material noble
 - b) Adobe
 - c) a y b
7. **¿Con qué frecuencia escucha radio?**
 - a) Siempre
 - b) Algunas veces
 - c) Casi nunca
 - d) Nunca
8. **¿En qué momento del día escucha radio?**
 - a) Por las mañanas (hora) _____
 - b) Por las tardes (hora) _____
 - c) Por las noches (hora) _____
9. **¿Cuánto tiempo suele escuchar radio?**
 - a) Media hora
 - b) 1 hora
 - c) 2 horas
 - d) De 3 a más
10. **Actividades que realiza mientras escuchas RADIO:**
 - a) Trabaja
 - b) Descansa /trabaja en el hogar
 - c) Lee / estudia
 - d) Conduce
11. **A cada hora (en instantes) ¿le gusta estar escuchando boletines informativos de la radio?**
 - a) Sí b) No c) A veces
12. **¿Cómo le gusta escuchar las informaciones de los boletines informativos de radio? Con**
 - a) Titulares
 - b) Noticias CORTAS (breves) y con todos sus datos.
 - c) Noticias LARGAS y con todos sus datos
 - d) Todas las anteriores

- 13. ¿Sobre que temas prefiere escuchar más?**
- a) Acontecer local
 - b) Acontecer nacional
 - c) Acontecer Internacional
 - d) Acontecer deporte y de entretenimiento
 - e) Todas las anteriores
- 14. ¿De qué manera prefiere informarse?**
- a) Locución de noticias
 - b) Reportes en vivo
 - c) Sondeos de opinión
 - d) Todas las anteriores
 - e) Otros _____
- 15. ¿Qué le gustaría escuchar junto a sus informaciones de boletines informativos de radio?**
- a) Informe sobre la temperatura
 - b) Un pequeño dato histórico
 - c) Avisos de trabajo/defunción/pérdida/ eventos(ayuda a la colectividad)
 - d) Todas las anteriores
 - e) Ninguna
- 16. ¿En qué emisoras locales prefiere escuchar boletines informativos?**
- a) Radio Santa Victoria
 - b) Radio Exitosa Noticias
 - c) RPP Noticias (Rotativa Regional)
 - d) Radio Nacional
 - e) Otra

Anexo Nº 09 Guía para la sesión de Primer Grupo Focal

Fecha: 22/10/2011

Hora: 4:00 p.m.

1. Objetivos

Objetivo de la Investigación

- Proponer el proyecto del programa piloto de un boletín informativo radiofónico para mejorar la producción de microinformativos que se transmitirán en la programación de una emisora de cobertura regional en Lambayeque.
- Hacer un diagnóstico previo de la posible audiencia del proyecto del programa piloto.
- Elaborar una propuesta del proyecto del programa piloto de boletines informativos radiofónicos en base a opinión a especialistas y una muestra seleccionada.
- Ofrecer un trabajo de investigación que pueda servir de modelo para la producción de boletines informativos radiofónicos.

Objetivos del grupo focal

Este primer grupo focal invita a conocer los gustos y preferencias de la audiencia para la producción del boletín informativo.

2. Identificación del moderador y observador

Nombre del moderador y observador: Sánchez Larios, Lucía del Rosario

3. Participantes:

En total de participantes fueron 9 personas, entre varones y mujeres, siendo ellos:

- Universitarios
- Gente de la ciudad

4. Preguntas para el primer grupo focal :

El cuestionario da inicio a partir de preguntas básicas o generales que van de acuerdo a la cotidianidad que tienen con la sintonización de la radio. Luego, se exponen las preguntas sobre sus gustos y preferencias para las noticias a emitirse en radio, el cual sirven de gran apoyo para la producción del boletín radiofónico regional.

1. ¿Con que frecuencia escucha radio?
2. ¿En qué momento del día sintoniza la radio?
3. ¿Cuánto es el tiempo que emplea para escuchar radio?
4. ¿Qué actividades acostumbra a realizar mientras escucha la radio?
5. ¿Qué radio suele sintonizar más para informarse del acontecer del día?
6. ¿Tiene conocimiento de alguna radio local? ¿Cuál?
7. ¿Qué temas cree usted que deben ser tratados en la radio? ¿por qué?
8. ¿Qué le agrada más junto a sus informaciones? : Únicamente la común locución de noticias del acontecer noticioso, los reportes en directo, escuchar avisos para la comunidad. ¿Por qué?
9. En cuánto a la locución ¿Cómo la prefiere? ¿a 1 ó a 2 voces? ¿masculino y/o femenino?Cuál es su Opinión al respecto.
10. ¿Qué nombre sugiere para nuestro Boletín Informativo?
11. Sus informaciones en la radio ¿las prefiere con detalles o “al grano con la notas informativas”? ¿por qué?

5. Pauta de chequeo por el observador:

- Los participantes se encuentran en un ambiente adecuado para desarrollar la sesión; el cual cada uno sentado forma un grupo en U.
- El moderador da una explicación breve de su investigación y justifica el motivo de la reunión.
- El moderador escucha y utiliza un lenguaje claro y sencillo para los participantes.
- La sesión es filmada por una videocámara.

- **Datos generales de cada participante**

Carol Lara Saavedra: Estudiante de Derecho, 25 años.

Erick Carranza Cúzman: Estudiante de Administración, 24 años.

Juan A .Jiménez Sánchez: Trabaja en imprenta, 42 años.

Miguel A. Jiménez Sánchez: Ingeniero de Sistemas, 43 años.

Amanda Olivera Otoyá: Estudiante de Comunicación, 21 años.

Luis Larios Seclén: Taxista, 33 años.

Paola Hernández Llontop: Enfermera, 28 años.

Carmen Eneque Atencio: Contador Público, 30 años

Javier Benites Alcántara: Vigilante, 45 años.

1. ¿Con qué frecuencia escuchan la radio?

Carol Lara: Interdiarias.

Erick Carranza: Interdiarias, domingos

Juan A .Jiménez: Todos los días me mantengo informado.

Miguel A. Jiménez: Todos los días.

Amanda Olivera: Diarios, dependiendo de la programación porque sintonizo algunos programas de mi preferencia.

Luis Larios: Todos los días.

Paola Hernández: De lunes a viernes.

Carmen Eneque: Para mí la radio es uno de los medios de mayor accesibilidad, la tengo en mi dormitorio o en mi sala, y así puedo sintonizarla. Es la más práctica porque hasta la puedo llevar en mi celular. En la oficina, para estar al día, si no puedo, se da por ahora en la modernidad que es en la computadora; pero siempre tengo mi radio, para mí es frecuente escuchar la radio.

Javier Benites: Entre semana, fin de semana muy poco.

2. ¿En qué momento del día sintonizan la radio?

Carol Lara: En las mañanas.

Erick Carranza: En las noches, en las mañanas muy poco.

Juan A .Jiménez: Casi todo el día, por el mismo trabajo que tengo. Tengo la radio a lado.

Miguel A. Jiménez: En las mañanas a partir de las 8:30 a.m. hasta las 10 p.m. La radio está prendida allí todo el día.

Amanda Olivera: Más en las noches y otro horario sería en las mañanas.

Luis Larios: En las mañanas al mediodía.

Paola Hernández: En las mañanas.

Carmen Eneque: En las mañanas.

Javier Benites: En las mañanas o tardes.

3. ¿Cuánto es el tiempo que emplean para escuchar radio?

Carol Lara: Media hora.

Erick Carranza: Media hora.

Juan A .Jiménez: Pasan las 4 horas, en casi todo el día.

Miguel A. Jiménez: Todo el día.

Amanda Olivera: En total cuatro o cinco horas.

Luis Larios: Unas cinco horas.

Paola Hernández: En las mañanas hasta la 1p.m. ó 2p.m. máximo.

Carmen Eneque: Sólo por un ratito.

Javier Benites: En hora u hora y media, no mucho.

4. ¿Qué actividades acostumbran a realizar mientras escucha la radio?

Carol Lara: Escucho la radio mientras me alisto para ir a la Universidad.

Erick Carranza: En las mañanas cuando me alisto para ir a la Universidad, y en las noches cuando estoy acostado voy escuchando la radio.

Juan A .Jiménez: Mientras estoy trabajando.

Miguel A. Jiménez: Mientras estoy en plena actividad laboral.

Amanda Olivera: En las mañanas puede ser cuando me alisto o cuando estoy haciendo alguna actividad en mi casa y; por las noches cuando estoy en la computadora, o también antes de irme a acostar.

Luis Larios: En plena actividad de trabajo toda la mañana.

Paola Hernández: Mientras estoy realizando las actividades diarias de la casa voy escuchando y, haciendo las cosas.

Carmen Eneque: (respondió en la pregunta 2).

Javier Benites: Mientras estoy trabajando y haciendo las actividades de la casa también.

5. ¿Qué radio suelen sintonizar más para informarse del acontecer del día?

Carol Lara: Radioprogramas

Erick Carranza: Radioprogramas

Juan A .Jiménez: Radioprogramas

Miguel A. Jiménez: Algunos de los programas noticiosos propios del departamento, francamente no me gustan tanto porque más tiran para lo vulgar, para lo que es acusar a otra persona, no los escucho mucho que digamos.

Amanda Olivera: RPP Noticias.

Luis Larios: Yo también a veces, poco con las radios locales. Lo que más sintonizo es Radioprogramas.

Paola Hernández: RPP.

Carmen Eneque: Radioprogramas

Javier Benites: RPP y otras sintonías.

6. ¿Escuchan alguna radio informativa de la localidad?

Carol Lara: Radioprogramas

Erick Carranza: En Radioprogramas hay un espacio en donde cortan la señal: *La Rotativa Regional*.

Juan A .Jiménez: Es mucha la diferencia de la programación de las noticias de RPP de Chiclayo con las emisoras mismas de Chiclayo, porque no usan la vulgaridad para expresar la noticia, las otras siempre buscan llegar al punto sin llegar -como repito- a la vulgaridad; así son en las radios locales. Ellos, se pueden llamar “periodistas” pero dejan mucho por desear. Por eso, trato gran parte de escuchar radios que no sean de la localidad, sobretodo Radioprogramas o una emisora que sea de Lima. En música puede ser Studio 92, porque en las mismas radios de Chiclayo, están llamando a una persona y

ya están burlándose de la persona que están llamando, creo que es una falta de respeto que no comparto eso.

Miguel A. Jiménez: (respondió junto a la pregunta anterior)

Amanda Olivera: He escuchado JHC, también Santa Victoria y algunos programas que hay. También La Karibeña, en donde estaba Kike Maeda, que solamente gritan y sé que esas radios tienen boletines informativos. Después hay otro programa, en Star, era por las mañanas en donde habían programas en los domingos, noticieros o espacios, en los cuales la gente se expresaba libremente porque propiamente noticias no son. Luego, otras radios noticiosas no.

Lo que sucede entre RPP y las radio locales, es que RPP es una cadena informativa que está en Internet, y ahora está en la televisión; el cual los que están allí son gente periodista, gente que ha estudiado. En cambio, aquí en la localidad, a parte de la vulgaridad, escucho a veces a Kike Maeda, él simplemente grita. Ellos asumen el rol de nosotros, ellos piensan que ellos son las autoridades, que nosotros los hemos elegido a ellos como unos representantes que muchas veces no es así. Incluso, muchos niños aprenden palabras soeces que escuchan en esas radios, y también si tienen un invitado, le dan un griterío en donde no se da la oportunidad de dialogar, si no cree que ellos tienen la razón. Se trata de gente que sólo alquila su espacio y se va a leer un periódico, si tú te das cuenta de un Trome o un Perú 21, te leen los primeros párrafos y luego ellos los cometan como si nosotros no pudiésemos leerlo y entenderlo; entonces ellos te lo leen y luego sobreviven gracias a la publicidad o de la distorsión directa que les dan a los alcaldes. Esa es la diferencia entre la radio local y RPP, que es una radio que lidera en cuanto a información.

Luis Larios: No

Paola Hernández: No

Carmen Eneque: En algunas emisoras de la localidad, el profesionalismo de los corresponsales o de las personas que trabajan en esos medios, no es la que llega más al usuario o a la persona que escucha más la noticia por la disposición que hay, por eso es mejor escuchar un medio más seguro que es Radioprogramas.

Javier Benites: JHC, aunque es vulgar porque no respetan.

7. ¿Qué temas creen ustedes que deban ser tratados en la radio? ¿por qué?

Carol Lara: Temas culturales y noticias locales porque hay bastantes medios para informarse en razón de noticias nacionales pero muy pocas en credibilidad acerca de nuestra localidad.

Erick Carranza: En cuanto a los temas, creo que todos son interesantes que se deban tratar pero los temas culturales también porque muy poco se informa de ellos. En su mayoría son noticias de delincuencias, robos y; lo que es noticia de cultura no nos informan.

Juan A .Jiménez: Falta mucha cultura para nosotros, empezando desde la niñez, los buenos modales, los buenos principios para los jóvenes y sobretodo para la niñez. En cuanto a lo deportivo, va paralelo con el otro, de lo cultural y lo deportivo porque está bastante abandonado en ese espacio.

Vemos que aquí, lo que más abunda es la vulgaridad y supuestamente es lo que más vende ahora, y mientras haya más sectores en eso, va a seguir vendiendo porque siempre se habla de la descentralización. El deporte, también aquí en el Perú es lo que falta. En el norte se le aprecia su buena comida, Mixtura; porque esto tenemos que hacer y esperar que otros lo hagan.

Por ejemplo, se escucha de niños buenos en karate, que vienen de otros sitios trayendo buenos logros, eso no vende, lo que más vende es la vulgaridad, que

el alcalde hizo uno o hizo el otro, que tal ladrón hizo uno u otro, esto es lo que más se da a nivel de la región. Creo que nosotros como adultos deberíamos aportar y poner de nuestra parte en que se vaya viendo todo esto.

Miguel A. Jiménez: Prácticamente, lo cultural está abandonado en el departamento. Lo que pasa es que muy poco trabajan, no sé, los comunicadores sociales o los periodistas, los alumnos egresados de las universidades porque veo que salen bastantes promociones y no veo el reflejo de lo que les están enseñando en la universidad, no veo realmente un programa periodístico. No necesariamente es vivir fuera para vivir las cosas internacionales, ya que por la globalización uno se puede enterar de muchas cosas y, no sé si hay expertos periodistas que sepan de asuntos internacionales; por ejemplo eso no sé. Salen muchas promociones y no veo ese tipo de trabajo, a parte del deporte y actividades sociales, que también es bueno porque es parte del departamento; pero no veo especialización en las diferentes áreas que hay. Para mí, sería bueno que se explote cada área. En Ciencia y tecnología, no veo periodistas que hablen de eso que sucede en el departamento o en la región.

Amanda Olivera: Creo que se debe armar un mix, es decir un paquete para ofrecer un boletín informativo porque si ponemos mucho cultural o puro político, quizás no nos gusta o nos puede llegar como aburrir. Entonces, se puede armar un paquete de todas las noticias que hay. Con el boletín informativo, es muy difícil que se presenten noticias positivas de nivel cultural. Se puede armar un mix o ir dando luces en empezar con una noticia positiva, que no todo debe ser desastres, el cual podemos cambiar esa cultura en poner noticia no tan dramática. Al inicio debe ser local, dado que el boletín va a hacer local, luego dividido en lo que es político o regional, también cultural, nacional e internacional, siendo de noticias más resaltantes de los de una hora. Imagínate cuanto vamos a saber de estas áreas que siempre acontecen.

Luis Laríos: Pienso que en lo cultural falta mucho, aparte de lo que es cultural, también en el deporte que no solamente es el fútbol, hay tantos. Sé que en

esta parte de Chiclayo, hay niños que son muy buenos deportistas; pero la verdad es que un niño no llega a incentivarlo a ese niño o a sus padres. Pienso que ahora es la niñez la que tiene que salir adelante; pero hay bastantes talentos, en realidad no hay un periodista que llegue y dé una opinión o les apoye, siempre hay asaltos o accidentes, y estamos dejando lo demás. Deben dedicarse a eso, a buscar talentos, nada de inventar de una pequeña cosa a algo más fuerte. Se debería buscar a esos talentos que están algo lejanos o se pueden encontrar.

Paola Hernández: Me gustaría informarme con las noticias locales propias de Chiclayo, regionales y nacionales, es decir un poco de todo, de investigación, de los últimos acontecimientos de salud, de deporte, de todo.

Carmen Eneque: Me interesa lo que tiene que ver con salud. Hay un programa en los domingos que son de mi interés fuera de lo que de lunes a viernes escucho. A veces en esto hay micro noticieros que te resumen de lo que ha pasado. Por ejemplo, de la noticia de Motúpe, ya estaba por la hora que me tenía que venir a trabajar; pero ya estaban aquí con la novedad que la Cruz de Motúpe la habían robado, entonces tenía que estar al día con la noticia.

Javier Benites: Noticias culturales, sobre los valores, ya que esto se está perdiendo en cuanto a la juventud o la niñez, porque a veces no respetan a los mayores. Hay que tener un paquete que trabajar, todo sobre lo local, nacional e internacional, deporte, que no sea todo malo.

8. A alguien le interesa tanto la política....

Carol Lara: Muchos de nosotros, al menos yo, escuchar de política en la noticia, y en la noche, es perder el tiempo. No sé si alguien se siente bien por la labor que están haciendo los políticos, que lamentablemente no trabajan para lo que se les ha elegido, entonces, nadie va perder su tiempo en seguirlos; pero de ahí que sí la gente está pegada en la noticia por desviación de fondos o por robos; porque de alguna u otra forma estamos afectados

directamente porque ese robo de los políticos, llegan a ser de alcaldes o del presidente regional, sentimos que nos están haciendo a nosotros mismos. Estas noticias si nos pegan porque algún proyecto no fue del todo transparenten, entonces sí nos afecta como ciudadanos porque hay cosas que pueden estar a beneficio de nosotros.

Creo que son importantes los boletines informativos, las pastillas o noticias cortas, pero importantes, así no nos aguantamos toda una hora de noticias que no son relevantes, en él sólo se nos dará unos minutos que de verdad nos va a informar que nos darán noticias que nos interesa porque nadie hace nada por algo que nos va hacer útil mejor los dejamos de lado, por eso es que los medios locales, los que son de radio, no se lucen de prestigio porque las radios que yo he escuchado dicen que es de puras mentiras.

Estos boletines que se quieren sacar sean de interés del oyente y de alguna manera lo mantengan fiel al medio porque un medio no es importante por lo que tiene más tiempo si no cómo el público lo adopta, por la aceptación de parte del público.

Amanda Olivera: Lo político no lo veo como un tema separado sino que están en las actividades. Por ejemplo, en lo de la Cruz de Motúpe, en los resúmenes, el alcalde tal, pienso que la política está allí. Si hay un asesinato de un personaje público muy reconocido, los políticos como para figurar van a los medios para estar en ciertas informaciones, eso se anexa como un dato adicional en la noticia, pero tanto así como para sentarnos para escuchar la vida de los políticos, eso no sucede ni en prensa ni en televisión, salvo la gira que tuvo Humala antes de ser presidente o que derrepente vino un presidente de otro país aquí en Perú para un tema específico, se dice vino por tal razón y para tal cosa, y está haciendo tal cosa para tal situación; pero después para estar sentados escuchando sobre su vida, pero sí creo que está inmiscuidos en todos los temas.

Por ejemplo, si hablamos del tema de salud, de repente habla el Ministro de Salud, y quiera que no, ya se está con la política porque es un funcionario público y está inmerso en el tema o está lo de alimentación, y ya está un representante del PRONAA. Pienso que están ligados, y decir política, es un tema muy abierto. Indirectamente sin ir muy lejos, hablamos de noticias internacionales, pero las noticias internacionales las que más llegan son las que se dan por los gobiernos, entre Agencias internacionales que tratan por ejemplo: En Argentina, la presidente nacional, dijo tal y tal cosa lo que más influye en la economía, está manejada por funcionarios públicos ministerios y todo los demás Entonces política por sí sola no, pero sí política a través de un sesgo entre todas las áreas que queremos escuchar.

Carmen Eneque: Además, si tú ves los noticieros de la noches, ¿qué es la primera noticia que tú visualizas?, muerte, asaltos, en intermedio de esos van poniendo noticias de política en la televisión para mantenernos o a veces por una cortina de humo, que de vez en cuando pasa, un poco que eso va degenerando la cultura de los ciudadanos, en los mismos jóvenes, ya que no hay noticias que informen. ¿Qué prefieren? Escuchan algunas noticias por gente sin preparación que repite y repite cosas sin sentido, por personas que mal interpretaban las noticias.

9. ¿Tienen conocimiento o suelen escuchar de alguna radio local, aparte de ser “informativa”? ¿Cuál?

Carol Lara: Locales no. Ritmo Romántica y Studio 92.

Erick Carranza: En radios locales he ido sintonizando a Radio Titanio por la música variada, después Studio 92, y en otras emisoras nacionales. Creo que la buena idea de los compañeros, es de incluir este micronoticiero en un pequeño espacio en radios de música, pienso que es interesante. En escuchar noticias y música.

Juan A. Jiménez: En radios de música está Studio 92, que hacen una especie de pastillas; como por ejemplo la palabra “Ceviche”, ellos te lo tratan de describir que viene de tal sitio, que lo hacen en son de broma pero te lo hacen agradable para la audiencia de radio. A nivel de audiencia está radio Titanio, aparte de Radio Santa Victoria, pero más Titanio.

Miguel A. Jiménez: Sugiero que los boletines también se podrían pasar en radios juveniles para que los jóvenes, un poco se vayan acostumbrando a escuchar porque en unos minutos lo voy acostumbrando al joven a escuchar la noticia, poco a poco el joven se va informando quiera o no quiera se va culturizando porque aparece un tema tal. Como dicen todos, por las desgracias, muertes, en cuanto política que es lo que vende el Perú, sería bueno cambiar todo eso, según lo que el joven le interesa y le ayude a pensar, quizás en sus actividades a futuro o carreras a futuros. La idea es abarcar en unos minutos. Además se le ayuda al escolar, les hace traer información para que pueda leer, de poder escuchar la noticia a cada hora, entonces este tipo de reporte lo busco en Internet y lo traigo y digo por dónde me enteré es por la radio.

En cuanto a radio musical que sintonice, no tengo preferencia. Antes sintonizaba Radio Z, luego ya ni tanto...Titanio para darles música a los clientes, a los trabajadores, yo la sintonizo más por el trabajo... La que más suena allí es Titanio, a veces Ritmo Romántica, o una radio de reggaetón. Son los mismos locutores los que hagan escuchar noticias a los jóvenes, así directamente, hacerlo un poco digerible, agradable para los muchachos. Les das pautas de noticias porque a veces llaman al joven y dicen tanto, y después de eso no pasa nada que risas, no le das nada al joven en información y conocimiento.

Amanda Olivera: En Panamericana por ejemplo, ocurrió un día como hoy. Hoy día en el cine por ejemplo, ocurrió la primera versión de la Sirenita o un día como hoy nació Sten Jones, el dueño de Apple; van metiendo información que realmente sirve, como por decir de un cantante más por lo que va en salsa o

alguna cumbia, va allí. Panamerica, también tiene unas noticias. Se trata que sean más digeribles, entre broma y broma e ir metiendo de forma respetuosa, no con tanta jerga, para que se vaya haciendo el oído. Si tú escuchas esa radio siempre y por 3 minutos te pongan ese tipo de locución, cuando derrepente escuches en el carro a RPP, ya no te puede parecer tan aburrido. No tengas después, que el joven no opte por escuchar RPP porque luego, todos por un momento corremos a RPP, porque si se sabe de un terremoto, prendes RPP para que sepas en donde ha sido el epicentro... Esa cercanía que te da la radio, puede ser derrepente más jovial entre las demás radios. Una radio una vez decía: “a ver por tu casa ¿cómo es el tema de contaminación? No, fíjese que no pasa el carro de la basura”, quieras o no ya es información que hace 2 días no pasa el camión de la basura. Así, ese tipo de noticias un poco más “fresco”.

En radios, escucho también Titanio, y luego nacionales que son Ritmo Romántica, Felicidad y Panamericana.

Luis Larios: A parte de Radioprogramas que siempre la información está allí, al instante. No existe otra radio como RPP. En musical, a Panamericana, otras radios locales no tanto.

Paola Hernández: Locales no. Sólo Panamericana. Que en el micronoticiero bueno fuera que se hagan a cada hora o media hora, y si tienen opción a cambiarlos siempre vas a escuchar las mismas noticias. Sería bueno que se asocien las empresas, sean locales y nacionales. Se escuche esa micronoticia a cada hora para formar desde el más pequeño hasta al más adulto, se quiera o no se quiera se va uno informando de todo, de todos los paquetes que existan. Sería muy interesante.

Carmen Eneque: Radios locales casi no sintonizo, sólo más RPP. Es bueno dar a conocer la identidad cultural, dar información corta, de calidad, es de profundizar la noticia. Sería bueno que te metas en los temas culturales, que tengan relación con la parte educativa, por ejemplo el I.G.V. entre otras cosas,

la parte económica, que sean cosas relevantes. Ni meterse en la vida privada de un político.

Javier Benites: Yo también poco no mucho con las radios locales. A parte Exitosa o Felicidad. Nada de temas vulgares, hacerlo de la manera de llegar al público para que sea aceptado.

10. ¿Qué les agrada más junto a sus informaciones? : Únicamente la común locución de noticias del acontecer noticioso, los reportes en directo, escuchar avisos para la comunidad. ¿Por qué?

Carol Lara: La locución de noticias porque siempre mientras vas informando, vas a interactuar, vas a sentir al oyente más cercano.

Por ejemplo, no pasa el camión de la basura en el lugar X, que nada más llame tal persona, diga su cuadra, su distrito y se trata de 20 personas, eso es relevante porque el alcalde va a decir que están llamando tantas personas, entonces por presión va a pasar el carro de la basura.

Erick Carranza: Qué sea una manera distinta, con efemérides, noticias en vivo, participaciones de los radioyentes, salir fuera de lo tradicional, de manera distinta para que capte las expectativas de los radioyentes.

Juan A .Jiménez: Qué sea la noticia hablada y el oyente participe porque muchas veces nosotros, como sucede en Radioprogramas, sueltan las noticias de Lima, y a veces piden la opinión de cada uno y no abarca lo que uno a nivel nacional quiere aportar su idea. Yo digo que eso sea más importante que escuchar sólo la noticia y dar también nuestra opinión porque supuestamente somos parte del Departamento.

En cuanto a las llamadas, creo que es involucrar al oyente pedir su opinión en tal cosa, no es necesidad que se explaye se da la necesidad de 15 segundos

por allí. Creo que es parte de tu parte de tu radioyente, a la vez más cobertura con la gente que te va escuchando.

Miguel A. Jiménez: Yo pienso que al tener una línea diseño a tu programa, bien lo haces leyendo las noticias. Por ejemplo, eso de que el oyente llame, creo que esos 3 ó 4 minutos de tu programa, se la va a pasar hablando el oyente, el que llamó pero cuando colgó se terminó el espacio, por el tiempo que es cortito. Si vas a tener un programa de opinión de público, necesitarías un espacio mucho más largo, una media hora, al final del día, eso es muy parte. Tu línea es de 3 ó 4 minutos pero a base de esa línea, tú tienes que orientarte. Creo que por el poco tiempo que abarcas, la noticia tiene que ser narrada, leída, abarcar pocos temas en uno o dos minutos, y por ahí dar unas efemérides, dar al oyente que por ahí se celebra tal cosa, de una fecha como hoy. Creo que para la participación ciudadana es de unos quince minutos, ya eso es otro tipo de programa.

A mí me gustaría que en esas pautas, se presenten Eventos de la ciudad de Chiclayo, cultural, de formación, o también la Universidad tanto o el Instituto tanto está dando este taller para que puedas informar a toda la comunidad a jóvenes en general o adultos que en primer lugar va a ver una charla de tal motivo, que puede durar unos cuantos segundos.

Amanda Olivera: Creo que es narrado, podría ser a dos voces: un hombre y una mujer para salir una voz gruesa y una voz mucho más fina que es la de la mujer, para equilibrar. Incluir una efemérides que los puedes incluir como un separador. Puedes iniciar con un efemérides, porque en un día pudo haber sucedido en un año muchas cosas; entonces empezarlo de forma creciente del menor año, empezamos con eso y arrancamos con noticias locales, quizá la hora, porque las personas están pendientes de la hora, también, como para saber que tiempo pasan el noticiero o el microprograma, y si me gusta lo voy a sintonizar para irles metiendo la idea.

Debe ir el efemérides, la hora, los titulares que son nacional, internacional para que la gente sepa y, derrepente, otras efemérides que se pueden ubicar intercalado para que lo hagas también un poco más digerible. También la musicalización es importante, en un tono especial que no sea tan formal que empiece en algo muy suave que pueda captar la atención, esperar que alguien te diga con voz agradable en como hoy en el año tal, una persona tal fue elegida y tal, luego empiezas locales, vas pasando la hora y se mantiene, el juego de sonidos que también es importante, y al final las efemérides, creo que como una alternativo porque como todos queremos culturizarnos.

Tal vez, en los días puedes cambiar en incluir temas económicos, como hablar de IGV, y resulta que algunas personas no saben que significa IGV, como si alguien vio en la televisión en un reportaje que a los estudiantes les preguntaban que significa RENIEC, ONU, por ejemplo las Naciones Unidas se creó un día como hoy por el fulanito tal, IGV, también se podrían incluir no sólo como temas, sino como términos. Hablas de internacional un tema económico, hablas de política, quizás alguna entidad. Por ejemplo: en el Perú se le llama alcaldía, en España se les llama ayuntamiento; así ya lo culturizaste, en Italia es tal cosa, entonces más o menos así y vas esquematizando.

Luis Larios: Que sea un espacio cultural tanto como también para los niños. A parte de las llamadas, que no tanto cinco minutos sino que sea un poco más para que así haya un poco más de comunicación. Tener un espacio que un día sea de cultura, así como hay gente de campo que tiene su radio, entonces también incentivarlos a esas personas, un día así. Un día que sea más de política, otro día que sea más de deporte. Tener un espacio así, sobretodo para los niños porque hay alguno de ellos que no cuentan con Internet en casa, hay que dar lo que es para la persona que está alejada de la ciudad.

Paola Hernández: Si es un micronoticiero, me gustaría que sea bien resumido, veraz, auténtico con bastante profesionalismo como es el periodismo, y comentar el día como hoy y nada más. Ser concreto.

Carmen Eneque: Si el micronoticiero, es corto, entonces se tienen que manejar dos cosas: Primero que se empiece a manejar de manera informativa. Digamos así, un día lunes mencionar las noticias porque llevará la participación del oyente, y eso creo que lo vas a poder ganar de acuerdo al sitio en donde te lances, o sea tú lo vas a dar comenzando las noticias locales, relevantes de manera objetiva, con tu aporte o comentario como profesional o, quizás como comentario de acuerdo a la noticia leída. Entonces en la misma emisora, no sólo te van a dar 5 minutos sino por la importancia en tu micronoticiero está en que te van a pedir más tiempo. Otro es que si en los días lunes puede ser informativo, o quizás el día martes o miércoles puede ser un programa en donde es para participar, de tal manera que tú vas midiendo también, así tu programa tiene la cobertura que quieres. Te recomendaría siempre mantener tus comentarios culturales, dando ejemplo en cuanto a cultura general, de lo que ocurrió hoy día, el cual deben manejarse.

Javier Benites: Trata de llegar al público, que sea dinámico, entendible, “al grano” y lo más importante abarcarlo porque el tiempo es muy corto, si es que hay participación del oyente, en este caso.

**11. En cuánto a la locución ¿Cómo la prefieren, a 1 ó a 2 voces?
¿masculino y/o femenino? ¿Cuál es su opinión al respecto?**

Amanda Olivera: (respondió en la pregunta anterior)

Carol Lara: En acuerdo, sí, a dos voces

Erick Carranza: En acuerdo, sí, a dos voces

Juan A .Jiménez: En acuerdo, sí, a dos voces

Miguel A. Jiménez: En acuerdo, sí, a dos voces

Luis Larios: En acuerdo, sí, a dos voces

Paola Hernández: En acuerdo, sí, a dos voces

Carmen Eneque: En acuerdo, sí, a dos voces

Javier Benites: En acuerdo, sí, a dos voces

12. Sus informaciones en la radio, ¿las prefieren con detalles o “al grano con las notas informativas? ¿por qué?

Carol Lara: Noticia corta

Erick Carranza: Noticia corta

Juan A .Jiménez: Noticia corta

Miguel A. Jiménez: Noticia corta

Amanda Olivera: A través de pastillas radiales. Como nos dicen que sea un resumen corto, porque si nos vamos a los titulares “murió alcalde de La Victoria” y tú te preguntas “¿y cómo murió?, ¿de qué murió?, ¿lo mataron?, ¿por qué?”. En radio, generalmente las pastillas de unos 3 párrafos es algo que te durará unos 3 segundos cada noticia y tu titular que serían 3 segundos y milésimas. Que sean pastillas radiales.

Luis Larios: Una noticia que realmente se llegue a entender, breve.

Paola Hernández: Que sea una noticia resumida.

Carmen Eneque: Que sean cortas.

Javier Benites: Me refería que “al grano” porque si vas a colocar un título, que sea a través de un titular.

13. ¿Qué nombre sugiere para nuestro Boletín Informativo?

Paola Hernández: Opino que al final de la emisión de cada boletín, se diga tu nombre y apellidos. Esto sería como una firma que identifica que tú lo elaboraste.

Amanda Olivera: Creo que es depende de la radio donde lo ubiques porque si es de Cumbia, que es Zona 5 es local. Tienes que encontrar los sonidos apropiados y la locución apropiada que si bien es noticia, porque todos queremos que sea narrada, no vas a poner al estilo de RPP, tiene que haber un poco de selección de la voz para que no sea tan chocante porque alguien que esté escuchando y diga “derrepente se filtró mi radio con RPP o se me movió al 96.7 y yo la tenía en el 93.3”; entonces es un golpe que no vas a ver que pasó aquí, no te escucharían sino dirían “ RPP ya compró a Zona 5 , quizá lo van a convertir en un noticiero”, que es lo se va a perder la importancia del noticiero. Creo que partiría del estilo de la radio en la que la quieres ubicar, por el nombre. O sino, buscar algo genérico como “Chiclayo Informa”, “ Noticias Chiclayo”, algo así, que sea algo que “pegue” , que sea fácil de recordar, o, utilizar “Cix” si es una radio más jovial, porque los jóvenes no dicen Chiclayo sino “ Cix”, o no sé agregarle “Noticias” o “ Informativo”. Tiene que ver según la radio donde lo vas a poner.

Anexo N° 10 Guía para la sesión de Segundo Grupo Focal

Fecha: 24/11/2011

Hora: 3:30 p.m.

1. Objetivos

Objetivo de la Investigación

- Proponer el proyecto del programa piloto de un boletín informativo radiofónico para mejorar la producción de boletines que se transmitirán en la programación de una emisora de cobertura regional en Lambayeque.
- Hacer un diagnóstico previo de la posible audiencia del programa piloto.
- Elaborar una propuesta del proyecto del programa piloto de boletines informativos radiofónicos en base a opinión a especialistas y una muestra seleccionada.
- Ofrecer un trabajo de investigación que pueda servir de modelo para la producción de boletines informativos radiofónicos.

Objetivos del grupo focal

Este segundo grupo focal es para presentar el programa piloto de boletín informativo radiofónico.

2. Identificación del moderador y observador:

Nombre del moderador y observador: Sánchez Larios, Lucía del Rosario

3. Participantes:

En total de participantes fueron 9 personas, entre varones y mujeres, siendo ellos:

- Universitarios y profesores
- Gente de la ciudad

- Especialista radial

4. Preguntas para el segundo grupo focal:

Luego de presentar la propuesta, se dará a paso a la intervención de los participantes, cuyas respuestas responden a las siguientes preguntas:

- ¿Qué les parece en cuanto al contenido?
- ¿En cuánto a la locución?
- ¿En cuánto a la estructura?
- ¿En cuánto a la producción técnica?
- ¿Creen que hay algo que cambiar, quitar o agregar?
- ¿Qué recomiendan?

5. Pauta de chequeo por el observador:

- Los participantes se encuentran en un ambiente adecuado para desarrollar la sesión; el cual cada uno sentado forma un grupo en U.
- El moderador da una explicación breve de su investigación y justifica el motivo de la reunión.
- El moderador escucha y utiliza un lenguaje claro y sencillo para los participantes.
- La sesión es filmada por una videocámara.

❖ **Datos generales de los participantes**

Amanda Olivera Otoyá: Estudiante de Comunicación, 21 años.

Carlos Tejada Lombardi: Abogado y docente, 37 años.

Jorge Luis Vallejo: Politólogo y docente, 25 años.

Paola Hernández Llontop: Enfermera, 28 años.

Luis Larios Seclén: Taxista, 33 años.

Javier Benites Alcántara: Vigilante, 45 años.

Marco Arbulú Ballesteros: Ingeniero y docente, 36 años.

Carmen Eneque Atencio: Contador Público, 30 años.

Carol Lara Saavedra: Estudiante de Derecho, 25 años.

Erick Carranza Cúzman: Estudiante de Administración, 24 años.

❖ **Intervenciones de los participantes:**

Amanda Olivera Otoy: En general creo que va bien de acuerdo al prototipo. Sin embargo, en la voz del señor con la chica, me parece que no es una buena combinación. Ella es un poco más pausada, me parece que hablara con la nariz, entonces noto un desbalance en cuanto a las voces. En cuanto a los reportes en vivo, él último me pareció muy largo, pero no largo en cuanto al tiempo que en teoría se debería dar, sino porque la entrevista no ha estado más al detalle. Después, me hubiese gustado que al final del reporte en vivo, se pudiese dar como una conclusión. En algunos lados, muy rápido empalma que sobrepone a la voz, a muy grandes rasgos.

En el reporte en vivo se hubiera complementado con un dato, en el ICPNA, tal película o en el DRC, para que así no se te haga muy larga. Quizás así se hubiera hecho un poco más rápida.

También en la voz del señor, va más al estilo de RPP que lo que hace la chica, por eso que también sentimos una gran diferencia, que le falta dinamismo a la chica y un poco más elevada la voz.

Carlos Tejada Lombardi: Me parece que una de las voces es completamente distinta, menos dinámica. También quisiera hacer mención a un aspecto muy importante, me parece bien que se haya consultado a la gente de Radioprogramas, pero se debería hacer algo distinto a lo que ellos hacen. La música a mí me parece muy tediosa, a pesar de que el boletín debería ser serio, pero no estaría mal en innovar, debe ser algo más alegre.

Jorge Luis Vallejo Castello: Lo mismo. Si se recordase un poco la segunda secuencia en vivo. Hablando de ciencias políticas, en lo que el ciudadano quiera mejorar, en cultura cívica, hay programas que no contribuyen para ello. Tal vez, sí el microinformativo radiofónico de este tipo, podría ser... si es que se recuerda un poco la segunda secuencia en vivo.... hacer un bloque de 20 segundos como para darle más agilidad al programa. Por ejemplo, nadie conoce sobre las Ordenanzas y las leyes, muy pocos la conocemos... no entrar

a detalles sino que hacer una referencia de lo que se va a debatir a nivel nacional...

Lic. Flor Villalobos Guevara (Especialista radial): Se debe mejorar dos puntos importantes: desde del lenguaje radial y desde la producción radiofónica. El primer punto son las locuciones no son compatibles, la intensidad de voz son totalmente diferentes. Una de las locutoras tiene la voz más alta, y la voz es un poquito difícil en el momento de apreciarla al momento de sus locuciones. Luego, el locutor que sí tiene una buena voz, impostada y vocalizada. También en cuanto a los participantes tienen un estilo muy similar a los de RPP, no es tan igual. Entonces, allí tienes que buscar muy buenos locutores, porque lo que escuchas de radio Capital, Nacional y RPP, tú los escuchas y son compatibles, muy buena la voz, entonces, tienes que buscar eso, que jale la atención desde la locución.

Desde el punto de vista de contenido, se debe trabajar con dos reportes, si es que estás trabajando un boletín informativo que va de 4 a 7 minutos, según el estándar del lenguaje radial, tú estás trabajando dos reportes radiales que son despachos en vivo y en directo; entonces, esos despachos tienen que ser algo interesantes. Es la noticia que da vueltas y que gira alrededor de los 30 minutos, creo que hay otro dato importante que el programa infantil que se podría haber tratado sobre las Ordenanzas municipales que son tan importantes para los 30 minutos que eso gira alrededor de la cobertura informativa, yo creo allí a mi criterio si se debe trabajar. Por el estilo, sí marcas la diferencia con RPP. Al boletín podrías agregarle un reporte más porque los boletines informativos que pasan en RPP van hasta 3 ó 4 reportes. También el referente “en directo” porque es como lo dice RPP, hay que marcar la diferencia.

Hilda Hernández Llontop: No he visto defectos, será porque no es mi carrera, sobre las pautas, las normas, respecto a su carrera. Me parece interesante para mí, como persona particular que escucha noticia, para mí está bien. Me orienta, me ubica, me da la información resumida e importante,

personalmente me ha gustado. Si se está haciendo las observaciones, hay que mejorar.

Luis Larios Seclén: No sé tanto de detalles porque no es mi carrera pero sí he visto algo diferente, porque yo escucho RPP todas las mañanas. Me ha llamado la atención. Así como dijimos la vez pasada, hay reportes en vivo, porque es allí el periodista debe ir al lugar para informarle a la población la noticia correcta y no inventar porque yo siempre escucho que otras radios inventan sobre las noticias y tal cosa.

Javier Benites Alcántara: Yo también digo esa parte sobre el reporte en directo. Hay que cambiar un poco la vocalización, luego las noticias están entendibles hay sobre deportes y salud. El resto está bien.

Marco Arbulú Ballesteros: Yo no soy comunicador por lo tanto, he omitido opiniones como han hecho algunos docentes, por eso yo no podría hacer. Mi opinión está en la óptica de oyente común. A mí sí me ha gustado, por eso no indica que desacredito las observaciones que se han levantado. Seguramente si se dan esas observaciones, el producto se hace mucho mejor. Todos los productos que deben pasar a bueno, pasan por una evolución así pase tantos años. Pero lo que tú lo que estás haciendo ahorita, la gente te identificó con RPP, yo creo que hay que ver la parte buena, se trata de coger lo mejor hasta que tú vayas cogiendo moldeando lo mejor. Vas a ir puliendo, moldeando hasta que tengas tu sello en sí.

Carmen Eneque Atencio: Felicítate, porque también has podido captar las sugerencias que desde nuestra óptica como futuros oyentes de tu microprograma. Desde la óptica de oyente, me ha gustado mucho. Me imaginaba a la persona que estabas entrevistando en vivo, me imaginaba a un señor común que estaba indignado por el costo de pasaje. Y eso es lo que has logrado en que el oyente se pueda familiarizar con tu micronoticiero. Por mi parte, es un producto bueno. Y de todas maneras que tendrás que apoyarte de expertos que te ayudarán a crecer.

Carol Lara Saavedra: Felicitarlo, porque has pasado por un largo proceso, y éste largo proceso fue reunirnos en un focus group para pedirnos nuestra opinión como futuros oyentes, para saber qué es lo que espera un oyente del micronoticiero. He escuchado que sí has tomado en cuenta las opiniones que nosotros como meros oyentes hemos dado. Para empezar está bien, porque muy pocas televisoras u otros medios de comunicación casi no hacen eso, se lanzan con lo que ellos creen que venden sin ver la realidad, de la gran necesidad del público objetivo que es lo que nos venden los medios de comunicación, algunos venden los chismes. En tu caso, has tomado nuestras opiniones y has plasmado. Como decían que en cualquier proyecto o persona especializada, siempre hay cosas que mejorar, y eso es lo que varias personas, lo mencionaron, creo que tienes cosas que mejorar pero siempre tienes que tener en cuenta, que tú vas a dar esto a un público objetivo, que es tu mercado, que te va a escuchar. Son gestiones mejorables. Lo de “*Planeta Azul*”, si estuvo un poco largo porque no era muy interesante, pero con el tiempo se da la práctica para ver que es interesante para el público, has tomado en cuenta lo que te hemos dicho, y eso es importante que sea tu público el que te dé la venia o te rechace.

Erick Carranza Cúzman: Como muchos de mis compañeros han manifestado, yo no sé mucho de los tiempos pero te felicito por la labor que has hecho, me ha parecido agradable. Yo si lo veo algo parecido a lo que hace RPP por la música y la redacción de noticias. Como radioyente si me ha parecido excelente. Y, por lo que te han dicho los profesores, las recomendaciones que te han dado, hay que tomarlo en cuenta.

Anexo N° 11 Acta de validación de instrumentos

"AÑO DE LA INTEGRACIÓN NACIONAL Y EL RECONOCIMIENTO DE NUESTRA DIVERSIDAD"

Yo, Sandra Cecilia Louisa Chumacero

identificado con D.N.I. 40060467 declaro que el instrumento de encuesta correspondiente a la tesis denominada "Propuesta de un boletín informativo radiofónico en la programación de una radio de cobertura regional en Lambayeque. Año 2011.", es presentado por la estudiante de la Escuela Profesional de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lucía del Rosario Sánchez Larios, el mismo está ligado a sus objetivos de investigación y a sus variables; por lo tanto doy conformidad y válido dicho instrumento para posterior aplicación y análisis.

Firma y sello:

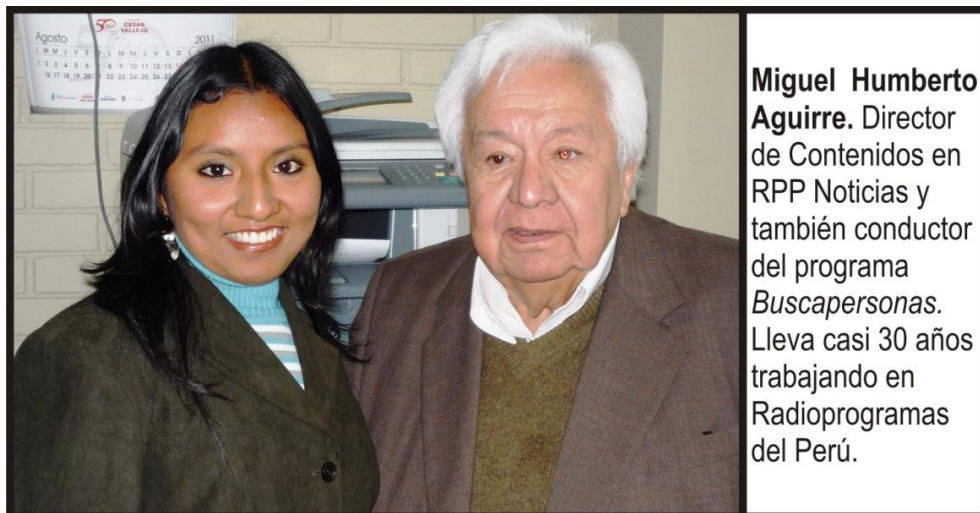


Lic. Sandra Cecilia Louisa Chumacero
COESPE N° 391
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

REGISTRO DE EVIDENCIAS (Fotografías)

PROFESIONALES DE RPP NOTICIAS

Fecha: 22/09/2011

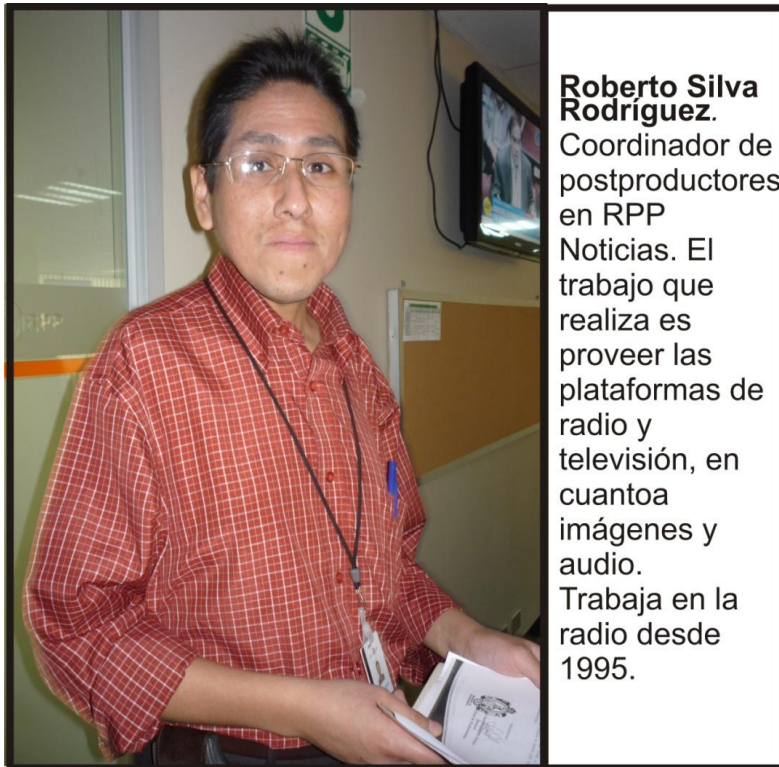


Miguel Humberto Aguirre. Director de Contenidos en RPP Noticias y también conductor del programa *Buscapersonas*. Lleva casi 30 años trabajando en Radioprogramas del Perú.



Yamil Abusabal Cervera. Editor periodístico en RPP Noticias (turno madrugada). Tiene a cargo las tres plataformas de RPP Noticias: radio, televisión y Web. Trabaja en la radio desde el año 2002.

Fecha: 23/09/2011



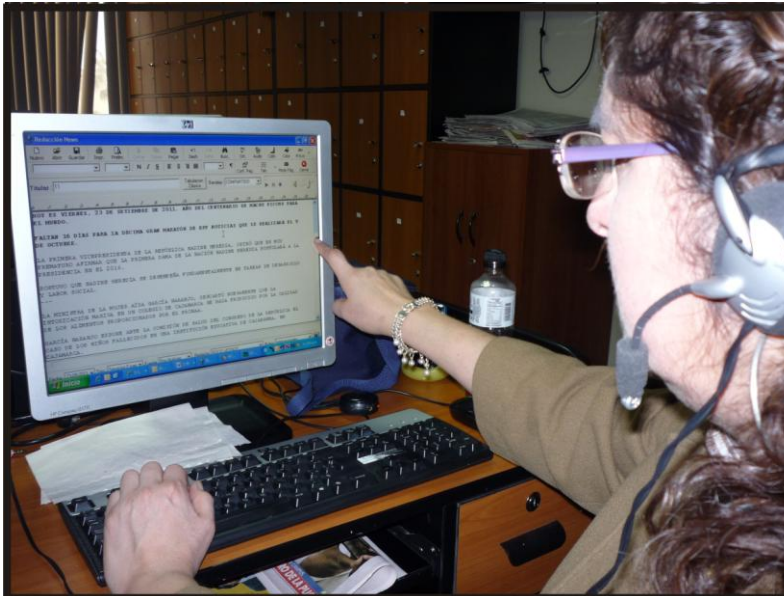
Juan Miguel Soto Villoslada

Redactor de *El Gran Resumen de la Hora*
RPP Noticias
de 3 p.m. a 10p.m. Trabaja en la radio desde hace 27 años.

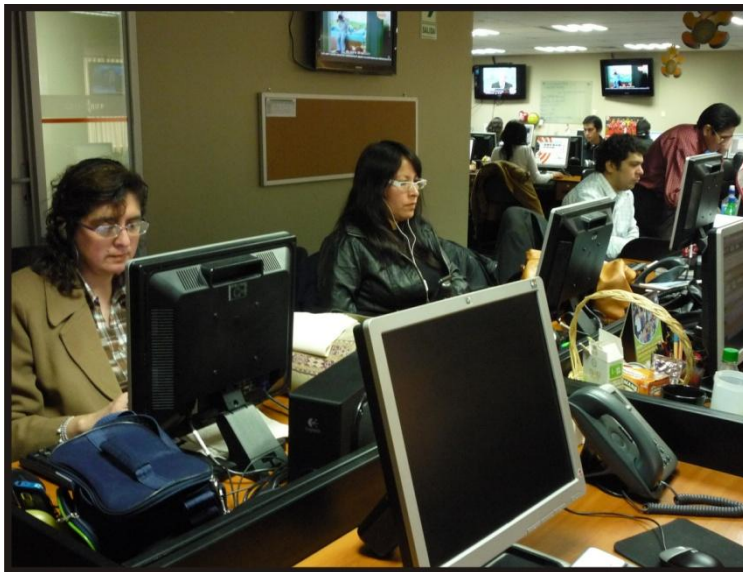
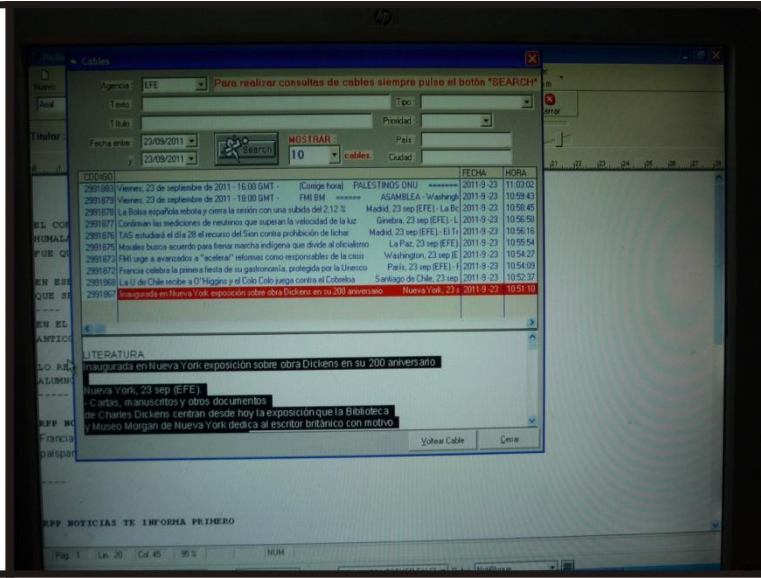


Rocío Vicente Llerena.

Siempre se ha desempeñado en diferentes áreas.
Actualmente es redactora de *El Gran Resumen de la Hora*
RPP Noticias.
Trabaja en la radio desde hace 20 años.



Redacción News.
Sistema de redacción utilizado por RPP Noticias desde 1992.



Grimanesa Falcón y Rocío Vicente.
En plena labor en la sala de redacción de RPP Noticias.

PARTICIPANTES DEL PRIMER GRUPO FOCAL

Fecha: 22/10/2011



PARTICIPANTES DEL SEGUNDO GRUPO FOCAL

Fecha: 24/11/2011

